

POST-GR4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6

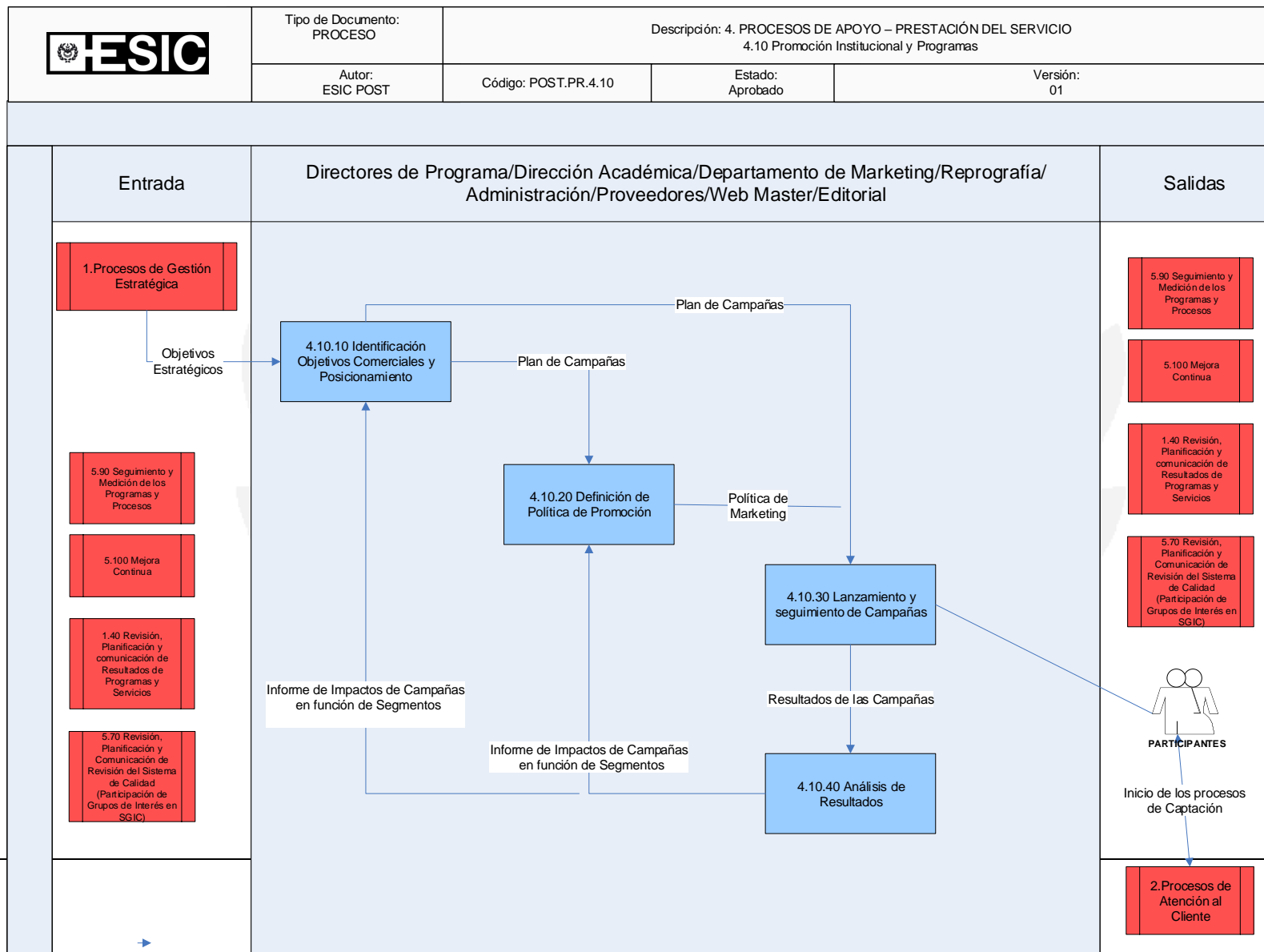


Objetivo y Finalidad:	Definir el procedimiento para la identificación de los objetivos comerciales y el posicionamiento de la Escuela, y para el lanzamiento y seguimiento de las diferentes campañas que se lleven a cabo	
Ámbito de aplicación:	Área Universitaria y Postgrado y Executive Education	
Implicados:	Dirección de Desarrollo Corporativo y de Negocio Dirección de Marketing Decanatos de Área Universitaria, y Postgrado y Executive Education Direcciones de Programa de Postgrado y Executive Education Direcciones de Departamentos Académico del Área Universitaria Dirección de Calidad Académica del Área Universitaria y del Área de Postgrado y Executive Education Departamento de Marketing Reprografía Administración Proveedores Editorial	
Responsable del proceso:	Dirección de Marketing	
Otros documentos pertinentes:	GR.2.10 Captación POST.2.10 Captación POST-GR.2.40 Bienvenida 4.70 Rankings y otros Reconocimientos. 4.50 Compras y Proveedores 1.40 Revisión, Planificación y comunicación de Resultados de Programas y Servicios (Rendición de Cuentas a Grupos de Interés) 5.70 Revisión, Planificación y Comunicación de Revisión del Sistema de Calidad (Participación de Grupos de Interés en SGIC) 5.100 Mejora Continua 5.90 Seguimiento y Medición de los Programas y Procesos	
Documentación generada (Registros de Calidad):	Objetivos estratégicos Plan de Campañas Informe de Impactos de campañas en función de segmentos Material Gráfico Revista ESIC Web de ESIC Anuncios en medios Política de Mantenimiento de Canales Webs de ESIC Política de Firmas para el Personal Docente y No Docente de ESIC Política de Actualización y Codificación de Folletos	
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Dirección de Marketing de ESIC 	Dirección de Calidad Académica del Área Universitaria y Dirección de Calidad Académica de Postgrado y Executive Education de ESIC  	Dirección de Desarrollo Corporativo y de Negocio de ESIC 
Fecha: 21 septiembre 2018	Fecha: 21 septiembre 2018	Fecha: 21 septiembre 2018

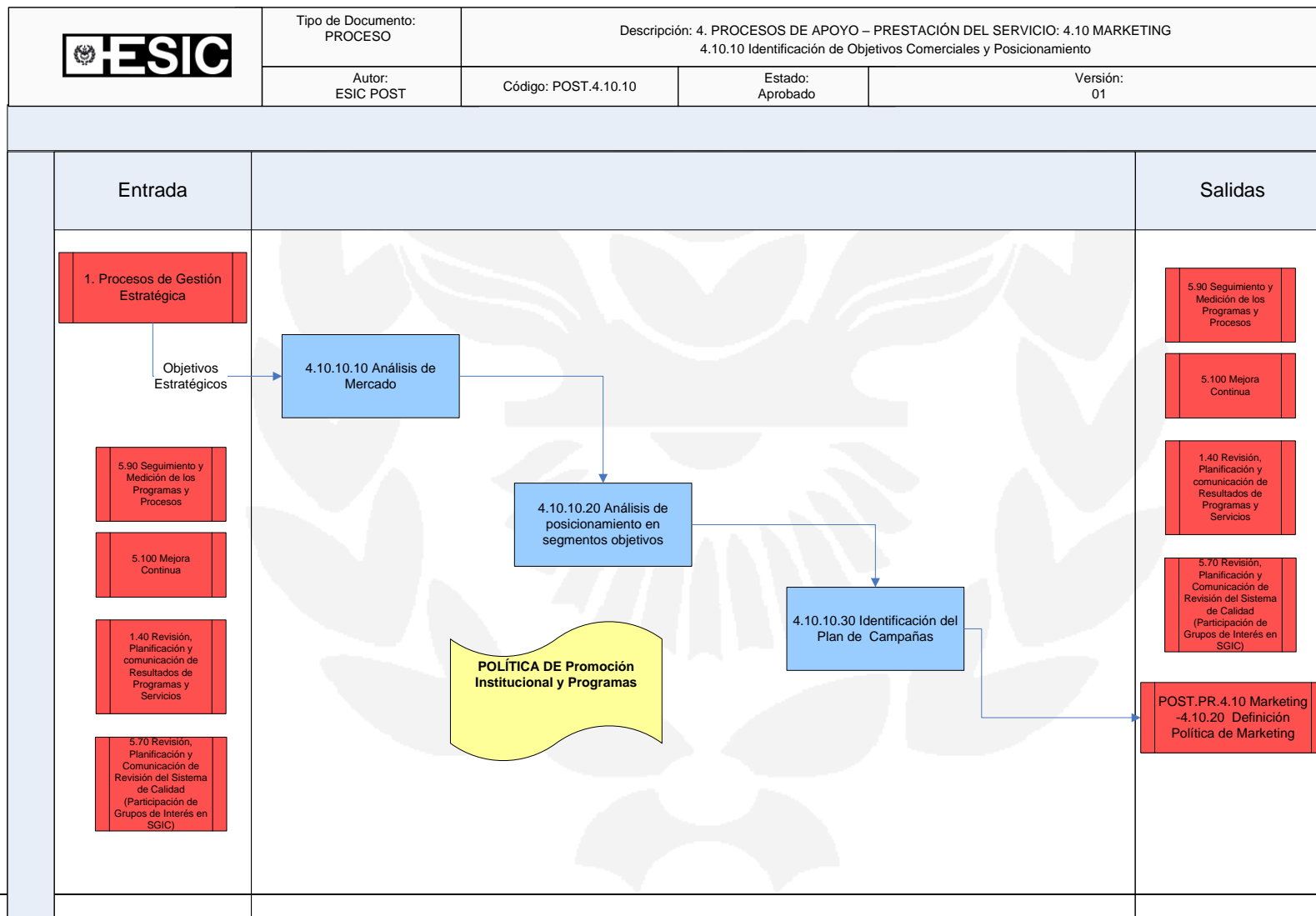
Otros Grupos de Interés:	
<ul style="list-style-type: none"> • Profesores • Estudiantes • Personal de Gestión • Sociedad: padres y profesores de secundaria 	Participan representados a través de las Comisiones de Titulación y Comité de Garantía de Calidad del Área de Postgrado y Executive Education y acceden todos a la información pública en la web. Este grupo participa siempre a través del Comité de Garantía de Calidad participando desde la definición, desarrollo, revisión y resultados del alcance de este procedimiento, a través del Procedimiento 5.70
<ul style="list-style-type: none"> • Futuros estudiantes 	Son encuestados en el momento de la matriculación para conocer su motivación, y expectativas respecto a la titulación y a la Universidad, en general. Este grupo participa siempre a través del Comité de Garantía de Calidad participando desde la definición, desarrollo, revisión y resultados del alcance de este procedimiento, a través del Procedimiento 5.70
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección General 	Establecer la estrategia a alto nivel para la escuela a medio y largo plazo, Revisión de indicadores clave en ESIC. Dirección de personal y recursos
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas y egresados 	Representados dentro de la estructura de la Escuela. Son consultados por medio de cuestionarios o reuniones bilaterales. Este grupo participa siempre a través del Comité de Garantía de Calidad participando desde la definición, desarrollo, revisión y resultados del alcance de este procedimiento, a través del Procedimiento 5.70
Normativa Interna y Externa:	Política de Promoción Institucional y Programas Directrices generales para la elaboración de programas formativos de ESIC Normativa propia de ESIC. Manual de imagen corporativa de ESIC
Fecha de interés:	Todo el año
Indicadores Propuestos:	<p>Grado de efectividad de las campañas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CAMPAÑAS ON LINE: <ul style="list-style-type: none"> - Media mensual de Tipo de Tráfico en la Web de ESIC: Visitas; Usuarios únicos; Páginas vistas; % nuevas visitas; Tiempo medio en visitas (minutos) - %Orígenes de tráfico en la página esic.es: Motores de búsqueda; Tráfico directo; Web de referencia - % Seo vs Sem: Posicionamiento orgánico; Posicionamiento pago - Nº Peticiones de información a través de esic.edu: leads en master; leads en Postgrado y Executive Education; leads en Área Universitaria - Campaña en adwords. Sistema de medición CTR: Ratio de impresiones entre clics % de rebote - Medición % calidad de bases de datos de Email marketing: clics; solicitudes de información; descarga o impresión de folletos/documentación... • CAMPAÑAS OFF LINE: <ul style="list-style-type: none"> - Nº de Inscripciones por cómo nos conociste (Información obtenida de los formularios de inscripción): Recomendación personal; online; prensa; radio; otros

HOJA DE CONTROL DE EDICIONES	
DOCUMENTO: PROMOCIÓN INSTITUCIONAL Y PROGRAMAS	
Nº EDICION / FECHA	NATURALEZA DE LA REVISIÓN
20/diciembre/2006	Edición de Partida
25/julio/2007	Inclusión en el procedimiento de los requisitos del resto de programas de postgrado
2/ Noviembre 2009	Adaptaciones a AUDIT: inclusión de 5.70, 1.40, 5.90 y 5.100 como elementos de entrada y salida. Cambio del título del procedimiento
3/Abril /2010	Adaptaciones a las mejoras propuestas por la Comisión de Evaluación de AUDIT: se incluye detalle del indicador de medición de este procedimiento.
4/24 Mayo 2010	Eliminación del sello de certificación SGS
5/1 septiembre 2012	Inclusión de la Política de Mantenimiento de Web y de Firmas en Correos Electrónicos. También se especifica la actualización de web debida a actualización de folletos.
6/21 septiembre 2018	Se actualizan los puestos, así como los implicados en el procedimiento. Se actualizan los indicadores Se revisa el procedimiento en general y se incluye el procedimiento 4.70 Rankings y otros reconocimientos.

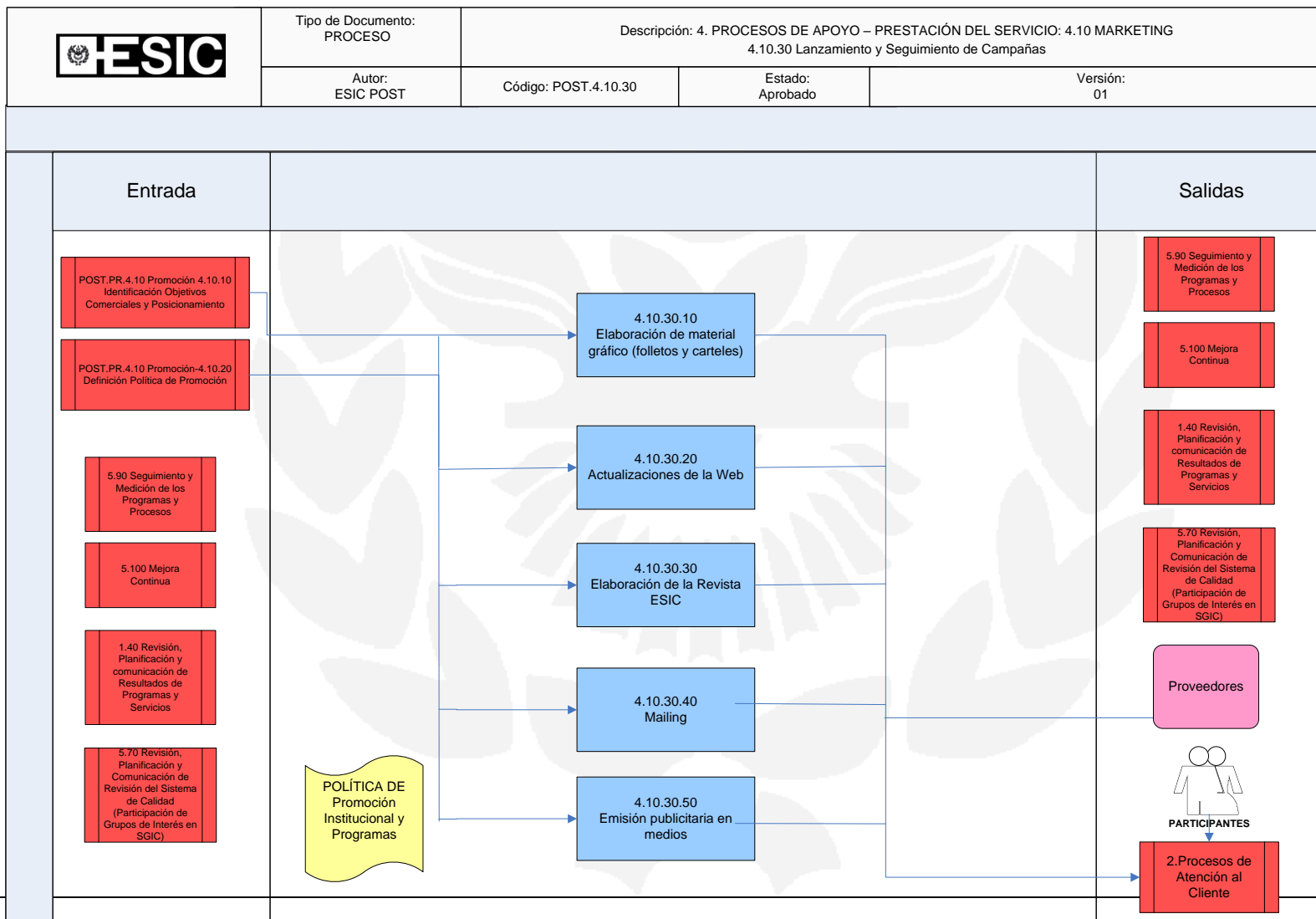
POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



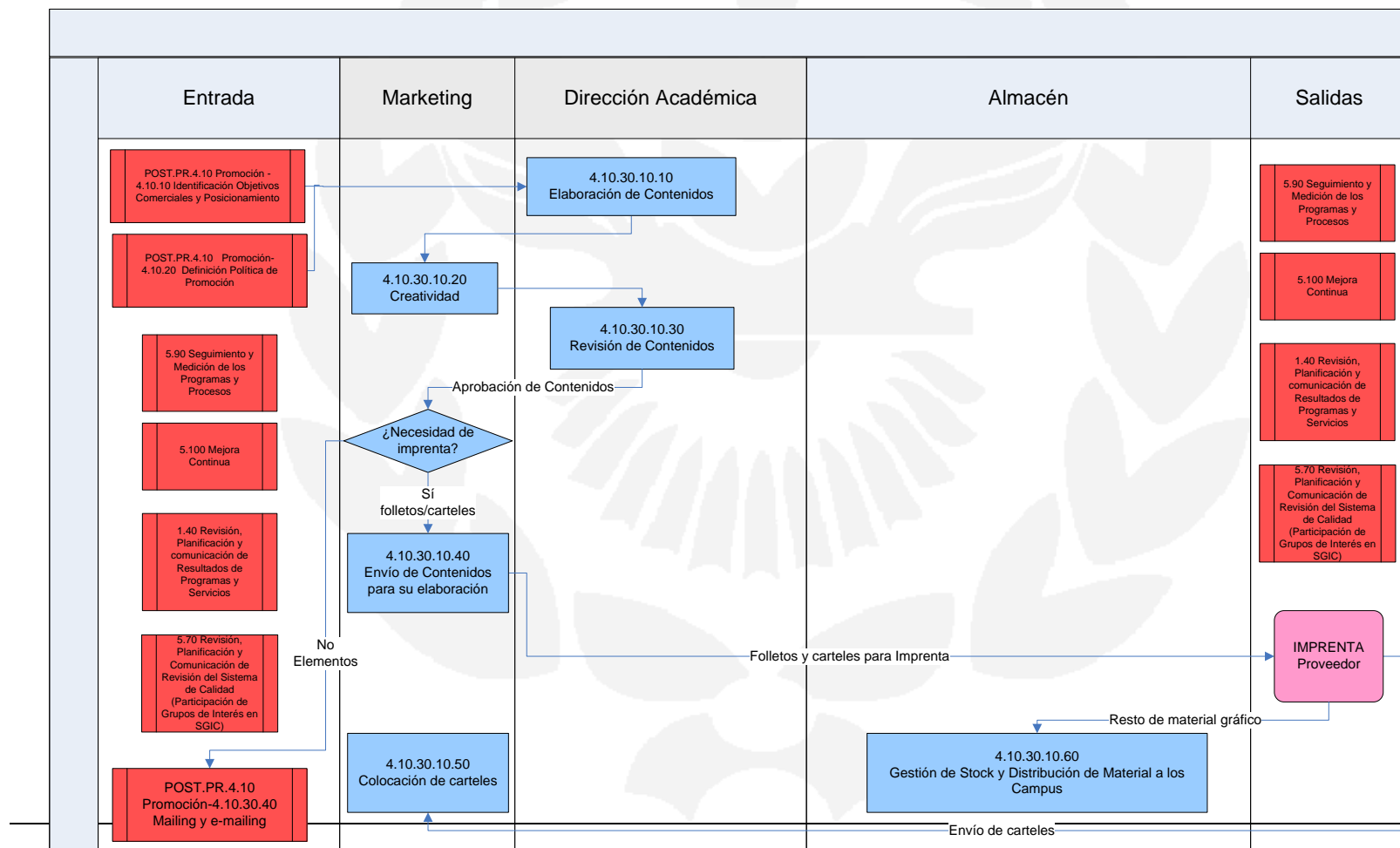
POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



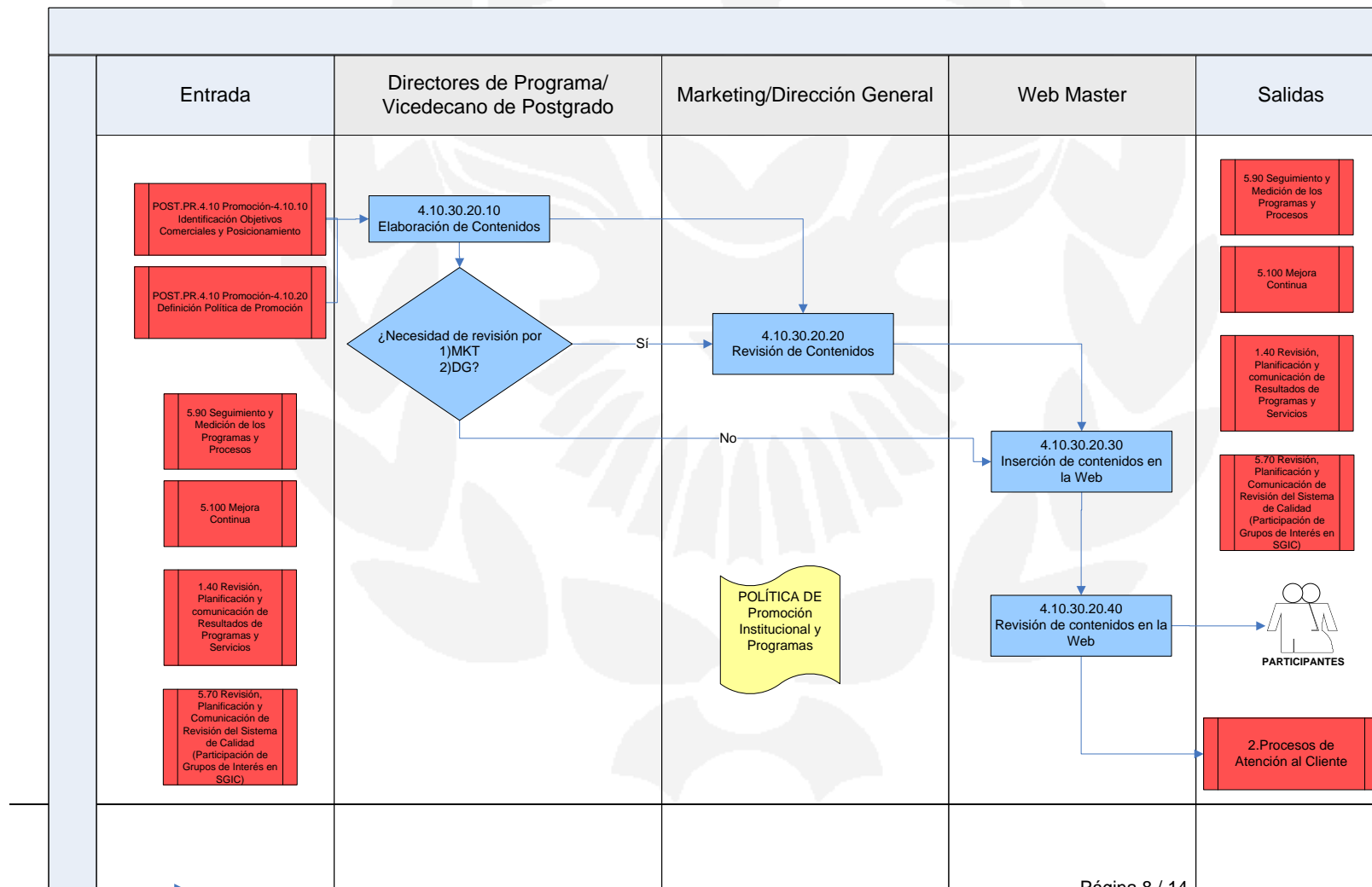
	Tipo de Documento: PROCESO	Descripción: 4. PROCESOS DE APOYO – PRESTACIÓN DEL SERVICIO: 4.10 MARKETING 4.10.30 Lanzamiento y seguimiento de campañas 4.10.30.10 Diseño y distribución de material divulgativo		
	Autor: ESIC POST	Código: POST.4.10.30.10	Estado: Aprobado	Versión: 01



POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



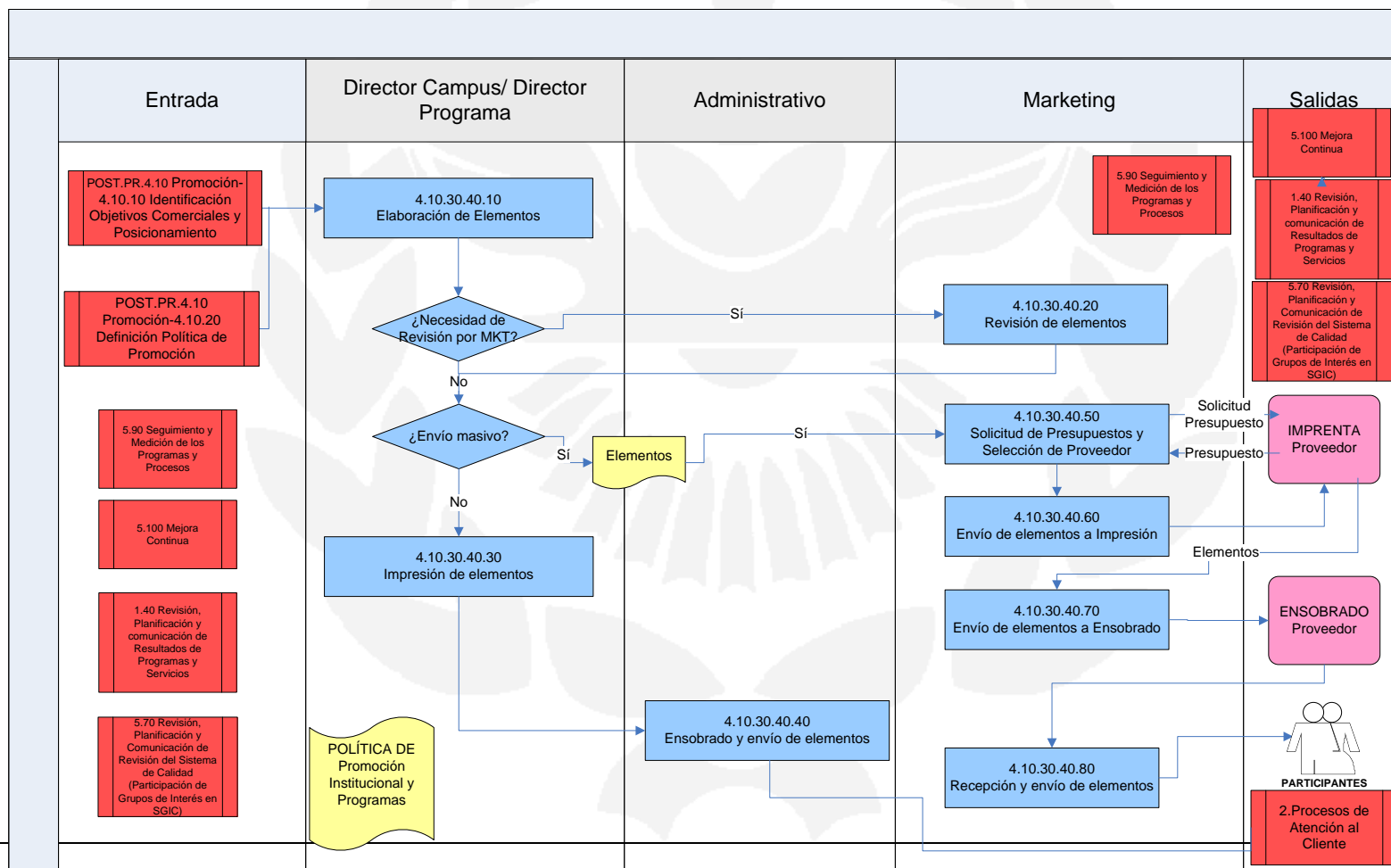
	Tipo de Documento: PROCESO	Descripción: 4. PROCESOS DE APOYO – PRESTACIÓN DEL SERVICIO: 4.10 MARKETING 4.10.30 Lanzamiento y seguimiento de campañas 4.10.30.20 Actualizaciones de la página Web		
	Autor: ESIC POST	Código: POST.4.10.30.20	Estado: Aprobado	Versión: 01



POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



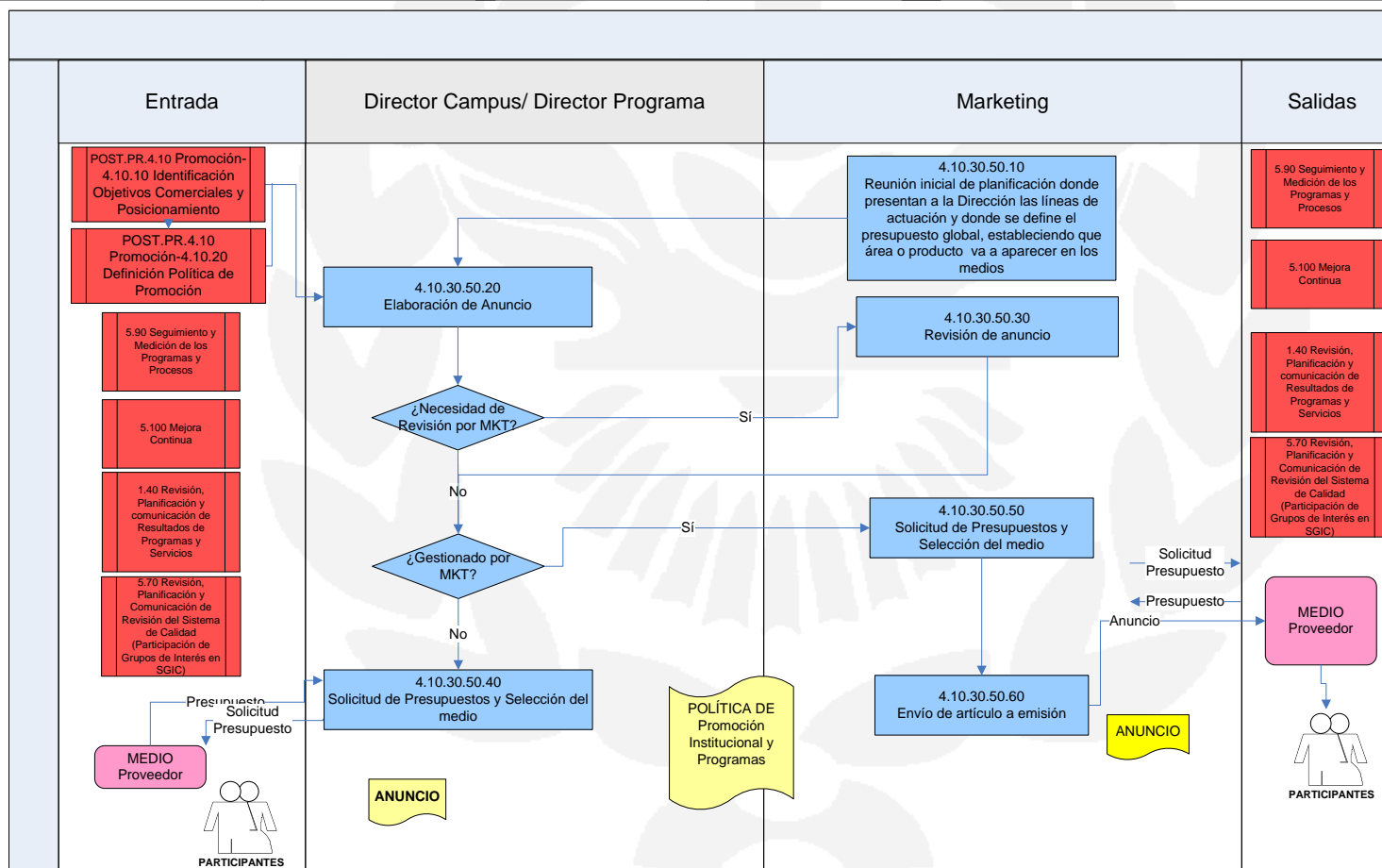
	Tipo de Documento: PROCESO	Descripción: 4. PROCESOS DE APOYO – PRESTACIÓN DEL SERVICIO: 4.10 MARKETING 4.10.30 Lanzamiento y seguimiento de campañas 4.10.30.40 Mailing		
	Autor: ESIC POST	Código: POST.PR.4.10.30.40	Estado: Aprobado	Versión: 01



POST-GR.4.10 Promoción Institucional y de Programas Ed- 6



	Tipo de Documento: PROCESO	Descripción: 4. PROCESOS DE APOYO – PRESTACIÓN DEL SERVICIO: 4.10 MARKETING 4.10.30 Lanzamiento y seguimiento de campañas 4.10.30.50 Emisión publicitaria en medios		
	Autor: ESIC POST	Código: POST.4.10.30.50	Estado: Aprobado	Versión: 01



4.10 PROMOCIÓN INSTITUCIONAL Y PROGRAMAS

El ámbito de actuación del Departamento de Marketing es nacional, y abarca todos los campus. Las actividades que desarrolla este departamento están centralizadas en Madrid.

La Dirección de Marketing junto con la Dirección de Desarrollo de Negocio y a través del jefe producto matricial desarrollan el plan de marketing y de negocio para el cumplimiento del objetivo. Para ello se fijan:

- Objetivos,
- Definición de públicos objetivo,
- Planificación y timing,
- Presupuestos
- Medición de objetivos.

A cierre de año se presenta a la Dirección de Desarrollo Corporativo y de Negocio:

- Plan de Marketing
- Plan de Negocio
- Otros Planes

Una vez aprobados, los mismos, por la Dirección de Desarrollo Corporativo y de Negocio, se presentan a la Comisión para su aprobación final, la cual está formada por: Dirección General, Secretaría General, Dirección de Desarrollo Corporativo y de Negocio y Dirección de ESIC Experience. Una vez aprobado el Plan de Marketing, se les hará llegar a los Campus.

Cada miembro del Comité comunica, a los Equipos, los Planes que previamente han sido aprobados.

Una vez definidos y aprobados los objetivos comerciales, de nº matriculados, por la Dirección de Desarrollo Corporativo y de Negocio, junto con la Dirección de Desarrollo de Negocio y la Dirección de Marketing, se ejecuta plan de acción recogido en los planes dentro de ambas unidades.

La decisión para la asistencia a Ferias y para la Organización de Eventos, se consensua con la Dirección de Desarrollo de Negocio y se declara en los Planes anuales.

4.10.10 Identificación de Objetivos Comerciales y Posicionamiento:

El Departamento de Marketing, en base a los objetivos estratégicos de la Escuela, debe identificar y definir los objetivos comerciales y el posicionamiento, para lo que lleva a cabo un análisis de mercado, para poder analizar después su posicionamiento en los segmentos objetivo, y poder diseñar el plan de campañas anual.

4.10.10.10 Análisis de Mercado:

El objeto del análisis de mercado es, conocer la oferta de la competencia, y determinar los segmentos objetivo para analizarlos cualitativa y cuantitativamente.

4.10.10.20 Análisis de Posicionamiento en los Segmentos Objetivo:

Una vez determinados los segmentos objetivo, y con el fin de conocer nuestro posicionamiento en éstos, se debe identificar la cuota de mercado, hacer un análisis interno y externo DAFO de los segmentos objetivo, y determinar el potencial de crecimiento en estos segmentos.

4.10.10.30 Identificación del Plan de Campañas:

Con toda la información analizada se formaliza el Plan de campañas, tipo y número de campañas a realizar por tipo de segmento objetivo y el plan de actuaciones anual.

4.10.20 Política de Promoción Institucional y Programas

Se encuentra definida en un documento aparte y define las directrices generales de actuación en el departamento. Además, está definida por la Dirección de Marketing la imagen corporativa que se deberá mostrar en cada canal por todo el personal de ESIC. (Ver **Política de Firmas Docentes y no Docentes de ESIC**)

4.10.30 Lanzamiento y seguimiento de Campañas

En base a los objetivos comerciales y el posicionamiento de la Escuela y teniendo siempre en cuenta la Política de Promoción Institucional y Programas definida, las grandes líneas de actuación del departamento se dividen en:

4.10.30.10 Diseño y distribución de material divulgativo

Elaboración de materiales y folletos necesarios para la promoción de Titulaciones del Área Universitaria y Programas de Postgrado y Executive Education en coordinación con, Jefes de Producto del Departamento de Marketing con Decanatos y Dirección de Desarrollo de Negocio. Una vez definidos, el departamento de Marketing envía a la empresa subcontratada (proveedor homologado) para que lleve a cabo el diseño de los materiales.

Una vez recibida la propuesta de diseño por parte de la empresa externa, el Dpto. de Marketing vuelve a enviarla a los Decanatos correspondientes, para que se revise que los contenidos están correctos y se dé la aprobación al Dpto. para continuar con el proceso.

Si el material ha de ser enviado a imprenta, por ser folletos o cartelería, el Dpto. de Marketing envía a imprenta el contenido y el diseño para su impresión. Se cuenta con proveedores de imprenta habituales.

La imprenta, en el caso de la cartelería hace llegar el material al Dpto para su colocación o envío al Campus correspondiente. El resto de material gráfico llega al Almacén desde donde se gestiona el stock y se distribuye el material por los diferentes Campus.

Si el material no ha de enviarse a imprenta, será utilizado para hacer un mailing o emailing.

4.10.30.20 Web

En lo referente a los contenidos de la web son actualizados, continuamente, a petición de cualquiera de las áreas/departamentos, Institucional, Área Universitaria y/o Postgrado y Executive Education. Será el propio Área o Departamento el que elabore o actualice los contenidos y se los envíe a Marketing para su revisión. Si se requiere la revisión de la Dirección General se hará antes del envío de los contenidos al Departamento, para su inserción en la Web.

Para la actualización de la WEB se llevará a cabo según marca la **Política de Mantenimiento de Canales Web de ESIC**.

Además, el Departamento de Marketing hace:

- Seguimiento de Call to Actions
- Análisis de web, mapas de calor y comportamiento de usuarios
- Mejora de usabilidad

4.10.30.30 Mailing

En función de la necesidad, ante la celebración de un evento o la venta de un producto, el Departamento de Marketing define el perfil de las personas a las cuales está dirigido dicho evento o material informativo. En función de dichos perfiles, y de la disponibilidad de los datos de dichas personas en ESIC, se adquiere o no dicha información a los proveedores pertinentes.

Acto seguido o en paralelo, se diseña y elabora el material gráfico a enviar según lo descrito en el apartado 4.10.30.10 “Diseño y distribución de material divulgativo” de este mismo procedimiento.

Una vez recibido el material gráfico, el personal del Departamento de Marketing realiza la impresión de los sobres. El ensobrado podrá estar o no subcontratado

4.10.30.40 Emisión publicitaria en medios

La elaboración del anuncio la realiza el Dpto. de Marketing corporativo existiendo una coordinación y revisión conjunta con el Director del Campus/Área.

La gestión de la inserción del anuncio en el medio puede ser realizada por el personal de Departamento de Marketing o por el Director de Campus o el Director de Programa inicialmente implicados.

Todas las campañas se adaptan a las necesidades de los diferentes mercados, adecuando los mensajes, contenidos web y materiales para la captación de alumnos internacionales.

El Departamento de Marketing, monitoriza todas las campañas lanzadas, semanalmente y mensualmente con el objetivo de corregir posibles desviaciones frente a los objetivos y planes aprobados.

Además, los Jefes de Producto tanto del Área Universitaria como del Área de Postgrado y Executive Education, mantienen reuniones mensuales con los equipos comerciales para el análisis, seguimiento y grado de cumplimiento de los objetivos marcados.

4.10.40 Rankings y otros Reconocimientos

Una vez aprobado el Plan de Ranking y otros Reconocimientos se realizará la comunicación del inicio de un proceso a la Dirección de Marketing, quién en paralelo al proceso de ranking/reconocimiento realizará la gestión/negociación con la Editorial del Medio de comunicación, en caso de ser un medio, además de la contratación previa autorizada de publicidad y similares, en caso de existir opción de publicación o similares.

El departamento de Ranking y otros Reconocimientos realizará la gestión interna con la Dirección de Marketing de ESIC para la contratación de publicidad u otras acciones similares

El Departamento de Ranking y Otros reconocimientos revisará una vez publicados los resultados de cada proceso de ranqueo/reconocimiento y generará una comunicación a la Dirección de Marketing, quien, a partir de esta comunicación, realizará la difusión del resultado con su departamento, en los diferentes canales con revisión previa del Departamento de Ranking y Otros reconocimientos, así como la publicación en la página web corporativa de ESIC, siguiendo su procedimiento

Otros Procedimientos de entrada y salida:

1.40 Revisión, Planificación y comunicación de Resultados de Programas y Servicios (Rendición de Cuentas a Grupos de Interés)

En este procedimiento se analiza, como punto de partida, los resultados obtenidos respecto al alcance que se está analizando en este procedimiento, en la Rendición de Cuentas a los diferentes Grupos de Interés.

Una vez desarrollado el procedimiento se mide la información relevante para rendir cuentas a los grupos de interés que procedan.

5.70 Revisión, Planificación y Comunicación de Revisión del Sistema de Calidad (Participación de Grupos de Interés en SGIC)

Los grupos de interés que procedan en este procedimiento participarán desde la definición/diseño del procedimiento, como desarrollo, evaluación de resultados del mismo.

5.90 Seguimiento y Medición de los Programas y Procesos.

En este procedimiento se medirán los indicadores de interés (listados en la portada resumen de este documento) según marca el procedimiento 5.90 Seguimiento y Medición de los Programas y Procesos.

Una vez medidos los Indicadores, se analizarán como entrada de este procedimiento.

5.100 Mejora Continua

El desarrollo del actual procedimiento podrá dar lugar a mejoras, las cuáles se realizarían según se marca en el procedimiento 5.100 Mejora Continua de ESIC.

La implantación de mejoras, desarrolladas según 5.100 Mejora continua, supondrá a su vez, una nueva entrada del procedimiento aquí descrito