

Plan de marketing para alcanzar el objetivo de ventas 2023 de institución universitaria

Gagliesi, Juan José
Especialización en Marketing y Dirección Comercial
juanjogagliesi@gmail.com

Tema-Pregunta

¿De qué manera el análisis de la arquitectura de marca de cursos, programas, certificados y diplomaturas contribuye a la creación del plan de marketing para esta unidad de negocios y el cumplimiento de sus objetivos de venta?

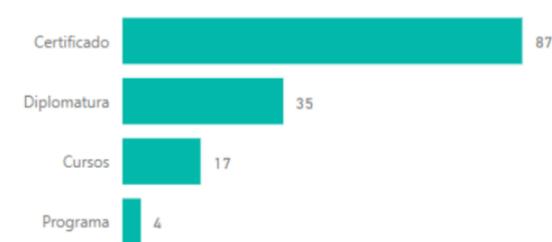
Objetivo/s

Analizar el modelo de arquitectura de marca de cursos, programas, certificados y diplomaturas, con el fin de desarrollar un plan de marketing integral que permita incrementar las ventas de 2023 en un 30% respecto al año anterior.

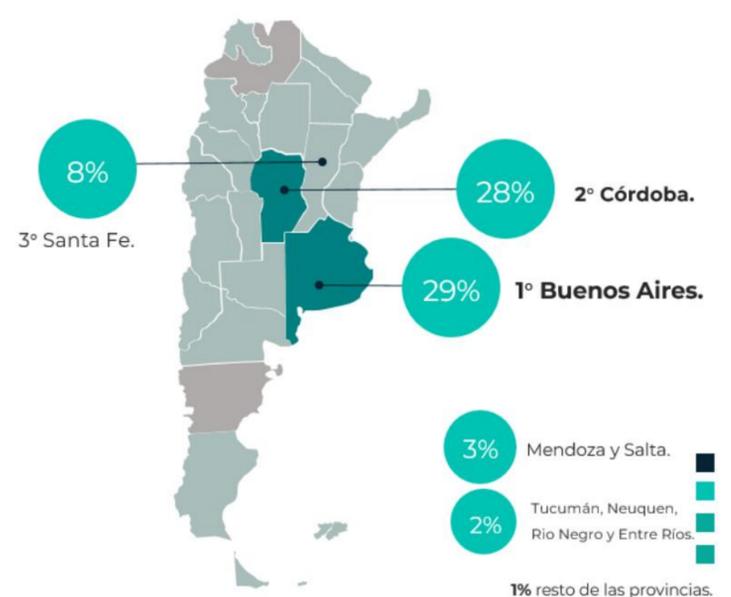
Discusión

Se realiza un análisis de la cartera de productos + encuestas a estudiantes para conocer las razones y los motivos por los cuales eligieron a Siglo 21 para la formación

Tipología de programa y áreas del saber:



Q de estudiantes ingresantes por modalidad y por provincia:



Principales resultados

Estrategia de producto.

Esta unidad se compone de más de 143 programas. A nivel estratégico y presupuestario, no es viable para la Universidad invertir dinero, recursos y tiempo de manera igualitaria en todos los programas, ya que no todos rinden de la misma manera ni generan el mismo volumen de ventas.

Con base en esta premisa y teniendo en cuenta que el desafío es proponer un modelo que permita trabajar con una visión estratégica de toda la cartera, se propone crear una nueva matriz hasta ahora inexistente en la que los programas se agrupen en bloques en función de su rendimiento comercial. Mediante este tablero, será posible detectar cuáles son los más demandados por el público objetivo y se establecerán más acciones de generación de pauta publicitaria, difusión y conversión de prospectos en ellos.

El criterio de la matriz es el siguiente:

- **Bloque 1:** programas que superen los 200 nuevos ingresantes.
- **Bloque 2:** programas que van de los 100 a 199 nuevos ingresantes.
- **Bloque 3:** programas que van de los 20 a 99 ingresantes.
- **Bloque 4:** programas que van de 1 a los 19 ingresantes.
- **Bloque 5:** programas sin ingresantes.

