



Descripción

La necesidad

Para ampliar su capacidad de atraer miles de nuevos alumnos cada año, SSC deseaba conocer en profundidad las preferencias de los estudiantes. ¿Cómo podría brindar la innovación digital necesaria para alcanzar sus metas?

La solución

Al combinar patrones de navegación sitio Web/visitante con datos demográficos de redes sociales, el instituto entrega contenido online a medida y formularios de admisión precompletados a los alumnos potenciales.

El beneficio

El compromiso proactivo ayuda a crear vías de ingreso personalizadas; los nuevos alumnos pueden completar los formularios de admisión en 25 segundos; y se predice que las admisiones anuales globales se van a incrementar un 15 por ciento en tres años.

South Staffordshire College

Gracias al marketing digital personalizado y atractivo se tendrá un aumento de más del 15 por ciento en las admisiones globales

¿Qué pasaría si las instituciones educativas pudieran comprender los intereses de cada alumno potencial, y ofrecerle la información que está buscando, mucho antes de que el alumno esté dado de alta?

South Staffordshire College (SSC) está utilizando patrones de búsqueda individual y perfiles de redes sociales para obtener una profunda comprensión de los nuevos alumnos potenciales que visitan su sitio y ofrecerles contenido atractivo y a medida, lo que incrementa las admisiones en más del 15 por ciento.

Con cuatro campus en Lichfield, Cannock, Tamworth y Rodbaston, e instalaciones comerciales que incluyen un teatro, un club ecuestre y un zoológico, SSC es uno de los centros principales de Staffordshire de educación superior. En total, el instituto mejora las experiencias de aprendizaje de más de 20.000 estudiantes en la región.

Para South Staffordshire College, ofrecer experiencias destacadas a los alumnos implica una innovación constante. “Ahora comprendemos mejor qué es lo que les importa a los alumnos actuales y potenciales, y eso nos ayuda a construir los tipos de experiencias para el alumno que fomentan las admisiones año tras año”, afirma Jamie Smith, gerente de estrategia e infraestructura de South Staffordshire College.



Componentes de la solución

Software

- IBM® Digital Analytics
 - IBM Digital Analytics Explore
 - IBM Marketing Center
-

Innovar para atraer nuevos alumnos

Para mantener su posición de líder en la región, SSC se compromete a innovar continuamente, para ofrecer una enseñanza de alta calidad, las calificaciones requeridas e instalaciones de última generación.

Shaun Mynett, innovador digital de South Staffordshire College, afirma: “Nuestros alumnos ayudan a hacer de la institución un entorno dinámico e interesante, y siempre estamos buscando nuevas maneras de mostrar a los nuevos alumnos potenciales los beneficios de nuestros campus”.

“Antes, teníamos un enfoque únicamente impreso para el marketing, lo que dificultaba la comunicación de nuestros ofrecimientos más relevantes en materia educativa y comercial. Además, cuando enviábamos nuestros folletos impresos y comprábamos anuncios en espectaculares, no teníamos forma de controlar si lograban llegar y atraer nuevos candidatos”.

Entablar una conversación

En SSC se dieron cuenta de que el sitio Web representaba una oportunidad para pasar de una estrategia de marketing únicamente impresa a una conversación en tiempo real con potenciales alumnos, y ayudar a convertirlos en nuevos candidatos.

Graham Morely, CEO y Director de South Staffordshire College, destaca: “El surgimiento de las redes sociales está cambiando completamente la manera en que nos comunicamos: la gente espera interactuar con las organizaciones educativas de una manera más personal e inmediata que antes. Para llegar a los alumnos potenciales, queríamos transformar nuestro sitio Web en una experiencia realmente interactiva”.

Elegir una solución comercial más inteligente

Con el objetivo de ayudar a hacer realidad su visión, la institución contrató a IBM para implementar una solución apoyada en el software IBM® Digital Analytics, y configurar el software basado en la Nube a fin de habilitar un enfoque personalizado para el marketing.

Jamie Smith, gerente de estrategia e infraestructura de South Staffordshire College, afirma: “Elegimos IBM Digital Analytics porque estábamos muy impresionados por las competencias de IBM en el espacio del marketing online. Después de comentarle nuestros objetivos al equipo de IBM, tuvimos absoluta confianza en su capacidad de cumplir con cada aspecto del proyecto: desde la planificación y el diseño hasta la implementación y el soporte”.

Entrega de contenido personalizado

Anteriormente, SSC no tenía manera de comprender quién estaba visitando su sitio Web y con qué frecuencia, ni qué páginas estaba visitando. Ahora, el instituto puede usar herramientas analíticas automatizadas e intuitivas para comprender en profundidad cómo la gente está usando su sitio Web, y así ofrecer contenido relevante y personalizado.

“Al entablar un contacto proactivo con alumnos potenciales, esperamos fomentar un 15 por ciento las admisiones a los cursos”.

— Jamie Smith, Gerente de Estrategia e Infraestructura de South Staffordshire College

“Ahora podemos ver a cada uno de los visitantes que pasan por nuestro sitio, y calcular su edad y sus gustos según las páginas que visita”, destaca Jamie Smith. “Si un estudiante potencial explora nuestros 16-18 cursos de negocios y actividades extracurriculares como fútbol, en su próxima visita le podemos ofrecer un folleto a su medida y la posibilidad de participar en la lista de e-mails de nuestro club de fútbol, lo que fomenta la captación de nuevos alumnos”.

“Además, nuestras actividades de marketing digital van más allá del sitio Web. Los alumnos potenciales que ya hayan visitado nuestro sitio van a ver banners personalizados en otros sitios, lo que nos ayuda a atraer más gente a nuestro sitio y aumentar el éxito de cada campaña”.

Incrementar un 15 por ciento las admisiones

SSC ha alcanzado su meta de transformar su sitio Web en una experiencia interactiva y atractiva para los alumnos potenciales.

“Nos dimos cuenta de que cuanto antes se pueda atraer a alumnos potenciales, y de la manera más personalizada posible, es más probable que les interese lo que tenemos para ofrecerles”, agrega Jamie Smith. “Esperamos un aumento del 15 por ciento en las admisiones anuales en los próximos tres años”.

Responder a las necesidades del alumno

SSC ahora puede usar la popularidad de las redes sociales para comprender y aumentar su capacidad de respuesta a las necesidades de los alumnos.

“Usando la integración con Facebook y Twitter, podemos ver de qué manera la gente habla de nosotros online y en tiempo real, y asegurarnos de que cada alumno pueda expresar su opinión”, dice Jamie Smith. “El conocimiento social nos permite empoderar la opinión del alumno al enfocar nuestros recursos en promover los aspectos populares de nuestro ofrecimiento y corregir posibles problemas rápidamente, desde cosas pequeñas, como la comida que servimos en nuestros comedores, hasta el contenido de los cursos y los exámenes”.

Optimizar el proceso de admisión

La integración de las redes sociales también permite que SSC optimice enormemente su proceso de admisión.

“Tradicionalmente, solicitar el ingreso a institutos de educación superior era un proceso arduo, con muchos papeles que completar y que puede llevar horas”, dice Jamie Smith. “Para evitar desalentar a alumnos potenciales, utilizamos información demográfica única, capturada sin problemas a través de múltiples interacciones con nuestro sitio y con redes sociales, para precompletar el formulario de admisión de cada alumno”.

“Ahora completar los formularios de admisión lleva tan sólo 25 segundos, diez veces menos que antes, lo que acelera la solicitud de ingreso y elimina barreras para nuevos alumnos”.

Con miras al futuro

SSC está planificando nuevas maneras de utilizar campañas digitales para convertir alumnos potenciales en nuevos candidatos.

“Nuestros alumnos actuales son, para nosotros, los embajadores de nuestra marca”, agrega Jamie Smith. “Basándonos en nuestra presencia online, podemos facilitar que nuestros alumnos comuniquen su satisfacción a sus compañeros, y eso nos ayuda a atraer nuevos alumnos en toda la región”.

Para más información

Si desea más información acerca de las soluciones IBM Smarter Commerce, póngase en contacto con su representante o socio de IBM, o visite el siguiente sitio: ibm.com/smartercommerce



© Copyright IBM Corporation 2014

IBM United Kingdom Limited
PO Box 41
North Harbour
Portsmouth
Hampshire, PO6 3AU

Producido en el Reino Unido
marzo de 2014

IBM, el logo de IBM, ibm.com y Smarter Commerce son marcas comerciales de International Business Machines Corp., registradas en muchas jurisdicciones de todo el mundo. Los nombres de otras empresas, productos y servicios pueden ser marcas registradas de IBM o de terceros. Existe una lista actual de las marcas comerciales de IBM en “Copyright and trademark information” de ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Este documento es vigente a partir de la fecha inicial de publicación, y puede ser modificado por IBM en cualquier momento. No todos los productos y servicios están disponibles en todos los países en los cuales IBM está presente.

Los datos sobre el rendimiento y los ejemplos de clientes citados se presentan únicamente para fines ilustrativos. Los resultados reales del rendimiento pueden variar según las configuraciones y las condiciones de funcionamiento específicas. Es responsabilidad del usuario evaluar y verificar el funcionamiento de cualquier otro producto o programa con productos y programas IBM. LA INFORMACIÓN DE ESTE DOCUMENTO SE PRESENTA TAL Y COMO FUE CREADA, SIN NINGUNA GARANTÍA, EXPRESA O IMPLÍCITA, INCLUSO SIN NINGUNA GARANTÍA DE COMERCIALIZACIÓN, ADECUACIÓN PARA UN PROPÓSITO PARTICULAR NI NINGUNA GARANTÍA O CONDICIÓN DE NO VIOLACIÓN. Los productos de IBM están garantizados según los términos y condiciones de los contratos bajo los cuales fueron provistos.

El cliente es responsable de garantizar el cumplimiento con las leyes y reglamentaciones aplicables. IBM no ofrece asesoramiento legal ni representa o garantiza que sus servicios o productos van a asegurar que el cliente cumpla con cualquier ley o reglamentación. Las declaraciones acerca de la futura dirección e intención de IBM están sujetas a modificaciones o restricciones sin previo aviso, y representan únicamente metas y objetivos.



Por favor reciclar