

# DINAMITZACIÓ DE LES TIC

Espais web i plataformes educatives en línia

## Índex

<b>1. Introducció.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Pàgines web dels centres educatius.....</b>	<b>5</b>
2.1. Els avantatges dels sistemes de gestió de continguts.....	5
2.2. Sistemes més flexibles i col·laboratius.....	8
<b>3. Plataformes educatives o aules virtuals.....</b>	<b>9</b>
3.1. Alguns usos i aplicacions de les aules virtuals.....	10
3.1.1. <i>Sala de professorat virtual</i> .....	10
3.1.2. <i>Professorat individualment</i> .....	11
3.1.3. <i>Grups de treball</i> .....	11
3.1.4. <i>Assessorament via Web</i> .....	12
3.1.5. <i>Tutoria en línia</i> .....	12
3.2. L'elecció del servidor.....	12
<b>4. Blogs, Weblogs o Bitàcoles.....</b>	<b>14</b>
4.1. Però, què és un blog?.....	14
4.2. Anatomia d'un blog.....	15
4.3. Possibilitats quasi il·limitades.....	16
<b>5. Edumàrketing.....</b>	<b>17</b>
5.1. Els 5 pilars imprescindibles de l'estratègia de màrqueting de qualsevol institució educativa.....	17
5.1.1. <i>Presència: web i omnicanalitat</i> .....	17
5.1.2. <i>Visibilitat per al màrqueting educatiu</i> .....	19
5.1.3. <i>Segmentació</i> .....	19
5.1.4. <i>Atracció i captació</i> .....	19
5.1.5. <i>Transparència</i> .....	20

**7. Bibliografia.....21**

# 1. Introducció

Actualment, són pocs els centres educatius que no utilitzen Internet com a via de difusió i informació pública o com a recurs de suport a la seua tasca docent. Són molts els centres escolars que han adoptat com a primera iniciativa per a obrir-se un buit en la xarxa l'elaboració de pàgines web amb propòsits informatius. Tot i que són bastants menys els que han incorporat al seu catàleg de serveis una plataforma virtual de formació per a gestionar cursos i altres activitats diverses. Però les dificultats segueixen sent moltes a l'hora d'incorporar plenament als nostres centres l'ús de les noves eines que la societat de la informació ens ofereix i explotar tot el seu potencial educatiu.

Afortunadament van apareixent noves eines per a fer-nos la tasca més senzilla i que posen a l'abast de qualsevol, sense massa coneixements tècnics, sistemes per a generar i publicar contingut en Internet molt fàcils d'utilitzar. En aquest tema tractarem de fer un recorregut per algunes de la principals opcions de les quals disposa un centre per a millorar la seua presència en Internet i ampliar la seua oferta educativa i de serveis incorporant sistemes d'ensenyament en un entorn web. Parlarem de blogs i plataformes educatives, però tractarem de fer un plantejament global analitzant el sentit i la utilitat que pot tenir cadascuna d'aquestes eines.

Adoptarem com a punt de partida la idea que allò important és que progressivament els centres educatius i professorat anem guanyant terreny en un mitjà que habitualment s'associa més amb oci i entreteniment que amb educació i formació.

## 2. Pàgines web dels centres educatius

La primera experiència que molts centres han tingut en l'ús de les eines en la web ha sigut l'elaboració de la seua pàgina web oficial amb l'objecte de tenir presència en Internet, donar a conèixer la seua oferta educativa i de serveis i mantenir informada a la comunitat escolar i al públic en general sobre el que en el centre esdevé.

Són llocs sorgits en la seua majoria a iniciativa d'una o com a molts dues persones en el centre amb alguns coneixements sobre els sistemes clàssics de publicació de pàgines web (llenguatge html i programes FTP) i els continguts dels quals s'actualitzen amb escassa freqüència. El treball d'edició i publicació sol centralitzar-se també en una única persona a la qual s'atribueix el paper d'experta ja que la tecnologia utilitzada no fa fàcil que qualsevol pugua col·laborar en la tasca.

Però afortunadament en els últims anys els sistemes per a publicar continguts en Internet han avançat molt per a fer aquesta tasca més fàcil i per a incorporar a les pàgines web l'ús de noves funcionalitats que les doten de major dinamisme i interactivitat.

### 2.1. Els avantatges dels sistemes de gestió de continguts

Els moderns CMS (acrònim en anglès de *Content Management System* o Sistema de Gestió de Continguts) són aplicacions programades per experts que s'instal·len en l'ordinador servidor en el qual s'allotja la nostra pàgina web i que ens fan la tasca molt més senzilla als qui no som experts.

Són aplicacions específicament pensades per a desenvolupar i gestionar portals en Internet i en la major part dels casos són aplicacions de codi obert i d'ús lliure i gratuït. Les quals cal instal·lar en un servidor web.

Tant la instal·lació com el treball posterior d'edició i administració es realitzen a través d'una interfície web (es a dir, a través d'un navegador) i ens permeten disposar en qüestió de minuts d'una plantilla inicial amb algunes dades d'exemple a partir de la qual desenvolupar un vistós i complet portal afegint els continguts, menús i elements visuals desitjats.

**Solucions Web per a un centre educatiu**

- Pàgina Web institucional
  - Aparador públic
  - Via de difusió
  - Via de comunicació i consulta
- Plataforma educativa o aula virtual
  - Entorn virtual de formació para a ensenyament a distància o com a suport a l'ensenyament presencial
  - Comunicació privada entre professors o entre alumnes i professors.
- Blogs o Bitàcoles
  - Una bona forma d'iniciar-se
  - Substitut de portals i plataformes si no comptem amb mitjans suficients.
  - Complement de portals i plataformes.

Una altra característica important dels gestors de contingut és que amb ells disseny i contingut es manegen de forma independent. L'estètica es basa en plantilles (*templates* i *themes*) predisenyades. Açò permet modificar i donar-li en qualsevol moment un disseny diferent al lloc sense haver de donar-li de nou format al contingut. Aquests últims, juntament amb les dades de configuració i la informació dels usuaris, s'emmagatzemen en una base de dades protegida a la qual l'aplicació accedeix per a consultar la informació que ha de mostrar en cada pàgina.

<b>Web estàtica</b>	<b>Web dinàmica</b>
Necessitat de coneixements tècnics especialitzats per a l'edició del contingut.	Necessitat de coneixements tècnics només per a instal·lar i configurar però no per a afegir o editar contingut.
Necessitat d'aplicacions específiques <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programes de disseny / edició</li> <li>• Programes d'FTP</li> </ul>	Gestor de continguts predisenyat. Maneig des d'un navegador Web.
L'important és el disseny	L'important és el contingut. Disseny basat en plantilles
Treball centralitzat en una persona experta o administradora de webs que dissenya i edita.	Major repartiment de responsabilitats: rol d'administrador, rol d'editor.
Menor participació del personal del centre	Major participació i treball col·laboratiu.
Menor interacció amb usuaris Poc Feedback	Major interacció amb usuaris Major Feedback
Informativa	Per a consultar i interactuar.
Escassa actualització	Actualització amb major freqüència
<b>Web 1.0</b>	<b>Web 2.0</b>

## 2.2. Sistemes més flexibles i col·laboratius

Els CMS permeten, a més, la participació de diversos autors en el desenvolupament i manteniment del sistema gràcies a la possibilitat d'assignar diferents nivells d'ús i administració a diferents usuaris. Amb açò es pot fer una gestió col·laborativa alhora que controlada del lloc web i aconseguir un millor repartiment de funcions i responsabilitats que estimule la participació. Per exemple, una alumna o qualsevol un altre membre de la comunitat educativa prèviament autoritzat podria enviar contingut al sistema que solament seria visible al públic després de ser revisat per una persona administradora.

### **Gestors de Contingut**

*En definitiva, els CMS ens possibiliten convertir una web estàtica tradicional en un complet portal amb diferents funcionalitats i característiques dinàmiques i interactives que facen del nostre lloc una cosa més completa que una pàgina web informativa, alhora que ens faciliten l'edició i actualització del seu contingut.*

La publicació de continguts i la seua actualització es realitza mitjançant un navegador web des de qualsevol ordinador connectat a Internet. Les persones que administren accedeixen amb la seua clau a un panell d'administració des del qual realitzen totes les operacions, incloses les relacionades amb la instal·lació de nous components i mòduls en el sistema.

Finalment, els CMS són sistemes flexibles i amb una estructura modular a la qual es poden anar incorporant progressivament noves extensions (mòduls, components, etc) que van afegint noves funcionalitats. Exemples de CMS són: *Joomla, Drupal, Spip, Xoops*, etc. I tenen darrere una àmplia comunitat d'usuaris que, inspirats en la filosofia del programari lliure, treballen col·laborativament per a millorar cada dia les aplicacions i desenvolupar nous components i extensions que podem afegir a la nostra instal·lació per a incorporar funcionalitats extra.



### 3. Plataformes educatives o aules virtuals

La instal·lació i ús d'un CMS per a gestionar la pàgina web del centre suposa un avanç important i un increment substancial en les seues prestacions. Però no serà estrany que a mesura que anem incorporant noves funcionalitats ens plantejarem altres possibilitats:

*Podriem crear una zona reservada al professorat en la qual puguem publicar i compartir informació i documents en un context privat? Podem crear un espai reservat para que cada docent pugui plantejar treballs als seu alumnat? Podríem disposar d'unes eines per a realitzar tasques de tutoria amb l'alumnat i famílies a nivell individual?*

En resum, caminem cap a que Internet ens servisca també com una via d'intercomunicació amb altres membres de la comunitat escolar, com una banc de recursos específics d'un àrea o assignatura, com una plataforma per a treballar de forma col·laborativa o des de la qual plantejar activitats d'ensenyament i aprenentatge variades que estenguen l'aula més enllà de les seues quatre parets.

Moltes d'aquestes coses podrien fer-se a través dels gestors de contingut comentats en l'apartat anterior, però afegiríem massa complexitat a la seua configuració i al seu maneig. Per a aquest tipus d'usos existeixen també des de fa algun temps aplicacions específicament concebudes i dissenyades. Són els LMS (Learning Management Systems) o Sistemes de gestió de l'aprenentatge, també anomenats plataformes virtuals de formació o aules virtuals.

Es tracta de gestors de contingut específicament dissenyats per a administrar i conduir processos d'ensenyament i aprenentatge en un entorn web més o menys privat i que cada vegada més centres estan afegint al seu repertori de recursos.

Universitats i institucions de formació superior la utilitzen com a eines per a la formació a distància. En les etapes anteriors s'utilitzen més com a suport a l'ensenyament presencial i

com a plataforma de treball col·laboratiu entre els docents. També els centres de formació del professorat estan fent ús d'aquests sistemes en el desenvolupament de cursos, seminaris i grups de treball.

Una vegada realitzada la instal·lació i configuració inicial per la figura de l'administrador del lloc, el seu maneig és molt senzill per al professorat. Cada docent pot crear un o més cursos o espais virtuals de treball amb diferents finalitats i gestionar-los de forma autònoma ja que el que faça en el seu espai privat no afectarà ni al disseny ni al funcionament de la resta de cursos. L'alumnat podrà registrar-se en la plataforma i matricular-se en un o més cursos. Tot el procés pot controlar-se per a permetre l'accés sols a l'estudiantat desitjat i tota l'activitat d'aquest queda registrada perquè el docent pugui realitzar un seguiment constant de cada alumne/a.

Dins de cada curs la persona con el rol de professor pot fer ús dels diferents mòduls o eines que la plataforma integra per a dissenyar i organitzar seqüencialment el procés instructor. Totes les plataformes tenen una utilitat per a la publicació d'anuncis o avisos, una agenda o calendari del curs, un fòrum per a realitzar debats o realitzar consultes, un generador de qüestionaris amb preguntes de diferent tipus (elecció múltiple, vertader o fals, resposta breu, etc) o un mòdul perquè l'alumnat envii els treballs, documents o arxius que els sol·liciten professors i professores.

Alguns sistemes com Moodle permeten a més que el professorat pugui qualificar totes les activitats segons el barem que es decidisca. El sistema calcula la qualificació per al període triat i l'alumnat pot tenir així informació contínua del seu progrés en el curs.

## 3.1. Alguns usos i aplicacions de les aules virtuals

### 3.1.1. Sala de professorat virtual

La sala de professorat virtual és una bona manera de començar a usar una plataforma educativa en un centre. Pot servir perquè el professorat veja la seua utilitat proporcionant un model d'ús i donant pistes als docents sobre com aprofitar les seues possibilitats.

Es pot crear un curs que servisca com a complement o alternativa al tauler d'anuncis de la sala de mestres i al que únicament tinga accés el personal docent del centre.

Publicar avisos, convocatòries o ressenyes de novetats legislatives en línia pot portar menys temps que fotocopiar-les i introduir-les en el caseller de cada docent i de pas, a més d'afavorir l'ús de les TIC en el centre, estarem estalviant paper i tinta o tòner.

L'equip directiu pot també per aquesta via realitzar consultes entre els docents, habilitar un espai per a l'enviament de programacions, memòries, etc. o crear espai de treball col·laboratiu per a diferents grups de professors en els quals aquests poden compartir documents, establir debats, organitzar esdeveniments, etc.

### 3.1.2. Professorat individualment

Un altre ús és el que pot fer el professorat individualment. Pot dissenyar un curs més o menys complet o utilitzar la plataforma només en ocasions puntuals utilitzant-la per a penjar diferents materials i recursos de recolzament en diferents formats (text, imatge, vídeo, so) a mode de mediateca. Pot posar a la disposició dels alumnes material d'estudi addicional o models d'examen, aplicar qüestionaris d'avaluació, etc. Es poden plantejar activitats molt senzilles en les quals simplement es proporcione un material d'estudi en format de text o pdf i es plantege alguna qüestió que els alumnes hagen de respondre en línia.

Altres activitats poden dissenyar-se perquè l'alumne avanci a través dels diferents apartats en els quals es divideix el material d'estudi només si respon correctament a les preguntes que es van plantejant al final de cada fragment. També es poden plantejar activitats més complicades com les activitats tipus «taller» de Moodle en la qual, per exemple, un alumne ha d'autoavaluar els seus propis treballs conforme als criteris proporcionats pel professorat i rebre l'avaluació d'altres companyes i companys, a més de les correccions d'un docent dins d'un procés de treball summament enriquidor.

### 3.1.3. Grups de treball

Són molts els centres de formació del professorat que han començat a utilitzar aquestes eines com a plataforma de treball col·laboratiu entre els membres de seminaris i grups de treball. Poden ser un bon entorn per a elaborar un projecte de forma col·laborativa utilitzant els wikis, els fòrums o els xats que vénen integrats en el sistema, per a planificar un esdeveniment o simplement per a compartir idees i propostes de treball.

### 3.1.4. Assessorament via Web

Les plataformes de teleformació via web gestionades amb sistemes com Moodle poden possibilitar també experiències interessants en les tasques d'assessorament al professorat que es realitzen des de per exemple, el Departament d'Orientació d'un centre d'educació secundària.

Els materials i recursos didàctics que habitualment es proporcionen en paper es poden posar a la disposició dels professors en un entorn web protegit i reservat als usuaris autoritzats. A més de promoure l'ús de Tecnologies de la Informació entre els docents del centre podrem facilitar l'organització i arxiu del material, estalviarem paper i podrem establir una mecanisme de comunicació i intercanvi entre tots complementari a les reunions i el contacte presencial.

### 3.1.5. Tutoria en línia

Sistemes com Moodle són també ideals per a realitzar un seguiment material continu i individualitzat, i podrien establir vies de comunicació privades amb els alumnes i famílies en els moments que es considere oportú.

## 3.2. L'elecció del servidor

Tant els sistemes de gestió de continguts per a portals web com els sistemes per a la gestió de plataformes de teleformació comentats fins ara requereixen que l'ordinador servidor en el qual estan allotjats reunisquen alguns requisits especials. En essència, el servidor web ha de ser capaç d'interpretar el llenguatge PHP en ell estan escrites la major part d'aquestes aplicacions i ha d'incorporar un programa per a gestionar la base de dades SQL en la qual s'emmagatzema la informació que introduïm en el sistema quan configurem nostra web o quan es modifiquen continguts. No tots els proveïdors d'allotjament web tenen aquest tipus de servidors.

Per açò abans d'utilitzar aquest tipus de sistema haurem de decantar-nos per alguna d'aquestes alternatives:

- a) Contractar els serveis d'una empresa proveïdora d'allotjament (hosting web).

- b) Configurar un servidor web local en el nostre propi ordinador i habilitar l'accés al mateix des de l'exterior.
- c) Sol·licitar a l'administració educativa aquest servei.

Cadascuna d'aquestes opcions té els seus avantatges i inconvenients, com per exemple:

<b>Servidor Web de Centre</b>	<b>Servidor Comercial</b>	<b>Servei ofert per l'administració educativa</b>
Necessitat de coneixements tècnics avançats per a la seua instal·lació i administració.	No requereix coneixements tècnics especials. Manteniment tècnic del servidor per l'empresa proveïdora.	No requereix coneixements tècnics especials per part del centre. Manteniment tècnic del servidor per l'administració.
Sense cost econòmic però amb dedicació de personal.	Comporta cost econòmic però no dedicació de personal.	Cost econòmic i de personal repartit entre tots els centres
Capacitat il·limitada (segons disc dur de l'ordinador)	Capacitat limitada al contracte	Capacitat compartida entre tots els centres
Transferències més ràpides dins del centre	Mateixa velocitat de transferència	Transferències ràpides dins de la xarxa de centres.

I si tenim d'una banda el nostre portal web i per altre la plataforma de teleformació disposem a més d'una altra opció: utilitzar diferents solucions per a cada servei. D'aquesta forma cada eina es podrà gestionar per separat i aprofitar els majors avantatges que el servidor local té quant a capacitat i velocitat de transferència d'arxius dins de la xarxa local del centre.

<b>Eina</b>	<b>Tipus de servidor</b>
Portal Web	Servidor Comercial o Administració
Plataforma Educativa	Administració o Servidor Local

## 4. Blogs, Weblogs o Bitàcoles

I on queden els blogs en tot aquest plantejament? Portals i Plataformes no requereixen massa coneixements tècnics d'usuaris però si necessiten personal amb coneixements tècnics suficients per a la seua instal·lació i configuració inicial i també per al seu manteniment tècnic. I aquesta és una condició que no tots els centres reuneixen, almenys de moment.

Quan no hi ha altres mitjans ni possibilitats els blogs poden ser una bona alternativa. Poden fer-se amb ells bastants de les coses que poden fer-se en una plataforma, solament que en un context més global (amb tot el que comporta). En un blog poden crear-se entorns i situacions d'aprenentatge igualment interessants, poden oferir-se materials i propostes de treball, poden proporcionar-se orientacions per a l'estudi, pot crear-se un espai de reflexió i suport per a la tutoria d'un grup, etc. Un blog pot convertir-se també en el quadern de classe d'un alumne, en un diari en el qual realitzar la memòria d'un projecte o en l'espai en el qual elaborar un treball monogràfic en format web.

Un blog també pot ser l'espai en el qual elaborar la pàgina web del centre d'una manera senzilla i fàcil d'actualitzar. Fins i tot proveïdors de blogs com a *Blogger* o *WordPress* ens permeten situar el blog sota el nostre propi domini. Fins i tot podríem combinar nostra web estàtica amb un blog per a disposar d'una eina més dinàmica i fàcil d'actualitzar.

### 4.1. Però, què és un blog?

Per als no iniciats podem dir que un blog, weblog o bitàcola és la forma més ràpida i senzilla de publicar una pàgina web en Internet. No requereix de cap coneixement tècnic especial. Amb solament un ordinador connectat a algun dels múltiples proveïdors gratuïts de blogs disponibles en la xarxa podem tenir el nostre blog personal en qüestió d'uns pocs minuts.

No necessitem contractar cap servidor ni instal·lar cap aplicació. Els portals de blogs com a *Blogger* o *WordPress* ens cedeixen un espai i una adreça personal amb solament triar un nom d'usuari i especificar la nostra adreça de correu electrònic.

Una vegada completat el procés d'alta tindrem ja en marxa el disseny bàsic del nostre blog amb els seus menús i el seu sistema de navegació preconfigurats. Accedint al panell d'administració amb la contrasenya triada podrem començar a dotar-ho de contingut afegint articles, enllaç i altres blocs d'informació a les diferents zones de la plantilla. Els blogs han posat la publicació de continguts a l'abast de molta gent i el seu nombre creix de forma exponencial.

I és que un blog pot servir a finalitats molt diferents. La facilitat amb la qual es manegen i les possibilitats d'interacció que ofereixen els fan molt aptes per al seu ús educatiu per part de professors i alumnes a nivell individual o col·lectiu. De fet a través d'aquestes eines s'estan duent a terme experiències educatives molt interessants en col·legis i instituts de tot el món.

## 4.2. Anatomia d'un blog

La característica dels blogs, a més de la seua senzillesa, és el seu particular format. Tenen l'aspecte d'un diari personal o quadern de bitàcola en el qual es recopilen en ordre cronològic invers articles d'un o diversos autors. Aqueixos articles o entrades tenen una mateixa estructura bàsica:

- Un títol més o menys cridaner.
- El cos central en el qual s'escriu el contingut de l'article i que pot portar text, imatges, hipervíncles o elements multimèdia que «s'importen» d'altres llocs.
- Un enllaç als comentaris que els visitants poden afegir a l'article.
- Altres elements informatius com la data de publicació, el nom de l'autor o la categoria temàtica en la qual l'autor ha classificat l'article.

Tots els blogs solen tenir a més un encapçalament, un peu de pàgina i una o més columnes laterals amb diferents blocs d'informació:

- La informació sobre l'autor.
- L'índex de temes o categories sota les quals s'han classificat els articles.
- Una llista d'enllaços a altres llocs web recomanats per l'autor.

- Logos o bàners publicitaris.
- Etc.

Tots aquests elements són fàcilment configurables des del panell d'administració del blog, igual que la plantilla o disseny que aporta el color i l'estil preferit per l'autor.

### 4.3. Possibilitats quasi il·limitades

Encara que hem comentat que els blogs o bitàcoles poden ser una alternativa quan no disposem d'altres mitjans per a tenir un espai de treball en la xarxa, també són una opció plenament compatible amb els sistemes que hem analitzat en apartats anteriors en la mesura en què el seu format permet un ús més autònom i un control més personal per part del seu autor o autors, així com un major protagonisme i una participació més lliure d'aquests.

El fet que els blogs es moguen en un context públic pot ser també més motivador per a l'alumnat (encara que també alguns poden restringir l'accés a no convidats).

El format blog estimula així l'autonomia i la creativitat de qui els usa, alhora que s'aprèn a utilitzar i traure partit a la multitud d'utilitats gratuïtes disponibles en Internet. I açò és alguna cosa que a molts dels nostres alumnes els pot resultar d'ajuda a nivell laboral o professional en un futur.

Però sens dubte, un dels arguments amb més pes per a defensar el seu ús en l'ensenyament és que els blogs, per la seua senzillesa d'ús, i encara que no totes les administracions educatives s'hagen adonat d'això, són una magnífica forma d'iniciar-se en l'ús de les eines web i de llançar-se al seu ús educatiu.

Els blogs ajuden a familiaritzar-se amb el mitjà, a conèixer i intercanviar experiències amb altres docents que compartisquen les mateixes inquietuds i a crear xarxes de col·laboració entre professionals. L'experiència de crear i administrar un blog individualment o col·lectiva, amb alumnes o amb altres docents, ajuda a familiaritzar-se amb les eines de publicació i a comprendre el funcionament de sistemes més complexos com els que hem vist en apartats anteriors.



## 5. Edumàrketing

Segurament en els centres privats es tinga aquest tema més treballat però la veritat és que fem moltes coses bé i és interessant que es coneguen per a poder ser valorades.

Aquesta valoració ens ajudarà a aconseguir tenir les aules plenes d'alumnes i açò si no ho és, hauria de ser un dels objectius dels centres educatius. Tal vegada en els centres públics no preocupe o no encara però, veure l'interès dels pares per matricular als seus fills en el nostre centre, segur deu ser una cosa molt positiva i sinònim de fer les coses bé. Per açò cada vegada més, les institucions s'adonen de la necessitat d'elaborar estratègies per a aconseguir més alumnes i fidelitzar als quals ja estan o ja han cursat algun tipus de formació.

### Què entenem per màrqueting educatiu?

El **Màrqueting educatiu** engloba totes les eines i estratègies que utilitzen les institucions educatives per a aconseguir captar l'atenció dels seus públics objectiu i convertir-los en els seus clients/alumnes. La idea és demostrar ser la millor opció per al progrés dels seus fills.

### 5.1. Els 5 pilars imprescindibles de l'estratègia de màrqueting de qualsevol institució educativa



Presencia



Visibilidad



Segmentación



Atracción



Transparencia

#### 5.1.1. Presència: web i omnicanalitat

La **web** és, sovint, el primer contacte que tenen els futurs alumnes i pares con el centre educatiu i solen accedir a manera exploració i comparació. No visitaran únicament nostra

web, visitaran moltes altres. Romandran més temps en aquelles webs que siguen capaces de retenir-los captant la seua atenció i oferint-los respostes al que estan cercant.

Els continguts que oferim en la nostra web no han de ser discursos corporatius per a “elegits”. És molt recomanable utilitzar una tècnica denominada **lead nurturing** en la qual el contingut que li oferim resulta tan interessant que provoca que en consultar-ho es vulga convertir en un “client” nostre.

*Un **lead** és una persona que **ha mostrat cert interès** en la teua marca (en aquest cas centre)*

*El **Lead Nurturing** és una tècnica que consisteix, bàsicament, a traure de la nevera a un lead fred per a oferir-li un contingut específic. El repte és aconseguir fer que torne a sentir la calor de la teua marca i espentar-ho fins a la conversió.*

Sobre tot, hauríem de centrar-nos a ajudar al futur estudiant a prendre **la millor decisió possible**, i no a seguir repetint als quatre vents que som el centre de referència. La web ha de ser per sobre de tot: visual, pràctica, adaptable a mòbil i funcional.

Però en aquests moments no hem de parlar únicament de la web de centre. *Omnicanalitat* és un concepte usat en màrqueting que també podríem extrapolar als centres educatius. L'alumnat, la família, la societat en definitiva **és diversa i pot arribar a tu a través d'una multitud de mitjans o canals**. Haurem d'oferir una presència cuidada i professional en tots els canals i formats. Les xarxes socials són un canal imprescindible a cuidar, i la reputació a Internet ha de ser monitorada per a saber en tot moment què es diu i on es diu.

De la mateixa manera que fem amb les jornades de portes obertes (on tot està net i lluent per als futurs pares), les webs de les institucions educatives han d'estar sempre cuidades al detall perquè són **jornades de portes obertes 24 hores al dia i 365 dies a l'any**.

### 5.1.2. Visibilitat per al màrqueting educatiu

Aparèixer és existir i aparèixer en **posicions de recerca destacades**, és un signe extra de credibilitat i ens col·loca en l'aparador. Tinguem en compte que, en molts casos, els futurs alumnes o famílies acudirán a Google o altres cercadors en recerca d'un llistat d'opcions que comparar, i "el partit es juga des del primer minut".

Hem d'analitzar **quina és la nostra visibilitat en línia**, com volem posicionar-nos i quin tipus de recerques mostren la nostra pàgina web en primeres posicions. Podem, i hem de, plantejar-nos campanyes de publicitat en línia per a períodes de preinscripcions i inscripcions, tant en cercadors com en xarxes socials.

En el cas dels col·legis, cobra especial importància el posicionament local, per a **recerques geolocalizadas**. El col·legi ha d'aparèixer en els resultats de recerques locals i oferir tota la informació de contacte i d'ubicació perfectament actualitzada.

Si aspirem a tenir alumnes d'altres nacionalitats, disposar d'una web en diferents idiomes ens facilitarà el camí.

### 5.1.3. Segmentació

Oferim a cada candidat la informació que està esperant rebre i la que pot fer decantar la seua decisió. Tinguem en compte que **no tots els candidats tenen les mateixes prioritats ni valoren els mateixos conceptes en igual mesura**. Estudiem al nostre públic objectiu i segmentem les diferents tipologies que trobem.

Per a presentar la nostra oferta educativa als alumnes, hem d'utilitzar un llenguatge comprensible, fugint de formulacions educatives sofisticades. Plantegem les possibles preguntes que es puguin fer sobre la nostra institució. Com més precís i segmentat siga el nostre missatge, majors probabilitats d'èxit.

### 5.1.4. Atracció i captació

Hem de tenir en compte que tot açò del que estem parlant ho realitzen molts centres en aquests moments. Cal **diferenciar-se** i ser capaços de **produir continguts que atraguen** al nostre públic objectiu.

Els **indicadors més rellevants** sobre estratègies de màrqueting educatiu són:

- CPL (Cost Per Lead = Possible alumne)
- CPA (Cost Per nou Alumne)
- ROI (tornada de la inversió = tant invertisc, tant recupere).

### 5.1.5. Transparència

La **reputació en línia** és un actiu indispensable al qual hem de dedicar els recursos necessaris. Hem de ser conscients de què es diu sobre la nostra institució en la xarxa i posar els mecanismes de correcció en cas d'identificar crítiques o queixes. Les xarxes socials possibiliten que **tot el bé siga ràpidament conegut i el menys bo conegut a la velocitat de la llum**.

El factor viral que caracteritza les xarxes socials premia al mateix temps a les institucions que millor realitzen el seu treball. Els pares compartiran orgullosos els resultats que haja collit el col·legi dels seus fills i amb açò, segurament es convertiran en ambaixadors de les nostres institucions a nivell de xarxa.

## 7. Bibliografia

- Segarra, J (2016). Els 5 pilars del màrqueting educatiu. Recuperat el 12 de gener de 2018 d'<https://www.tesubi.com/5-pilares-marketing-educativo/> .
- Vendredi, (2008). Introducció als llocs web dinàmics. Recueprado el 12 de gener de 2018 d'<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/fr/internet/web-20/620-introduccion-a-los-sitios-web-dinamicos> .