



Análisis de Estrategias de Comunicación para Instituciones Educativas

2da. revisión



Índice de Contenidos

Introducción	1
Audiencia o Segmento de interés	2
La comunicación en la educación básica	3
La comunicación en la educación media y superior	4
Cultura de servicio al cliente	
La importancia del servicio al cliente para una buena comunicación	5
5 formas para mejorar el servicio al cliente	6
Comunicación que está a cargo de los Profesores	
Estrategias de comunicación profesores-padres (en la educación básica)	7
Estrategias de comunicación profesores-alumnos (en la educación media y superior)	8
Comunicación que está a cargo de la Institución	
Manejo de la comunicación administrativa a padres (en la educación básica)	9
Manejo de la comunicación administrativa a padres (en la educación media y superior)	10



Índice de Contenidos (segunda parte)

Información interna hacia alumnos (solo en la educación media y superior)	11
Información interna hacia colaboradores	12
Software o Herramientas Tecnológicas	
Limitaciones de las Herramientas tecnológicas para efectos de comunicación	13
Herramientas tecnológicas integrales	14
Posibilidades de la plataforma GES para envío de comunicados	15
Ventajas de nuestra plataforma para mejorar la comunicación	16



Introducción

Las instituciones educativas deben adoptar mecanismos de comunicación hacia sus clientes para generar y compartir información relevante en el ámbito académico, pedagógico y administrativo.

En este análisis evaluaremos diferentes herramientas de comunicación a su alcance, así como la importancia de una plataforma automatizada para tales efectos.

Los escenarios que analizaremos aplican especialmente a instituciones de educación en el sector privado.





Audiencia o Segmento de interés

La estrategia para una comunicación efectiva es diferente según los destinatarios del servicio educativo. La diferencia se encuentra en el segmento de interés que se atiende:



Educación Básica.

Desde atención temprana hasta educación
Secundaria *.



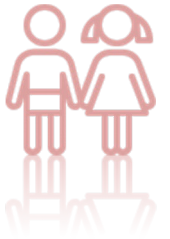
Educación Media y Superior

Desde preparatoria hasta posgrados.

* Si la institución también proporciona educación de bachillerato, se perfila en este tipo.

La comunicación en la educación Básica

Durante este periodo que constituye la etapa formativa de los alumnos, la comunicación constante es fundamental.



Los participantes en el proceso de comunicación de este segmento educativo son:

Padres. Muy interesados en cualquier noticia que reciban. Son los receptores más valiosos y activos en estas edades. En etapas muy tempranas (ejemplo: maternal), la importancia de la comunicación constante debe atender al vínculo emocional padres-hijos que la institución debe reconocer y apreciar. Hasta la educación primaria, los padres valorarán ampliamente estar en comunicación continua con los profesores que atienden a sus hijos.

Profesores. Involucrados altamente en el trato humano y por supuesto en el desarrollo personal y académico de los niños. Están altamente pendientes de la información que la escuela les pueda proporcionar.

Personal Administrativo. Están conscientes de la presión que existe sobre ellos por parte de los padres de familia.

La comunicación en la educación media y superior

En estos niveles educativos la comunicación debe orientarse a la satisfacción del cliente. Es crítica aquella información relacionada a las clases o cursos que los alumnos están tomando.



Los participantes en el proceso son:

Alumnos. Son los principales receptores y generadores. Valoran la información en la medida de su madurez personal aunque con cierta limitación de criterio. Se comprometen principalmente en el seguimiento de su avance académico, por lo cual mucha información de tipo administrativo podrá pasar inadvertida.

Padres. Medianamente interesados en la información que reciben. En su mayoría delegarán a sus hijos la atención de cualquier asunto escolar. La comunicación más apreciada es aquella relativa al cumplimiento de pagos.

Profesores. Involucrados mayormente en el aspecto académico. Reconocen que no les corresponde la formación de habilidades básicas. Estarán interesados en la información institucional en la medida de su cumplimiento laboral o profesional.

Personal Administrativo. Están acostumbrados mayormente a tratar con los alumnos. Suele haber conflictos cuando se produce alguna intervención de los padres.

Cultura del servicio al cliente



La importancia del servicio al cliente para una buena comunicación

La satisfacción del cliente usualmente es un aspecto relegado en las instituciones educativas. Se suele pensar que un alumno feliz es el único objetivo que debe alcanzarse y solo los profesores son los encargados de satisfacer esta meta.

Una escuela o universidad, como cualquier empresa tradicional, ofrece un servicio y pretende mantener a los clientes actuales, así como atraer futuros clientes.

Cada interacción con los prospectos y estudiantes es valiosa, por lo cual el espíritu de servicio debe buscarse en todas las áreas de la organización: desde los departamentos administrativos hasta el staff de docentes.

Cuando la institución entiende la importancia del servicio al cliente, la información se genera de forma orgánica y se transmite fácilmente hacia los destinatarios.



5 formas para mejorar el servicio al cliente

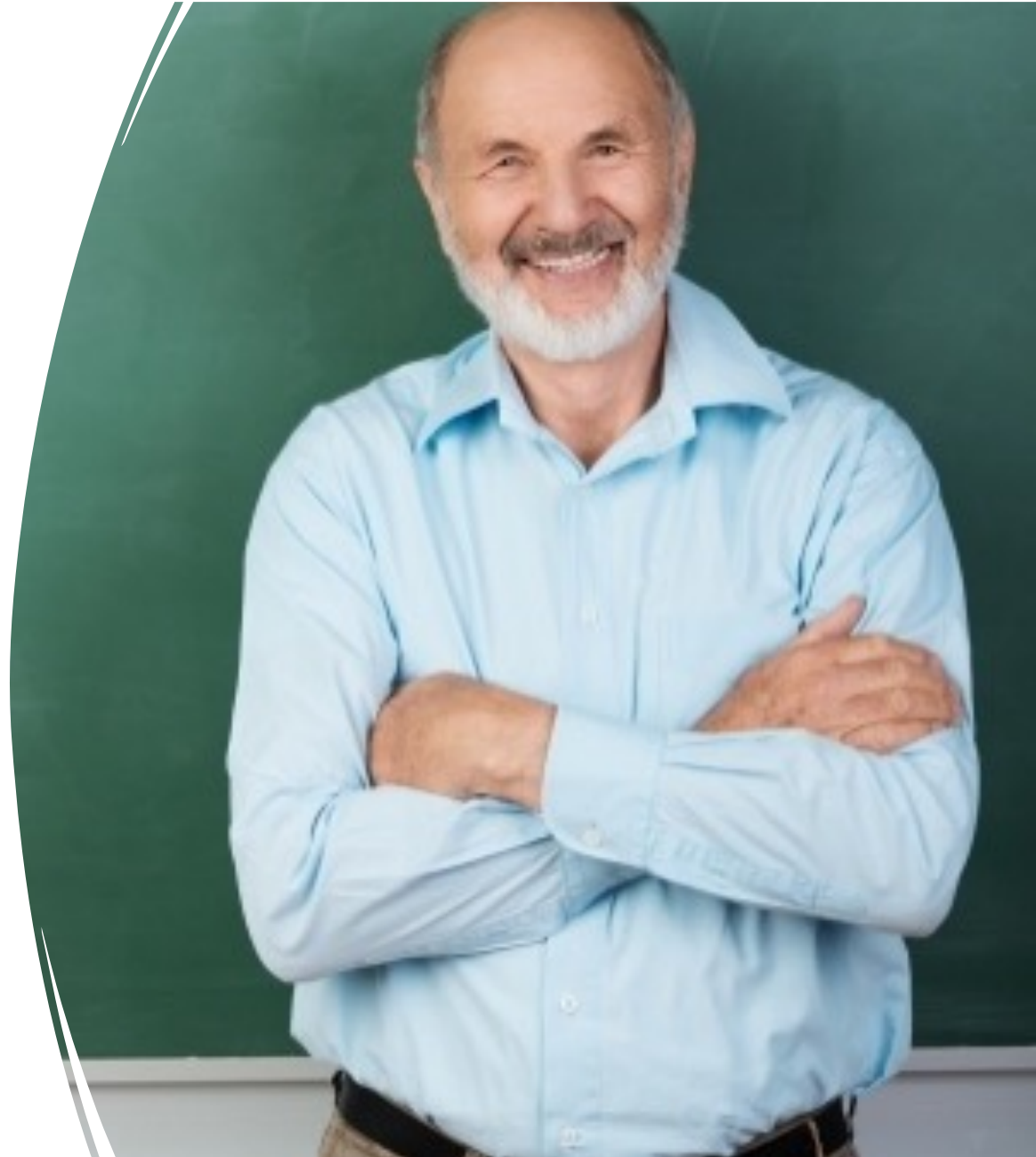
Implemente un plan de mediano plazo para lograr lo siguiente:

- Cada uno de los empleados de la organización debe recibir, de forma regular, un entrenamiento básico de servicio al cliente.
- Busque en los empleados valores orientados a la satisfacción del cliente, tales como calidez, respeto, empatía, resolución de problemas y optimismo.
- Aplique encuestas para medir el grado en que sus clientes están satisfechos no solo en los ámbitos académicos, sino también con los servicios administrativos. Pregunte qué problemas han enfrentado y cómo la institución pudiera resolverlos a futuro.
- Mejore su página web, muchas personas hoy en día prefieren buscar información en un sitio web. Coloque un formulario de contacto o un email de sugerencias y preste atención.
- Establezca un proceso para recepción y atención de quejas. Asegúrese de que los problemas se resuelvan en la medida de lo posible.

Con estas sencillas pautas se generarán las prácticas necesarias para identificar nuevas necesidades de comunicación y se ajustan los criterios para establecer la frecuencia del manejo.



Comunicación que está a cargo de los Profesores



Estrategias de comunicación profesores-padres

Es una buena idea que la institución fomente y proporcione los medios para que los profesores mantengan contacto con padres y alumnos de forma directa y abierta.

Existe suficiente evidencia de que en la educación básica, la comunicación profesores-padres es un aspecto crítico en la experiencia educacional exitosa para el alumno y su familia.

Nuestras recomendaciones para que esta comunicación sea efectiva son:

- Iniciar la comunicación de primer contacto desde el arranque del ciclo escolar.
- Que la información sea consistente (semanal, quincenal, etc.).
- Seguir organizando juntas presenciales tradicionales. Opcionalmente con la presencia de los alumnos.
- Que los padres puedan estar enterados de la agenda de clases o del programa académico.
- Que puedan recibir retroalimentación acerca del avance académico de sus hijos.
- Si algún caso lo amerita, el profesor deberá buscar una reunión personal con los padres a través de la vía personal o virtual.



Estrategias de comunicación profesores-alumnos

Esta comunicación debe enfocarse a que los estudiantes cumplan puntualmente con sus actividades académicas y que cuenten con los medios necesarios para estos efectos.

En estudios con modalidad presencial, se entregan los elementos necesarios de forma personal; sin embargo, los alumnos pueden recibir otros valores agregados complementarios con herramientas digitales:

- Recordatorios para el cumplimiento de su agenda de clases.
- Información adicional tales como e-books, videos y otros recursos.

En la modalidad virtual todos los recursos y elementos deberán ser entregados a través de una plataforma con las siguientes funciones mínimas:

- Control de acceso.
- Seguimiento de la agenda de clases y tareas.
- Entrega de tareas y trabajos.
- Retroalimentación y comunicación con el profesor.
- Descarga de materiales electrónicos.
- Espacio de interacción (preguntas y respuestas).



**Comunicación
que está a
cargo de la
institución**



Manejo de la comunicación administrativa a padres

Las instituciones suelen trabajar e informar correctamente la conformación de un calendario de actividades anual, que incluye juntas, informes de calificaciones, eventos cívicos, deportivos, entre otros.

En donde se aprecia un rezago es con la información relativa a los procesos de índole administrativo, tales como trámites, pagos, documentación, entre otros.

En ambos casos, el reto es transmitir a los padres toda la información por vías eficientes y preferentemente automatizadas. Los siguientes son ejemplos de algunas de ellas:

- Permitir acceso a la agenda de actividades, a través de un website.
- Recibir emails o mensajes respecto a juntas o reuniones de cualquier tipo.
- Recibir recordatorios de pagos próximos y aquellos vencidos.
- Enviar agradecimientos por email u otras vías electrónicas, por los pagos que se reciban.
- Enviar archivos electrónicos con comunicados acerca de cualquier medida administrativa o normativa que les puede beneficiar o tener algún impacto para ellos o sus hijos.
- Promociones y cualquier beneficio financiero que pudiera ser de su interés.



Manejo de la comunicación administrativa a padres

Para las instituciones que ofertan educación superior, su audiencia principal no son los padres de los alumnos, sin embargo debe considerarse que ellos siguen siendo los responsables financieros en la mayoría de los casos.

Conviene valorar y preguntar a cada alumno si sus padres desean recibir información, en cuyo caso deberemos mantenerlos informados en los siguientes eventos:

- Recordatorios de pagos próximos y pagos vencidos.
- Enviar agradecimientos por email u otras vías electrónicas, por los pagos que se reciban.
- Enviar archivos electrónicos con comunicados acerca de cualquier medida administrativa o normativa que les puede beneficiar o tener algún impacto para ellos o sus hijos.
- Avisos de promociones y beneficios financieros.

Si los alumnos se manejan de forma independiente toda la información debe orientarse a ellos.



Información interna hacia alumnos

La estrategia de comunicación a alumnos solo deberá estar dirigida a estudiantes de educación media y superior quienes estarán interesados en recibir información y son responsables de actuar ante cualquier aviso.

Hoy en día este sector de la población recibe información casi únicamente a través de medios digitales como aplicaciones móviles, correo electrónico o redes sociales.



El sistema más fácil de utilizar es el correo electrónico, por lo cual, si no se dispone de otra opción se recomienda usarlo para enviar notificaciones acerca de:

- Medidas disciplinarias y/o administrativos.
- Periodos vacacionales.
- Eventos próximos de tipo académico como inicio de reinscripciones o periodo de exámenes.
- Otros eventos culturales, sociales o deportivos.



Información interna hacia colaboradores

Hasta hace poco tiempo el flujo de información hacia los colaboradores se apreciaba como algo natural y muy sencillo.

Era inobjetable que esta información solo se entregaba casi siempre en persona a través de **medios físicos** como tableros o memorándums.

La situación de emergencia que hemos vivido recientemente nos ha hecho ver que la comunicación por **medios electrónicos** es ideal para resolver estas dificultades, puesto que el personal administrativo no siempre estará presente.



Para solventar estos inconvenientes, el email también es el método más sencillo y económico, pudiendo tener los siguientes alcances:

- Acuerdos administrativos.
- Eventos próximos, cívicos, sociales y deportivos que la institución organizará.
- Periodos vacacionales tanto de los estudiantes como del personal operativo.
- Asuntos de tipo académico o administrativo que obliguen a la colaboración de todas las áreas.



Limitaciones de las Herramientas tecnológicas para efectos de comunicación

Las instituciones pueden pensar en las herramientas más comunes para iniciar su estrategia de comunicación, tales como:

- Correo electrónico genérico.
- Facebook.
- WhatsApp.
- Actualizaciones en la página web institucional.



Desafortunadamente estas herramientas proporcionan un uso específico, aislado o informal dentro de la organización.

Otras organizaciones llegan a considerar sistemas más sofisticados, pero complejos y costosos como:

- Sistemas CRM.
- Mensajes de texto SMS.







Estos sistemas ofrecen una utilidad limitada y frecuentemente no están integrados con sistemas de gestión escolar.

Herramientas tecnológicas integrales

Nuestra propuesta es una herramienta tecnológica integral que resuelva diferentes necesidades en toda la institución, pero que además sea un medio eficiente para enviar todo tipo de comunicados a alumnos, padres, profesores y empleados.



Casos de Uso				
	Sitio Web o Portal	Apps Móviles	Email	Redes Sociales
Alertas de Emergencia		✓		✓
Relaciones Públicas	✓	✓		
Anuncios Especiales	✓	✓		✓
Recordatorios Importantes		✓	✓	
Trámites o Documentos		✓	✓	
Juntas y reuniones con padres	✓	✓	✓	

Posibilidades de la plataforma GES para envío de comunicados



- ❑ **Envío de emails a un público específico.** Permite enviar mensajes por nivel educativo o sección, por grupo o por grado.
- ❑ **Produce emails automatizados.** Puede enviar mensajes automáticos de diferentes temas, tales como calificaciones, pagos próximos o de adeudos.
- ❑ **Permite enviar notificaciones instantáneas a móviles.** Con el uso de nuestra app gratuita los usuarios reciben avisos específicos de múltiples temas.
- ❑ **Diseño de campañas informativas.** Planifique y diseñe campañas informativas vistosas que son enviadas automáticamente y permite saber quién las ha leído.
- ❑ **Calendario digital de eventos.** Construya un calendario de eventos donde se visualicen las actividades cívicas, sociales o académicas.
- ❑ **Envío de archivos electrónicos.** Implementa diversas posibilidades para entregar archivos, circulares o folletos a diferentes públicos.
- ❑ **Flujo automatizado del curso académico.** Tareas, Vencimientos, Prórrogas, Recursos y todo lo relativo a la comunicación profesor-alumno.

Ventajas de nuestra plataforma para mejorar la comunicación



- ✓ **Sistema integrado.** No hay necesidad de replicar la base de datos de alumnos, profesores o datos de los padres. Evita redundancia.
- ✓ **Multi-departamental.** Puede ser utilizada en todas las áreas de la institución.
- ✓ **Evita los problemas de sistemas específicos.** No hay necesidad de construir y mantener listas de email o generar grupos de mensajería instantánea.
- ✓ **Utiliza diversos canales de entrega.** Correo Electrónico, Mensajes Instantáneos, Archivos (en todos los formatos), Tableros Digitales de Clases, entre otros.
- ✓ **Generación automática de mensajes.** No hay necesidad de escribir un mensaje porque el sistema estará previamente programado para generar comunicados tomando diversas fuentes como alumnos con rezago, alumnos reprobados, planificación de pagos, alumnos de una clase, agenda de tareas, etc.
- ✓ **Sistema controlado y privado.** Proporciona una imagen de innovación y evita el uso único de sistemas informales y abiertos (Facebook o WhatsApp), para evitar riesgos de privacidad.



Verdaderos Expertos en Gestión Escolar

Conozca más de nuestros servicios y descargue información,
visitando nuestro sitio web en:

<https://www.htmex.mx>

Visite también nuestro canal oficial de información en redes sociales:

 <https://www.facebook.com/geseducativooficial/>