

Plan de Marketing Digital Para Lukas
Kindergarten



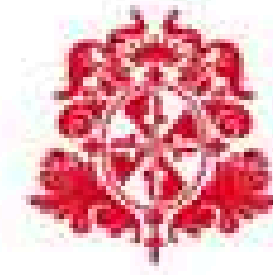
Laura Valentina Martínez Gómez
Laura Sofia Riveros Viatela

Especialización En Gerencia de Marketing Para
Entornos Digitales
Escuela de Administración

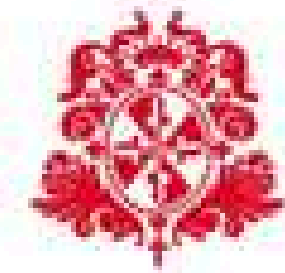
9 de Noviembre 2024

Bogotá, Colombia

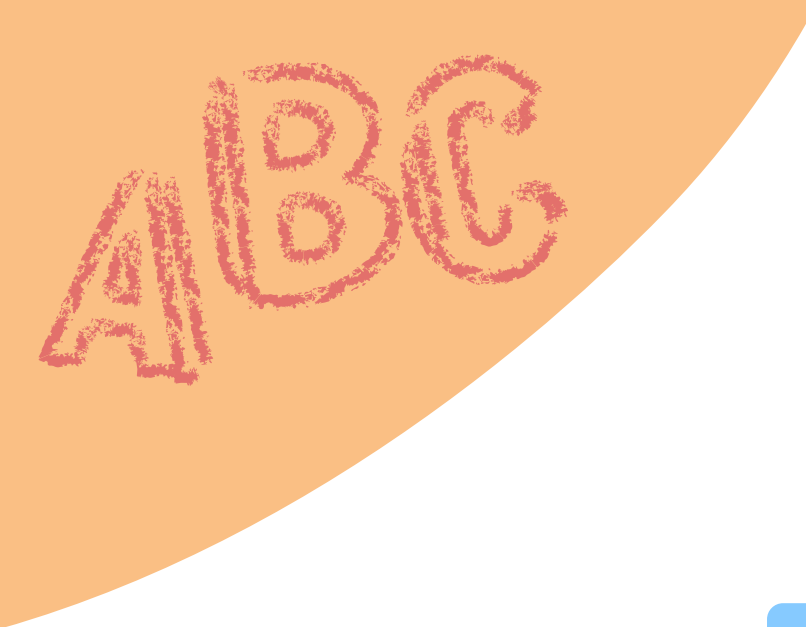
2024



Declaro(amos) bajo gravedad de juramento, que he(mos) escrito el presente proyecto integrador de especialización por mi(nuestra) propia cuenta, y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación". (Nombre(s) de todos los integrantes del grupo/ Fecha de aprobación, en la que se realiza la presentación).



Declaración de exoneración de responsabilidad: “Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”. (Nombre(s) de todos los integrantes del grupo/ Fecha de aprobación, en la que se realiza la aprobación).



PROYECTO

INTEGRADOR

LUKAS
KINDERGARTEN



Por Laura Martinez y Laura Riveros





LA EMPRESA

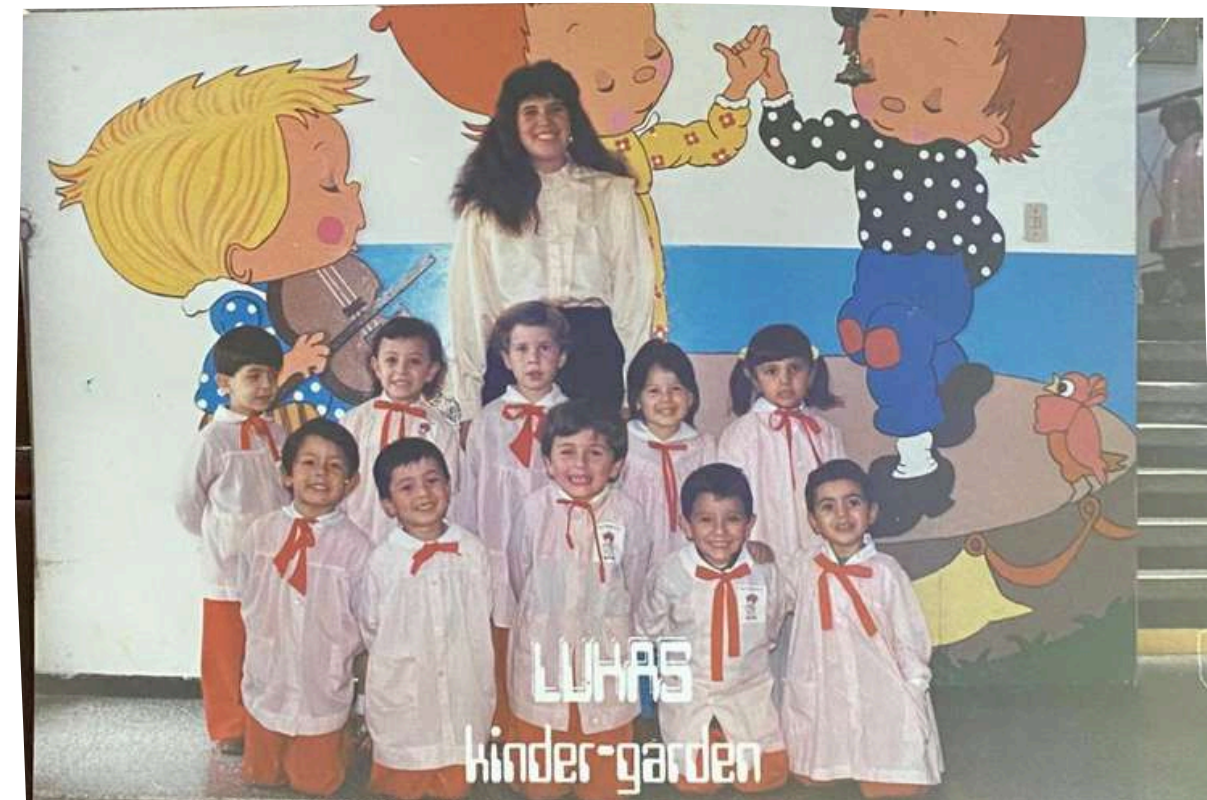
El Jardín Infantil Lukas Kindergarten es una institución de carácter privado, calendario A, mixto, para niños y niñas en edad temprana y preescolar.

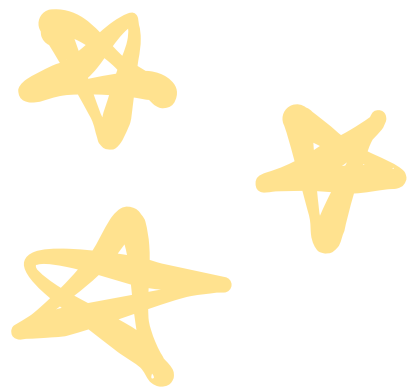
Prestan sus servicios a la comunidad, a quien ofrecen la promoción del desarrollo del niño en lo socio-afectivo, lo comunicativo, lo espiritual, lo estético y lo étnico ; teniendo en cuenta los principios y valores y como eje fundamental a la familia. (LukasKindergarten, 2024a)



¿CÓMO NACE LA EMPRESA ?

Lukas Kindergarten fue fundado en 1978 con el propósito de ofrecer al niño y a la niña una excelente educación integral y personalizada; con una formación en virtudes y valores, a través de actividades lúdicas, agradables y placenteras. (Lukaskindergarten, 2024)



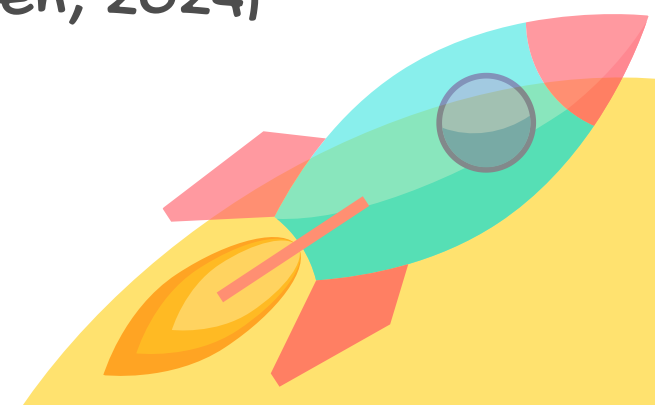


VISIÓN

Formar hombres y mujeres del futuro con excelente calidad personal y académica, preparados para afrontar el reto de ingresar a «colegio grande» libres de temores, capaces de liderar procesos de cambio en la familia y en la sociedad, alegres y afectivos, seguros de sí mismos. (Lukaskindergarten, 2024)

MISIÓN

Somos una institución dinámica, participativa y actualizada, con espíritu de servicio a la niñez. Acompañamos a nuestros futuros hombres y mujeres del futuro, seres que están descubriendo y aprendiendo cosas nuevas a través del contacto con sus semejantes y tratando de dominar el medio en que vive. (Lukaskindergarten, 2024)





1. El respeto a los derechos de los demás

La cultura de la creatividad

2.

PRINCIPIOS



(LukasKindergarten, 2024a)

3. La responsabilidad, el orden y la disciplina

La solidaridad, la tolerancia y el respeto


4.

El amor, la bondad y el trato justo

5.

VALORES

1.  Amor

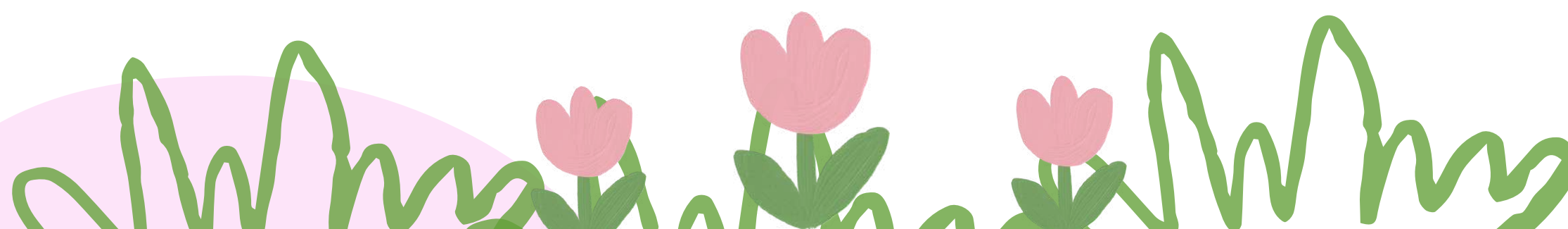
2.  Compromiso

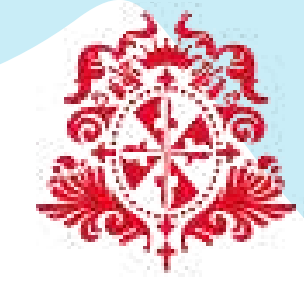
3.  Honestidad

4.  Respeto

5.  Dedicación

6.  Asertividad





PROPUESTA DE VALOR



Seguridad

Proporcionamos un entorno seguro y estimulante donde los niños pueden aprender y crecer mientras se divierten. Promoviendo la seguridad emocional y social de los niños.



Pedagogía

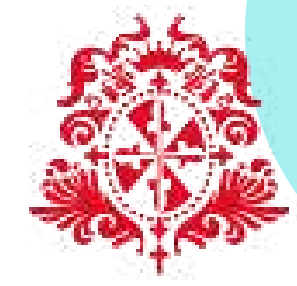
Los materiales utilizados, las actividades ofrecidas y la interacción con los educadores se enfoca en el desarrollo integral de cada niño, fomentando su curiosidad, habilidades sociales, autoconfianza y la empatía, preparándolos para desenvolverse con éxito en el mundo.



Tranquilidad para los padres

Para los padres, ofrecemos tranquilidad y confianza al garantizar un entorno seguro y mantener una comunicación abierta sobre el progreso de sus hijos.





GRADOS



Párvulos



Pre-Jardín



Jardín



Transición

SERVICIOS ADICIONALES



Alimentación



Acompañamiento terapéutico familiar



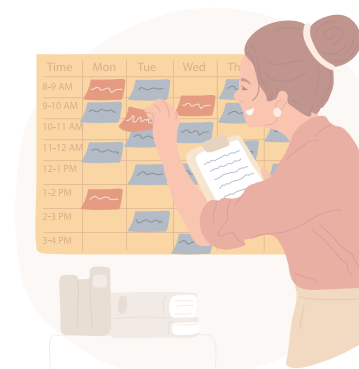
Vacaciones recreativas



Asesoría de tareas



Fonoaudiología



Horarios Flexibles



CLIENTES

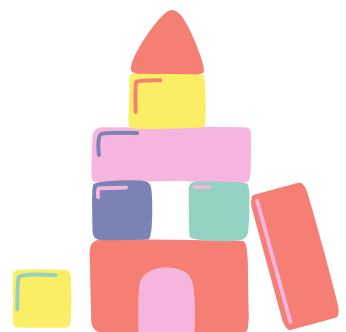


B2C

- Principalmente los padres o tutores de niños en edad preescolar, pues estos buscan un lugar seguro y educativo donde puedan dejar a sus hijos mientras trabajan y realizan otras actividades.
- Los niños, pues para nosotros es importante que se sientan cómodos y felices en el entorno educativo.

B2B

- Otros clientes potenciales, como organizaciones educativas o instituciones gubernamentales que buscan colaborar en programas de educación infantil.





Valor de la matrícula y pensión

- Matrícula
\$720.000
- Pensión
\$720.000

Metodología de aprendizaje

- El juego como alternativa de enseñanza



Canales de distribución

- Sede principal del Jardín Infantil
- Página web

Canales de comunicación

- WhatsApp
- Correo electrónico
- Página web
- Instagram

COMPETENCIA



Valor de la matrícula y pensión

- Matrícula \$630.000
- Pensión \$670.000

Metodología de aprendizaje

- El juego como alternativa de exploración

Canales de distribución

- Sede principal del Jardín Infantil
- Página web

Canales de comunicación

- WhatsApp
- Correo electrónico
- Página web
- Instagram
- Facebook



- Matrícula \$550.000
- Pensión \$750.000

Metodología Montessori

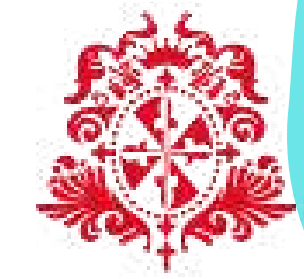
- Metodología Montessori

Canales de distribución

- Sede principal del Jardín Infantil
- Página web
- Ruta escolar

- WhatsApp
- Correo electrónico
- Página web
- Instagram





CANALES DE COMUNICACIÓN

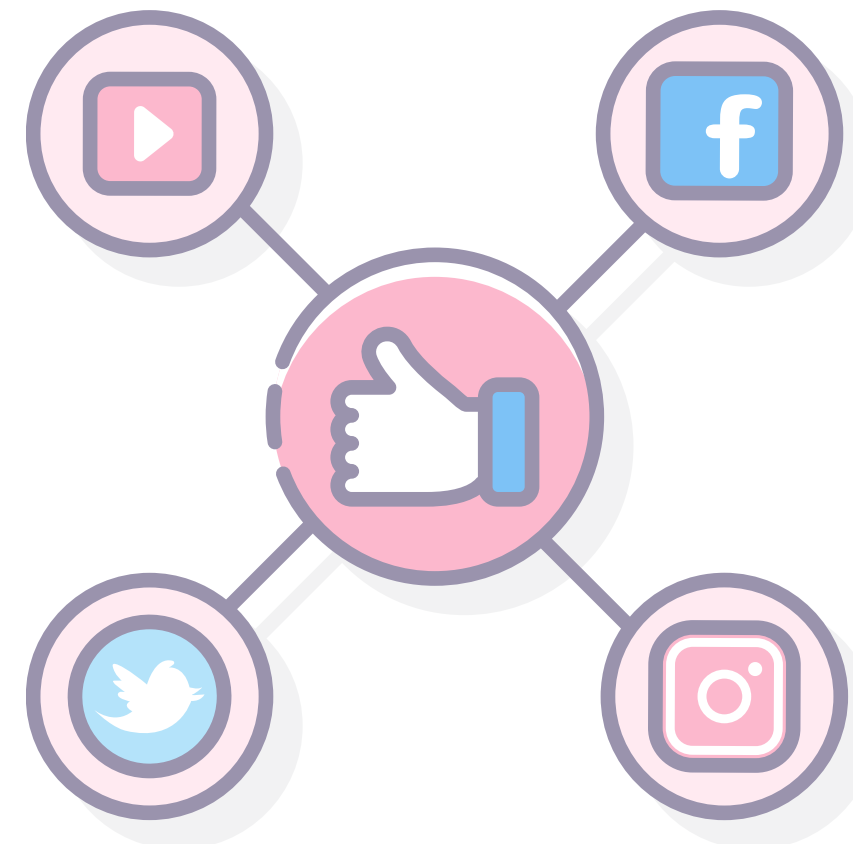
Actualmente, el jardín infantil Lukas Kindergarten cuenta con los siguientes canales de comunicación :

1. Página Web:

- <https://www.lukaskindergarten.com/>

3. Correo electrónico

- Lukaskindergarten@hotmail.com



2. Social Media:

- Instagram
- Facebook
- WhatsApp

4. Voz a voz

- Amigos
- Familia



CANALES DE DISTRIBUCIÓN

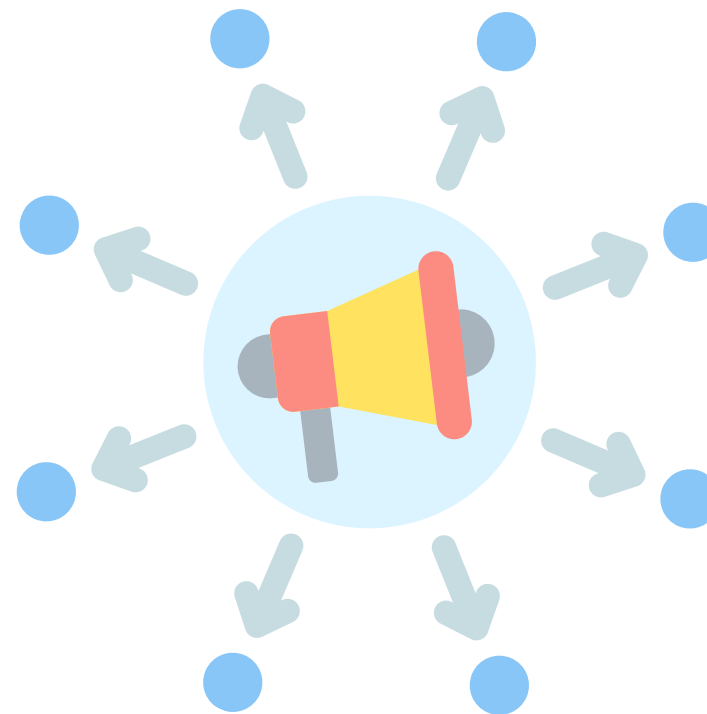
Actualmente, el jardín infantil Lukas Kindergarten cuenta con los siguientes canales de comunicación :

1. Página Web

- <https://www.lukaskindergarten.com/>

3. Ruta Escolar

- Ruta para 7 estudiantes



2. Sede principal del Jardín Infantil

- Calle 83 a # 22-25 Barrio Polo Club

4. Alianzas con colegios

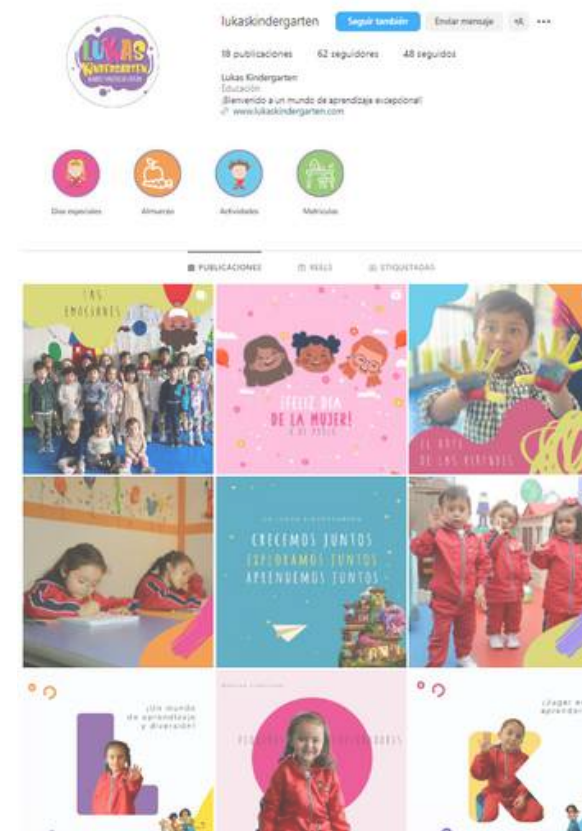
- Liceo de Cervantes, Corazonista, San Bartolome, Agustiniano

Presentación de la situación actual del marketing

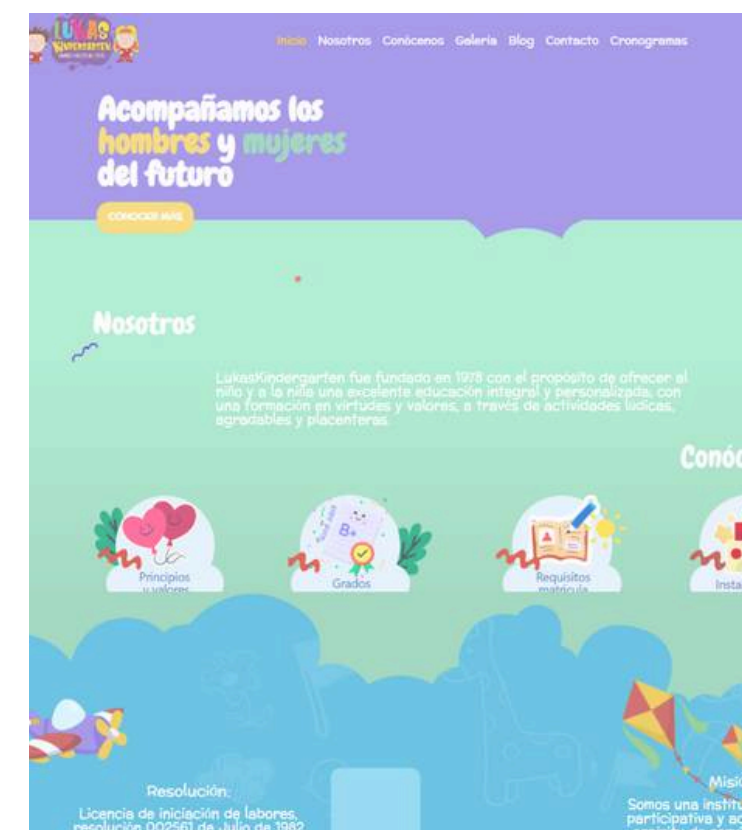
ALGUNOS CANALES



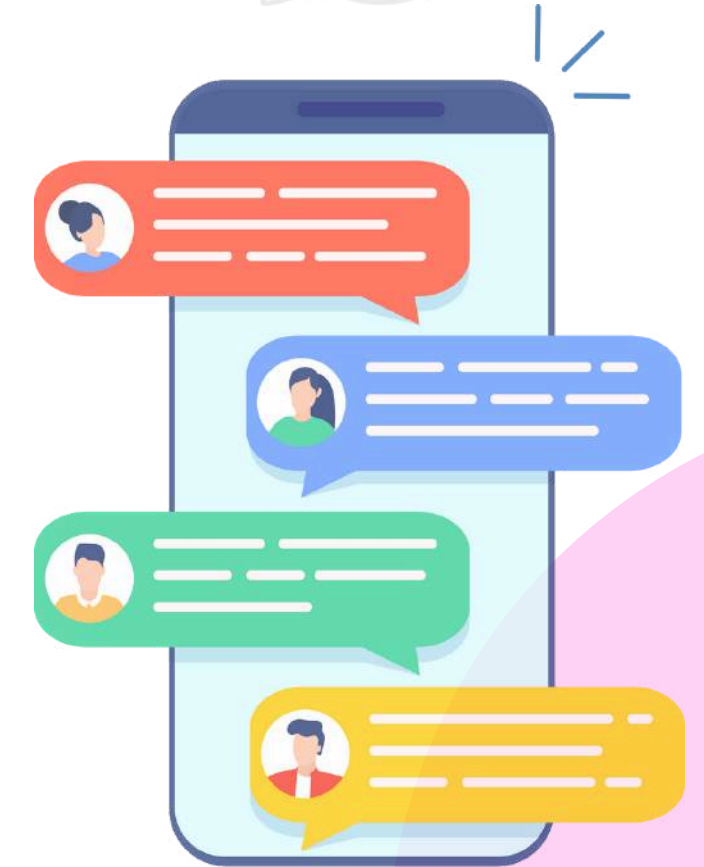
Facebook:
Lukas Kindeergarten



Instagram:
@lukaskindergarten

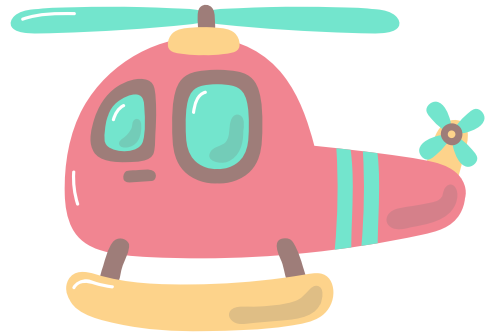


Página Web:
<https://www.lukaskindergarten.com/>



WhatsApp:
+57 310-276-0840

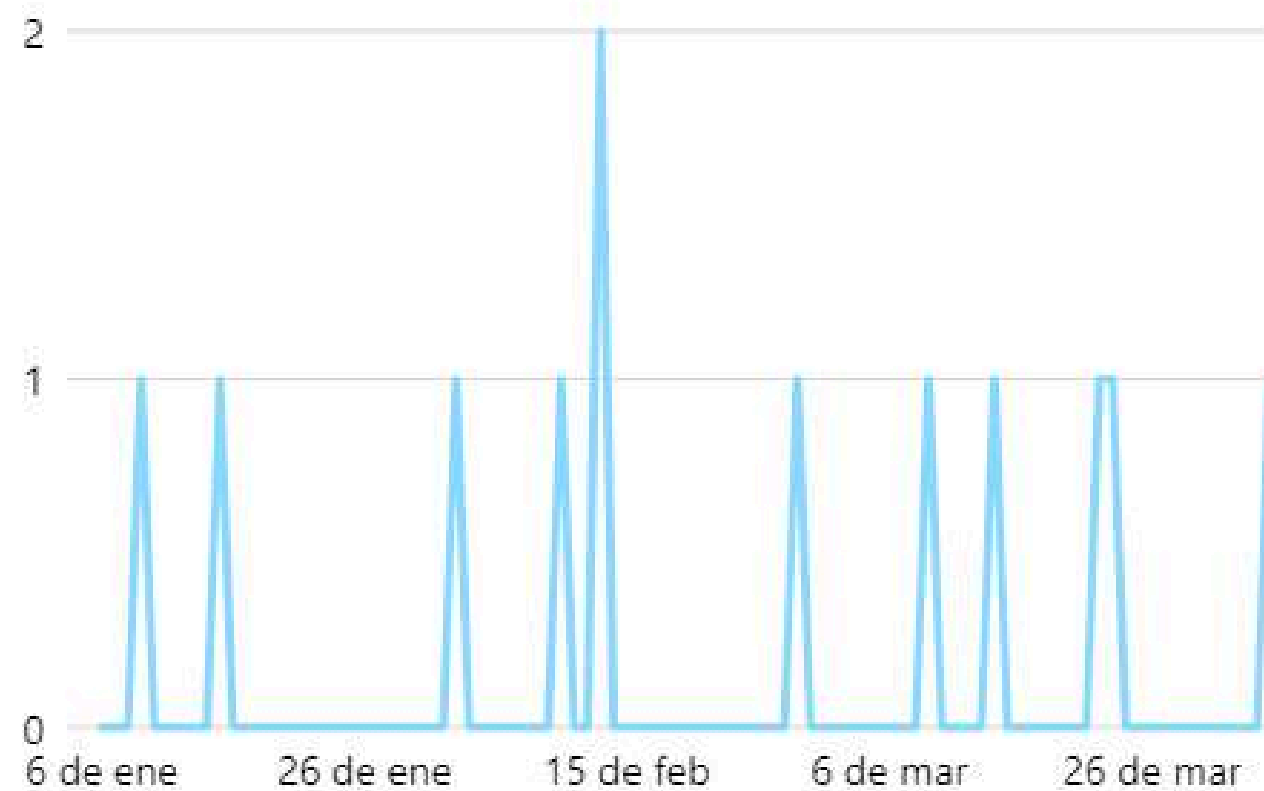




MÉTRICAS

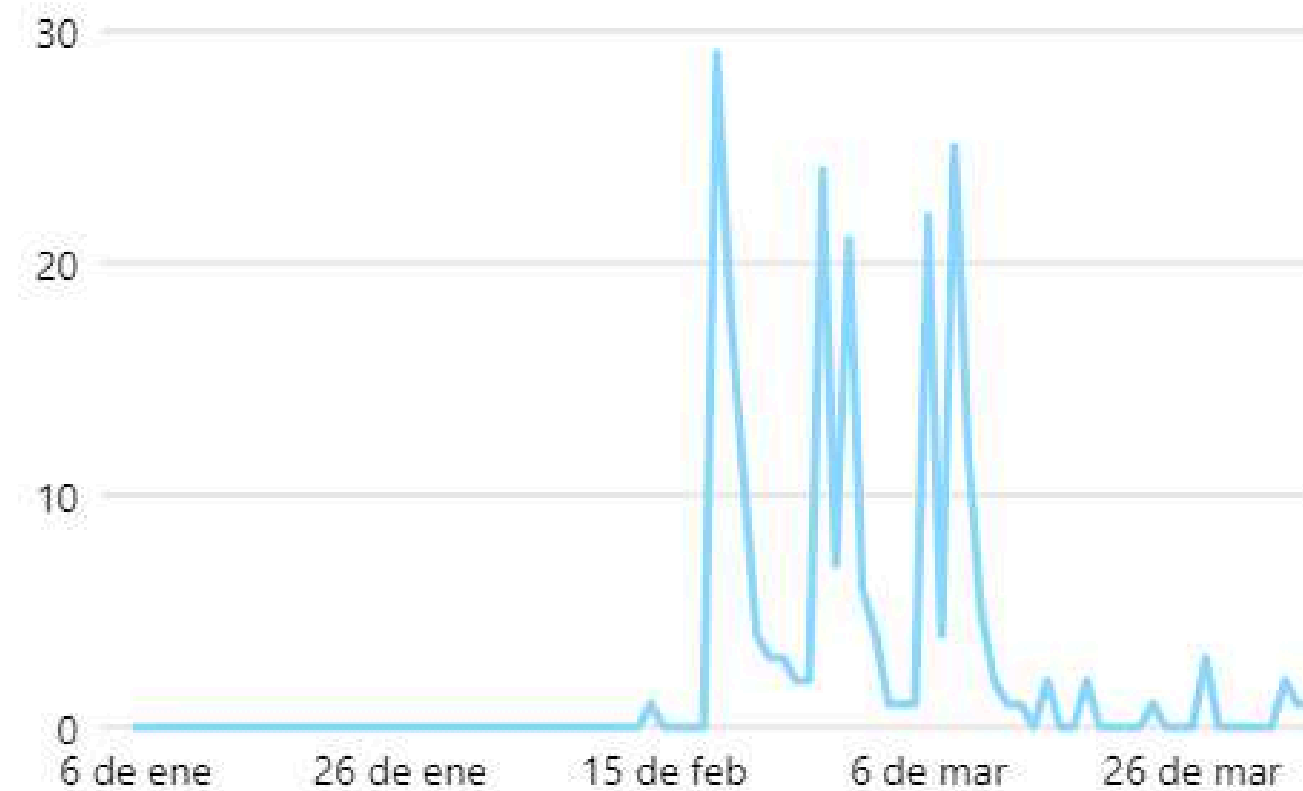
Alcance de Facebook ⓘ

11 0%

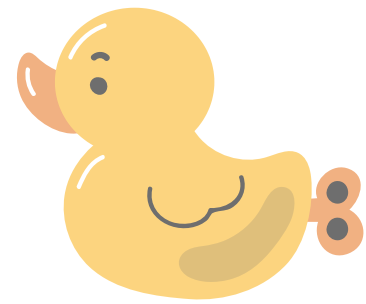


Alcance de Instagram ⓘ

70 ↑ 100%



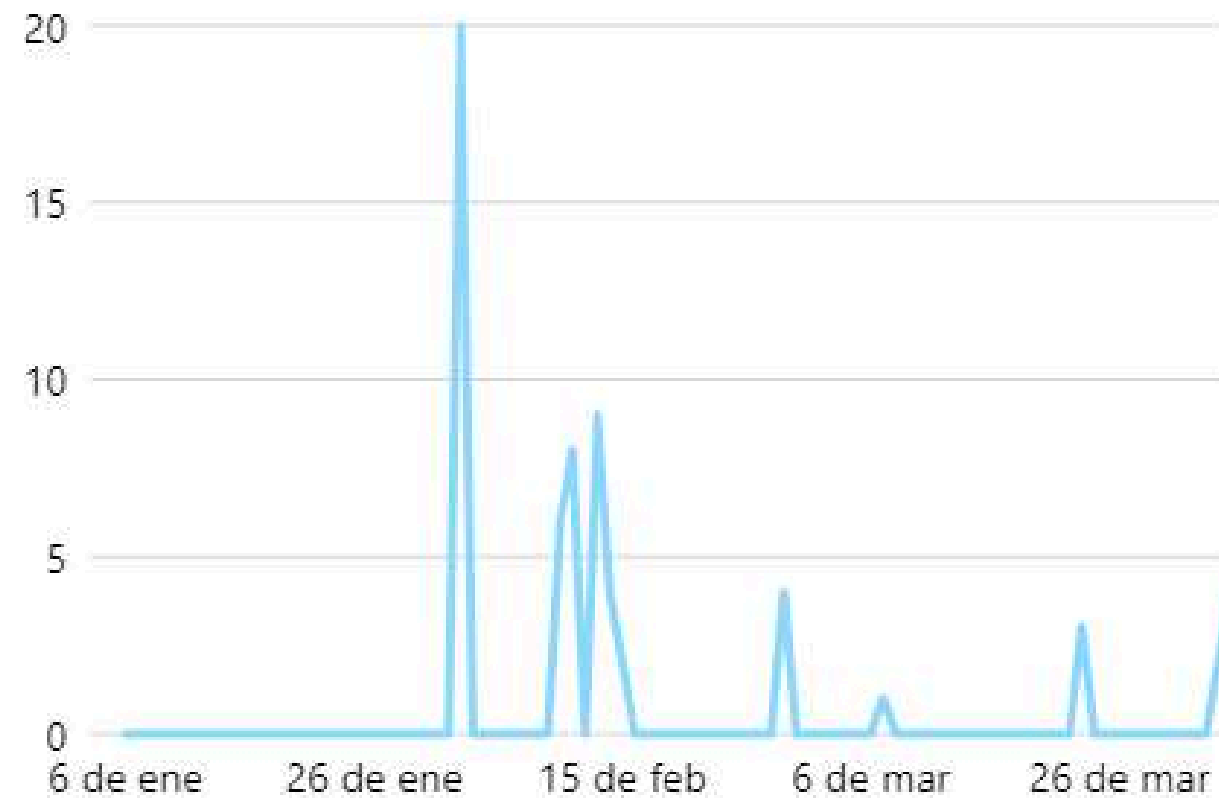
En los últimos 90 días del año 2024, la cuenta de Instagram de Lukas Kindergarten alcanzó un total de 70 personas, tal como se evidencia en la gráfica, de la misma manera se puede observar un aumento significativo en el mes de febrero. Con relación a Facebook se evidencia que el alcance ha sido menor con un total de 11 personas, presentando una disminución en lo transcurrido del mes de marzo.



MÉTRICAS

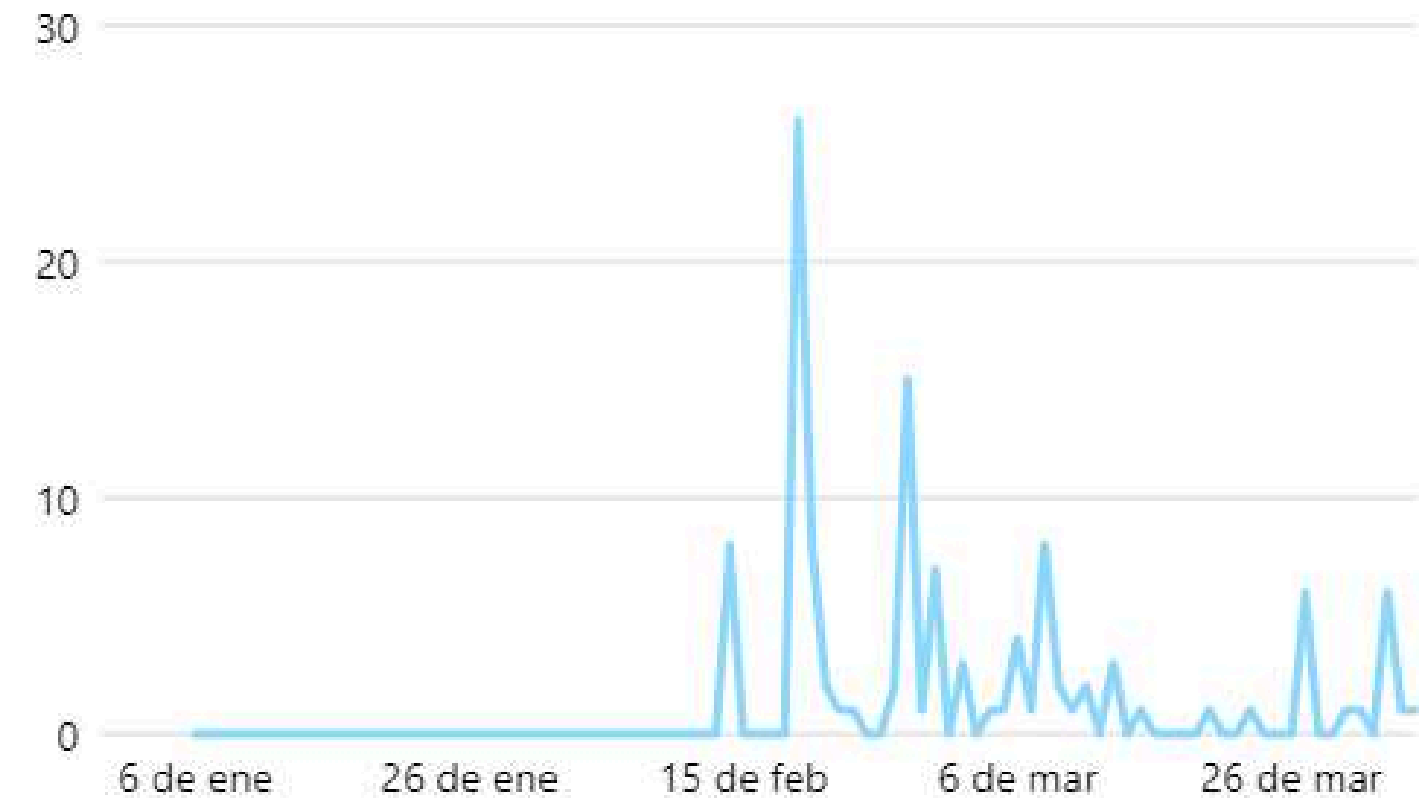
Visitas de Facebook ⓘ

63 ↑ 75%



Visitas al perfil de Instagram ⓘ

116 ↑ 100%



En relación al número de visitas registradas en los últimos 90 días, la página de Instagram dio como resultado un total de 116 visitas las cuales tuvieron el mayor aumento en el mes de febrero y presentan una disminución significativa en lo transcurrido del mes de marzo. Por otro lado, la página de Facebook a tenido un menor número de visitas con un total de 63, dando como resultado un mayor movimiento en el mes de enero.

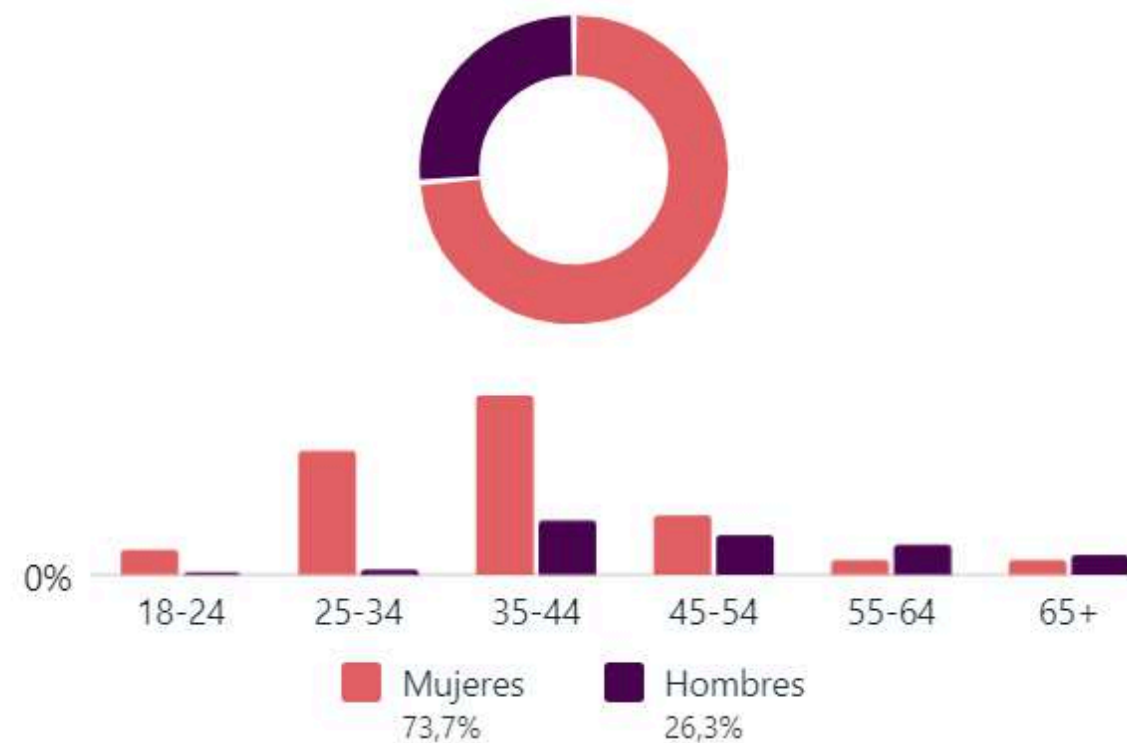
MÉTRICAS



Seguidores de Facebook ⓘ

116

Edad y sexo ⓘ



Seguidores de Instagram ⓘ

66

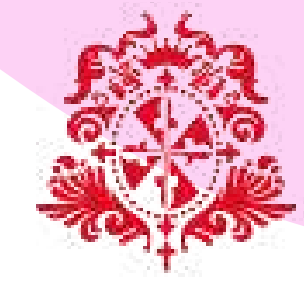
Edad y sexo ⓘ



Debes tener 100 seguidores para ver estos datos demográficos

Para proteger la privacidad de las personas a las que les gusta tu página, esta debe tener al menos 100 seguidores en Instagram para que puedas ver estas estadísticas.

En cuanto a la cantidad de seguidores se logra evidenciar una audiencia mas amplia con un total de 116 seguidores en facebook en comparacion con los 66 seguidores de Instagram. Es importante resaltar que en facebook, la mayoría de los seguidores se ubican en el rango de edad de 35 a 44 años y son principalmente mujeres, mientras que en Instagram la audiencia tiene un número tan bajo de seguidores que no es posible la obtencion los datos demograficos.



OUTBOUND

Algunas de las estrategias outbound que ha implementado el jardín son:

- **Merchandising:**

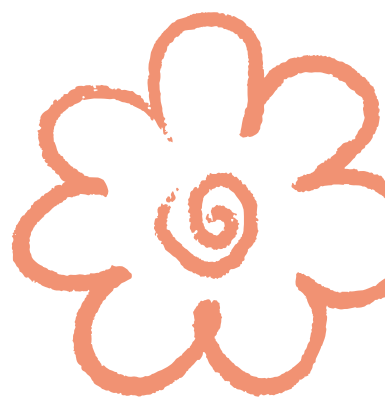
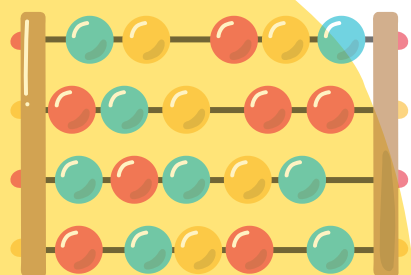
como lo es el logo del colegio en los uniformes escolares, el cual llevan tantos los alumnos y docentes, vinilos adhesivos que van en la ruta escolar y aviso de fachada.

- **Material POP:**

las agendas o cuadernos de notas de los niños, guías de trabajo donde realizan sus actividades.

- **flyers:**

Entregados mts a la redonda de las instalaciones para los usuarios cercanos.



OUTBOUND

Algunas de las estrategias outbound que ha implementado el jardín son:

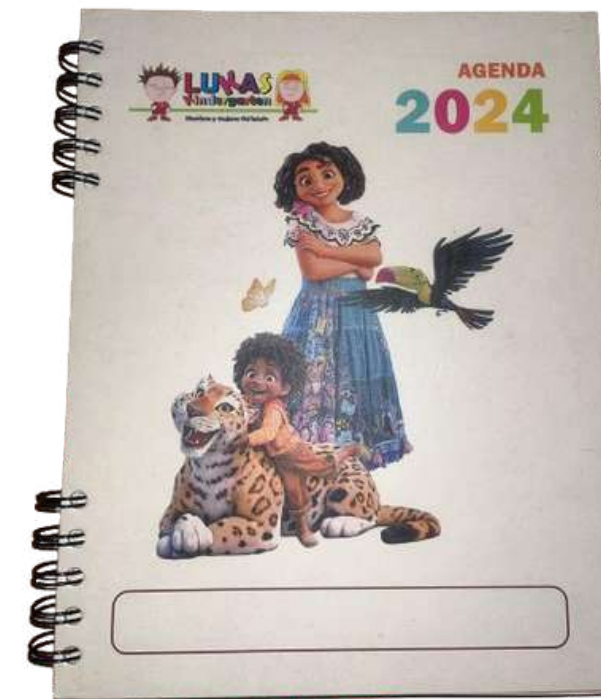
- **Merchandising:**



Folletos Informativos



Sobres publicitarios



Agenda 2024



Volantes Publicitarios

INBOUND

Algunas de las estrategias inbound que ha implementado el jardín y queremos profundizar son:

- **Blog:**

El jardín maneja una página web actualizada, donde los padres de familia pueden estar al tanto de las actividades de sus hijos, la página resalta toda la información de la institución con sus valores y principios, nuestro objetivo es complementar este portal web donde se pueda obtener: resultado de notas, calendario sincronizado, actividades virtuales y pagos en línea.

- **Social Media:**

El jardín cuenta en este momento con contenido más orgánico donde se muestra el día a día de los niños y las actividades especiales que se realizan en el jardín, cuenta con dos plataformas que son INSTAGRAM y FACEBOOK, nuestra meta es continuar con un lenguaje visual donde los futuros padres vean la trayectoria y a su vez encontrar más plataformas que sirvan de apoyo para llegar a nuestro público objetivo.



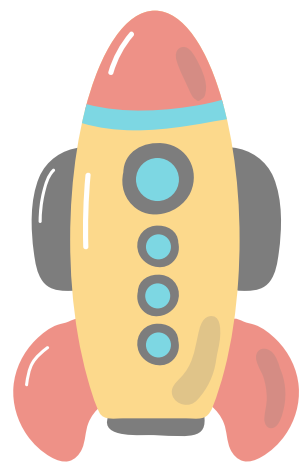
INBOUND

Algunas de las estrategias inbound que se quiere implementar en el jardín son:

- **Influencers:**

Para llegar a nuestro objetivo queremos seguir creando contenido mas real, con mamás que nos cuenten sus historias y experiencia con el jardín, en este momento contamos con publicaciones mas interpersonales y creando una narrativa visual, este contenido también lo transportaremos a nuestra página web y continuar alimentándola en tiempo real.





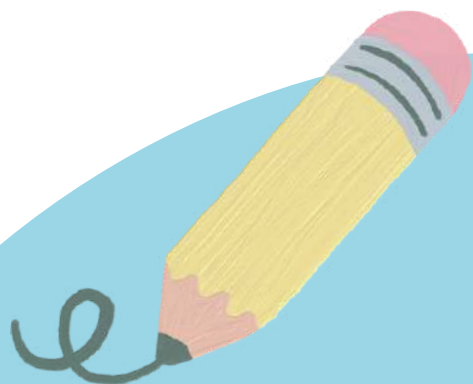
PROBLEMAS DE MARKETING ENCONTRADOS

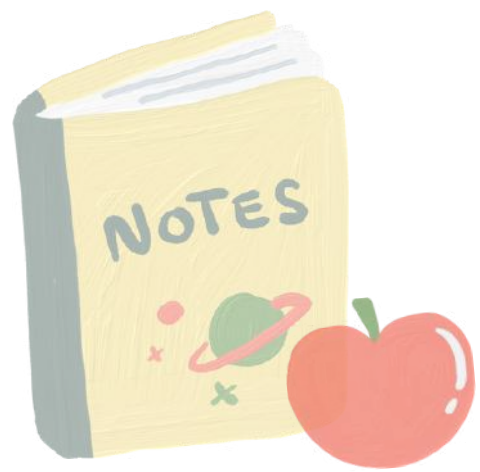
- **Posicionamiento SEO y SEM:**

El desafío radica en garantizar que el jardín aparezca en los primeros resultados de búsqueda en línea, tanto de manera orgánica (SEO) como a través de publicidad pagada (SEM).

- **Marketing tradicional:**

El problema radica en que las estrategias de marketing tradicional pueden no ser suficientes para llegar eficazmente a los padres en el entorno digital actual.





PROBLEMAS DE MARKETING ENCONTRADOS

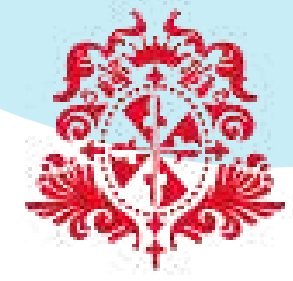
- **Experiencia del usuario:**

El sitio web del jardín pueda no ofrecer una experiencia satisfactoria para los visitantes, lo que podría resultar en una navegación confusa o una falta de información relevante, se trabajará en implementación de blogs, y estrategias que ayuden a reforzar la experiencia del usuario.

- **Ausencia de canales digitales:**

El reto es asegurarse de que el jardín esté presente en los canales digitales adecuados donde los padres buscan información sobre servicios educativos para sus hijos, como redes sociales y sitios web de revisión.

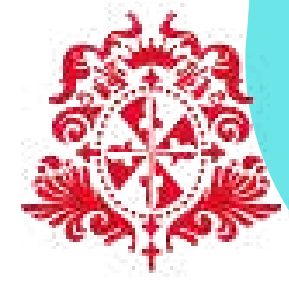




NECESIDAD PUNTUAL

Se necesita una presencia digital sólida y efectiva para el jardín, ya que actualmente solo se está utilizando estrategias de marketing tradicional. Esto implica optimizar el posicionamiento en línea (SEO y SEM), mejorar la experiencia del usuario en el sitio web, y establecer una presencia activa en canales digitales relevantes. La estrategia de marketing 360 integrará tácticas tanto tradicionales como digitales para alcanzar a los padres en todos los puntos de contacto posibles, aumentando así la visibilidad del jardín y generando nuevas oportunidades de negocio en el entorno digital.

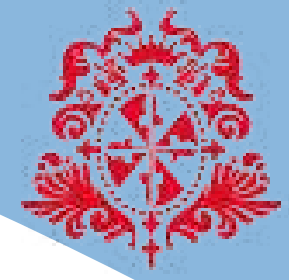




KPIS:

Todas estas acciones serán medibles, lo que nos permitirá evaluar el impacto y la efectividad de las estrategias implementadas. Esto contribuirá directamente al reconocimiento de nuestra marca, ya que podremos identificar qué tácticas están generando los mejores resultados y ajustar nuestras estrategias en consecuencia. Además, al llegar a más personas a través de nuevos canales digitales, esperamos un crecimiento exponencial en las inscripciones de niños en nuestro jardín, lo que reflejará el éxito de nuestras iniciativas de marketing integral.

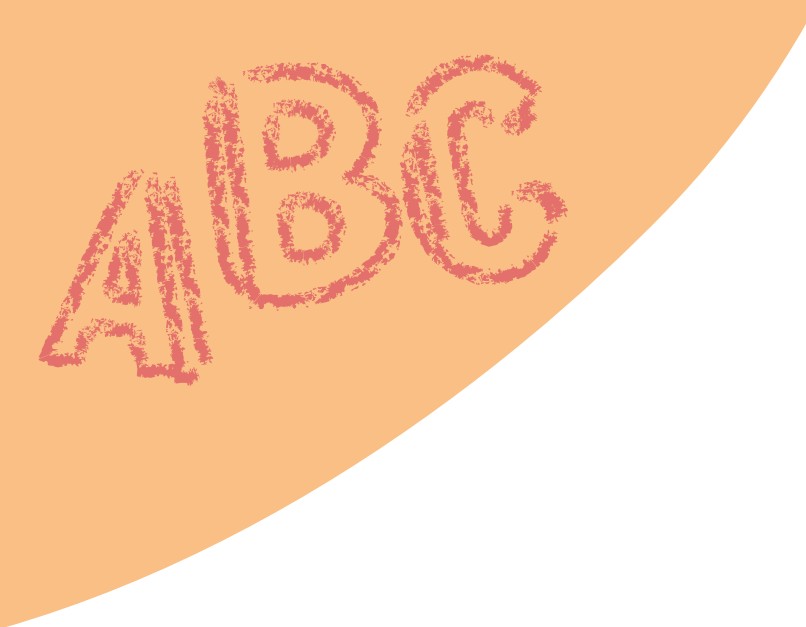




Objetivo General

Desarrollar e implementar una estrategia de transformación digital que optimice el posicionamiento SEO y SEM, incorpore el marketing digital en conjunto con el tradicional, mejore la experiencia del usuario estableciendo canales digitales efectivos, promueva la omnicanalidad, con el fin de fortalecer la presencia en línea, aumentando la visibilidad del jardín y mejorar la conversión de leads.





EMPRENDIMIENTO

EN ENTORNOS
DIGITALES



MODELO CANVAS



Socios Clave

- Colegios (Liceo de Cervantes, Corazonista, San Bartolome, Agustiniano).
- Proveedores de materiales educativos.
- Aliados para actividades y eventos especiales.
- Asesores (psicólogos, médicos etc).



Actividades Clave

- Educación infantil de calidad
- Experiencias únicas donde los niños pueden aprender y crecer mientras se divierten
- Desarrollo Integral por medio de materiales y metodologías



Recursos Clave

- Personal educativo capacitado y experimentado
- Instalaciones y equipamiento apropiado para el desarrollo infantil
- Herramientas tecnológicas para la gestión y comunicación



Propuesta de Valor

- Educación infantil de alta calidad con un entorno seguro
- Experiencia de aprendizaje integral para los niños preparándolos para el mundo.
- Comunicación asertiva, transparente y cercana con los padres de familia
- Instalaciones para un entorno seguro
- Materiales con metodologías enfocadas en la educación integral y personalizada



Relación con Clientes

- Comunicación cercana, confiable, directa y personalizada con los padres.
- Atención a las necesidades específicas tanto para los niños como para las familias
- Eventos y actividades especiales para fortalecer la comunidad educativa



Canales

- Sitio web.
- Redes sociales.
- Correo electrónico.
- Publicidad en los diferentes medios tanto en línea como en físico (rutas escolares, vallas).



Segmento de Clientes

- Padres de familia y tutores de niños entre 2 -5 años
- Familias interesadas en educación infantil de alta calidad.
- Padres que valoran la seguridad y el entorno pedagógico con metodologías enfocadas en el desarrollo integral.



Estructura de Costos

- Salarios y beneficios para el personal
- Mantenimiento y mejora de las instalaciones
- Costos de materiales y suministros educativos
- Inversión en tecnología y marketing tanto digital como tradicional

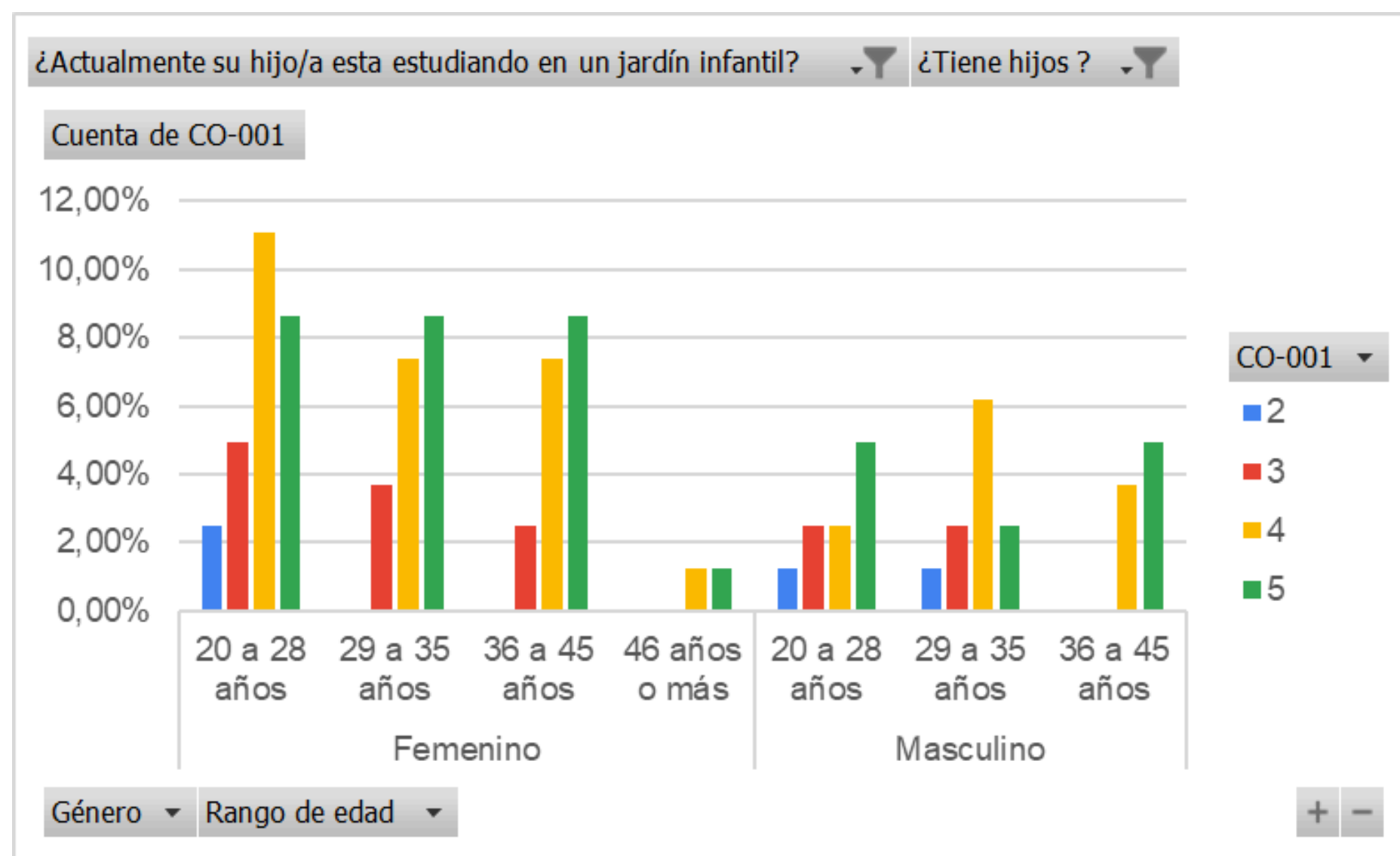


Fuente de Ingresos

- Matrículas y cuotas mensuales de actividades o servicios adicionales
- Venta de materiales educativos, productos y uniformes



En una escala del 1 a 5 ¿En qué medida el contenido digital influye en su toma de decisiones relacionadas con la educación y cuidado de sus hijos?

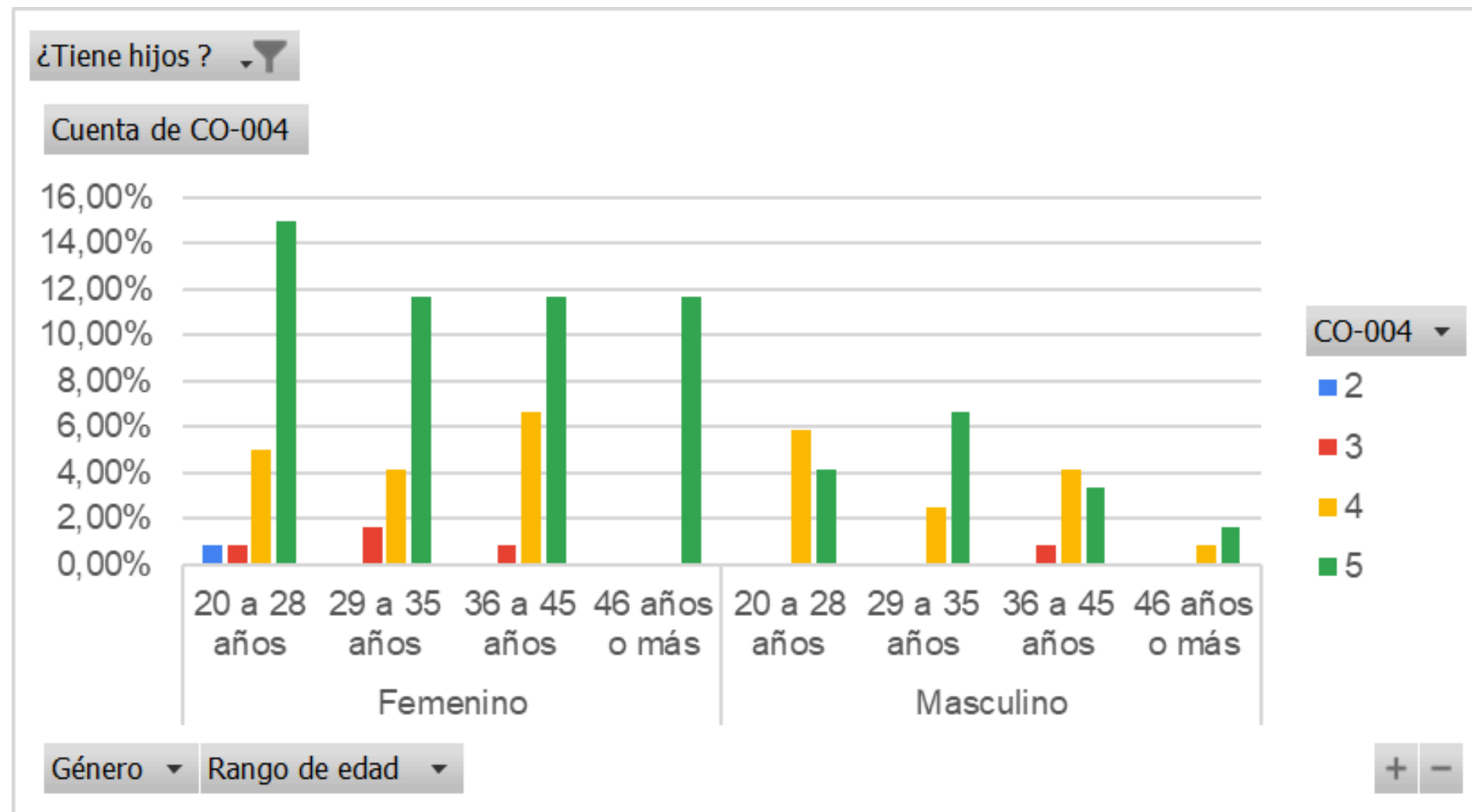


Para el **79,01%** de la población que actualmente tienen a su hijos estudiando en un jardín infantil el contenido digital influye en su toma de decisiones relacionadas con la educación y cuidado de sus hijos.

El **54,32%** son mujeres que en su mayoría encuentran en un rango de edad entre los **20 a 28 años**. El **24,69%** restante son hombres que se encuentran en un rango de edad entre los **29 a 35 años**.

Con esto podemos concluir que los rangos de edad son influyentes en las tomas de decisiones.

En una escala de 1 a 5 ¿Que tan importante es para usted la reputación y recomendaciones de otros padres al elegir un jardín infantil para su hijo/a?

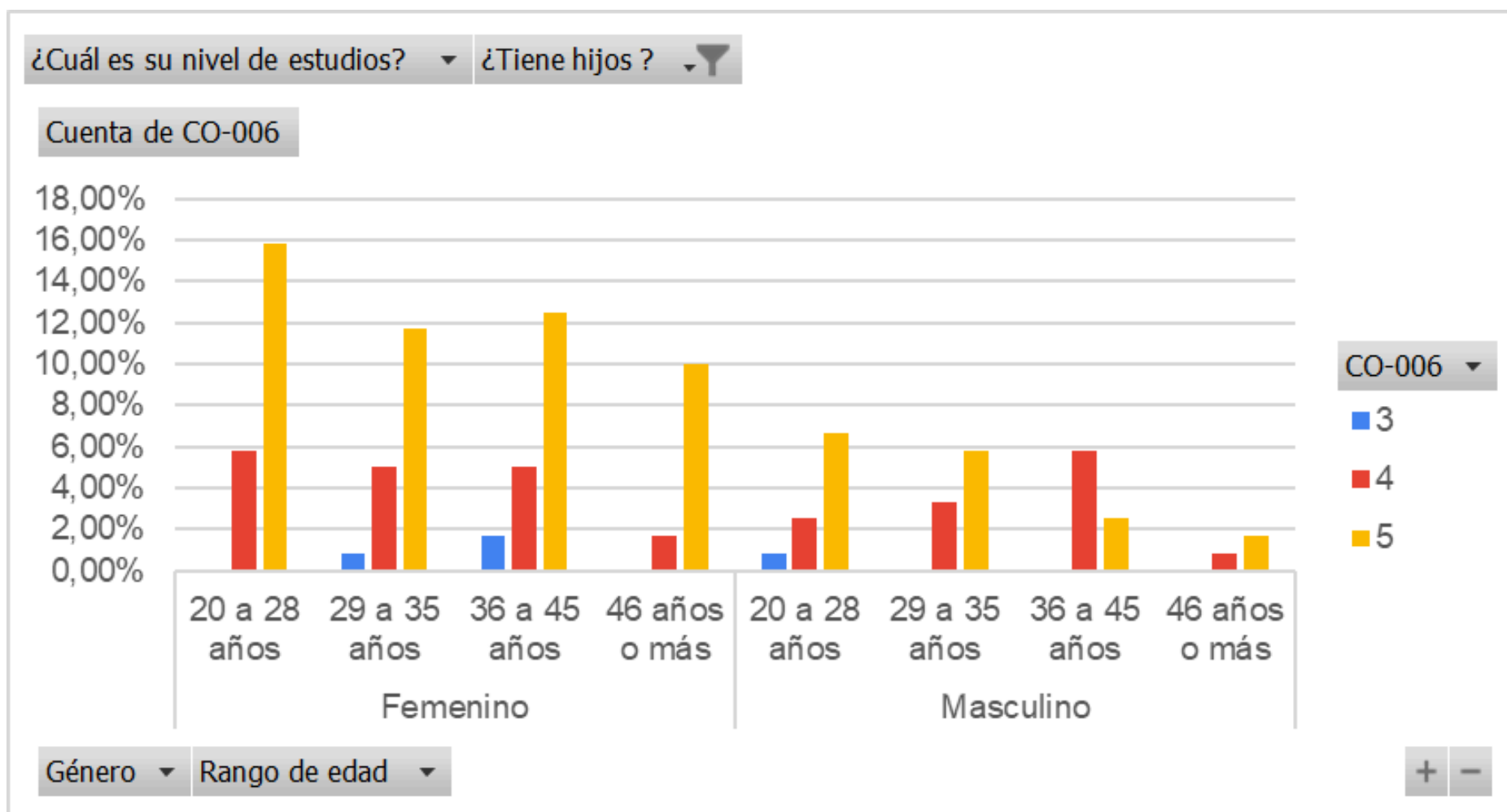


Para el 95% de los padres es importante la reputación y recomendaciones para la elección del jardín infantil para sus hijos

El 65,83% son mujeres que se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 28 años. El 29,17% restante son hombres que se encuentran en el mismo rango de edad.

Con esto podemos concluir que las madres mas jóvenes y primerizas se dejan influenciar en su toma de decisiones acorde a las recomendaciones de su circulo mas cercano.

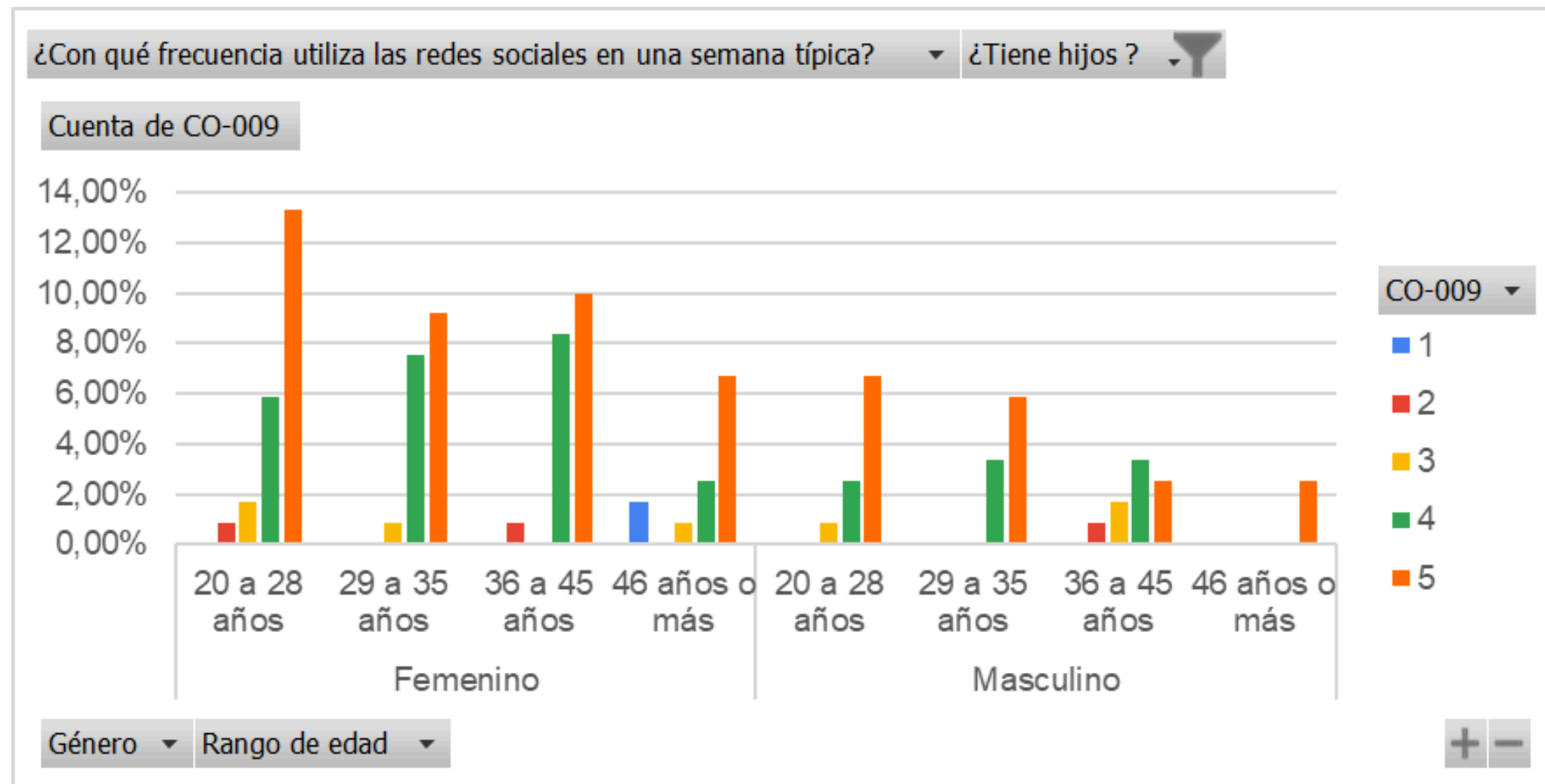
En una escala de 1 a 5 ¿Que tan importante es para usted la filosofía educativa y las actividades ofrecidas al elegir un jardín infantil para su hijo/a?



Para el 96,67% de los padres es de gran importancia la filosofía educativa y las actividades ofrecidas al elegir un jardín infantil. El 67,50% son mujeres que en su mayoría se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 28 años. El 29,17% restante son hombres que se encuentran en un rango de edad entre los 29 a 45 años de edad

Con esto podemos concluir que las mujeres son las más influyente sobre la toma de decisión del jardín infantil para sus hijos

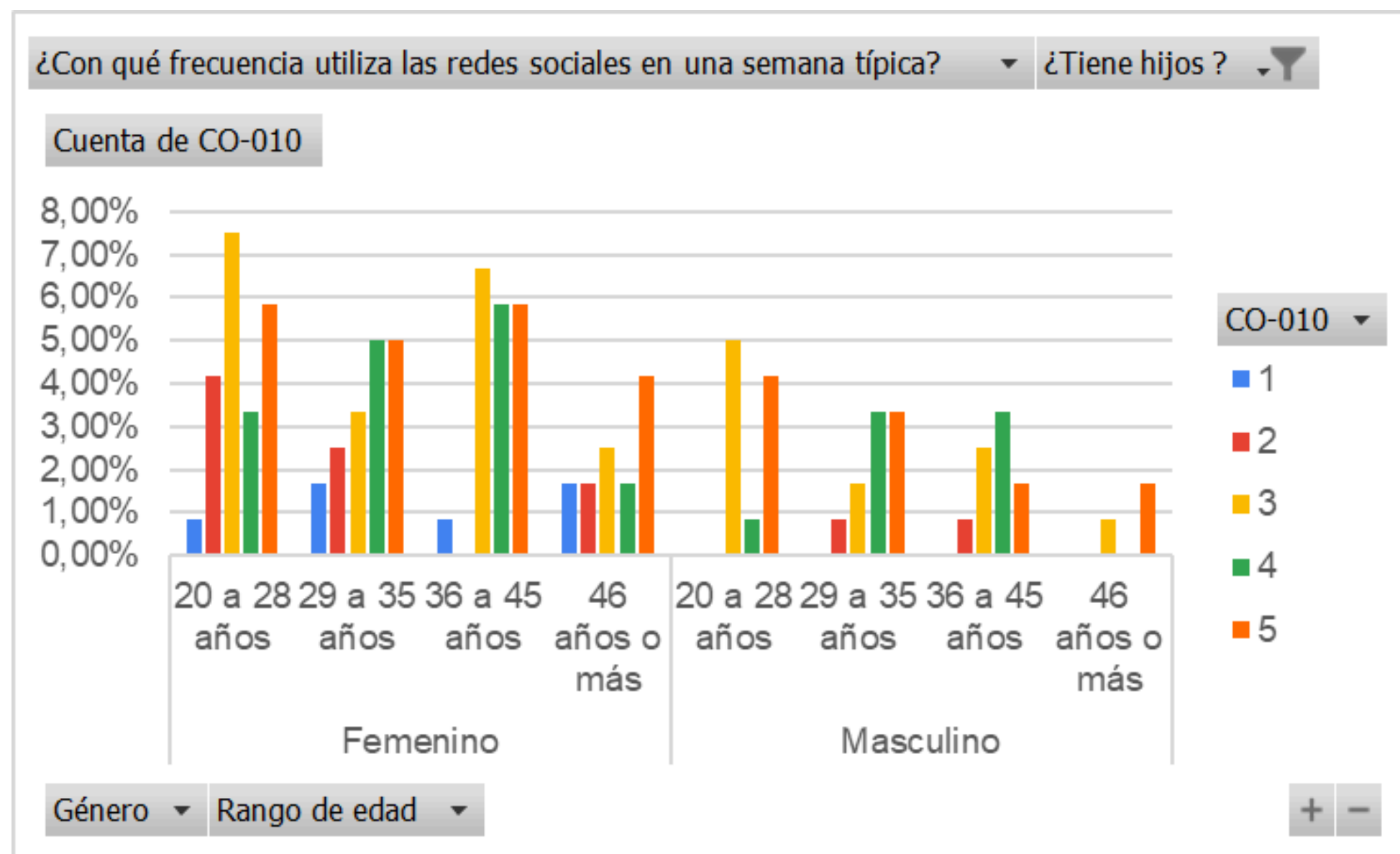
En una escala de 1 a 5 ¿Con que frecuencia utiliza Instagram ?



El 90% de los padres donde la mayor participación se ve reflejada en mujeres con el 63,33% en el rango de edad de los 20 a 28 años y los hombres con un 26,67% en el mismo rango de edad .

Con esto podemos concluir que las madres mas jóvenes hacen uso de esta red social con una mayor frecuencia a comparación de los hombres que se encuentran en este mismo rango de edad teniendo un menor índice de frecuencia.

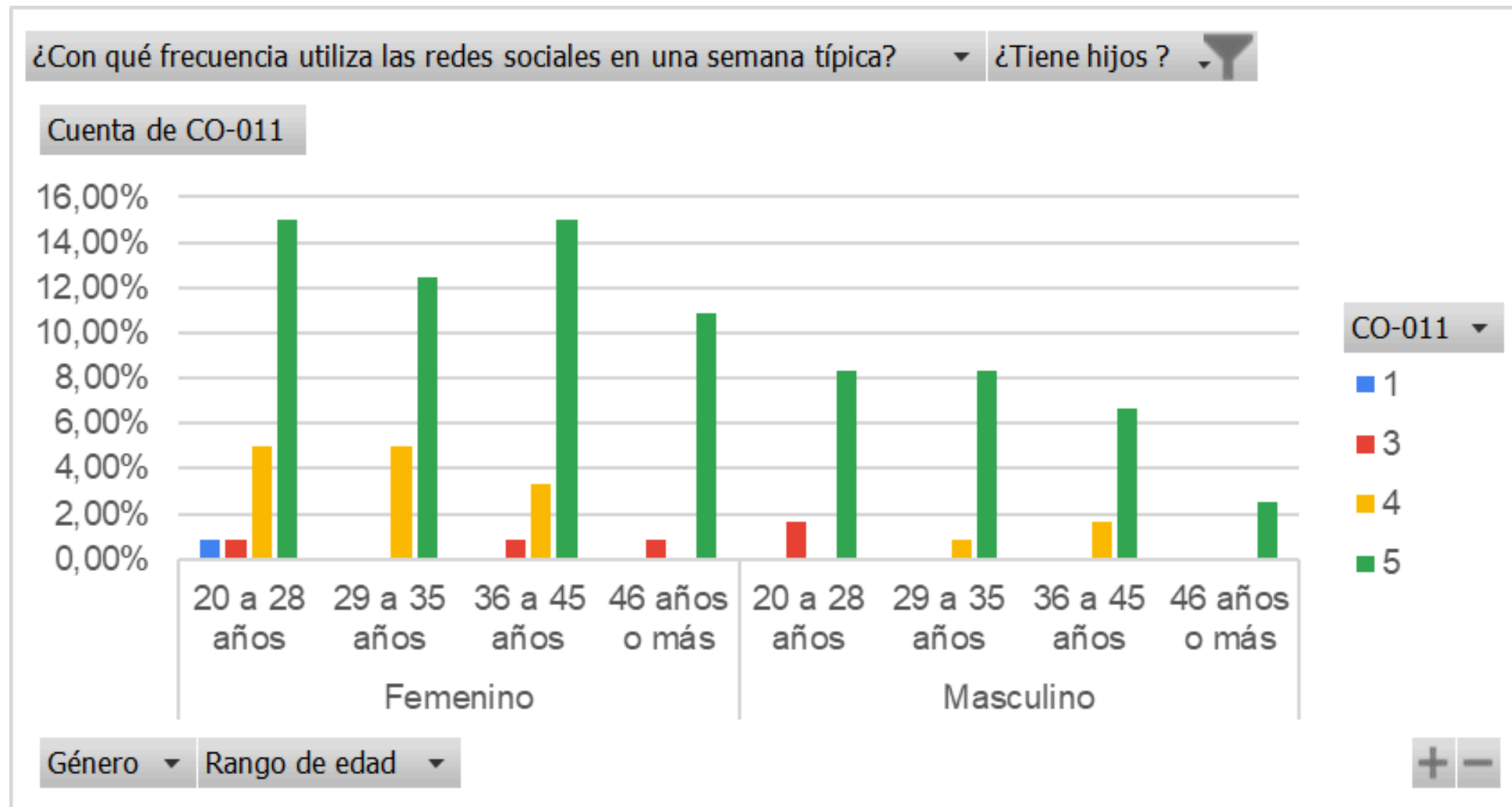
En una escala de 1 a 5 ¿Con que frecuencia utiliza Facebook ?



El 85% de los padres hace uso de esta plataforma todos los días donde la mayor participación se ve reflejada en mujeres con un 36,67% quienes se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 28 años. El 18,33% son hombres que se encuentran en un rango de edad entre los 29 a 35 años.

Con esto podemos concluir que los rangos de edad influyen en el consumo de esta red social ya que podemos evidenciar que en los hombres la tendencia va enfocada en que a mayor edad la frecuencia del uso de esta plataforma tiende a disminuir.

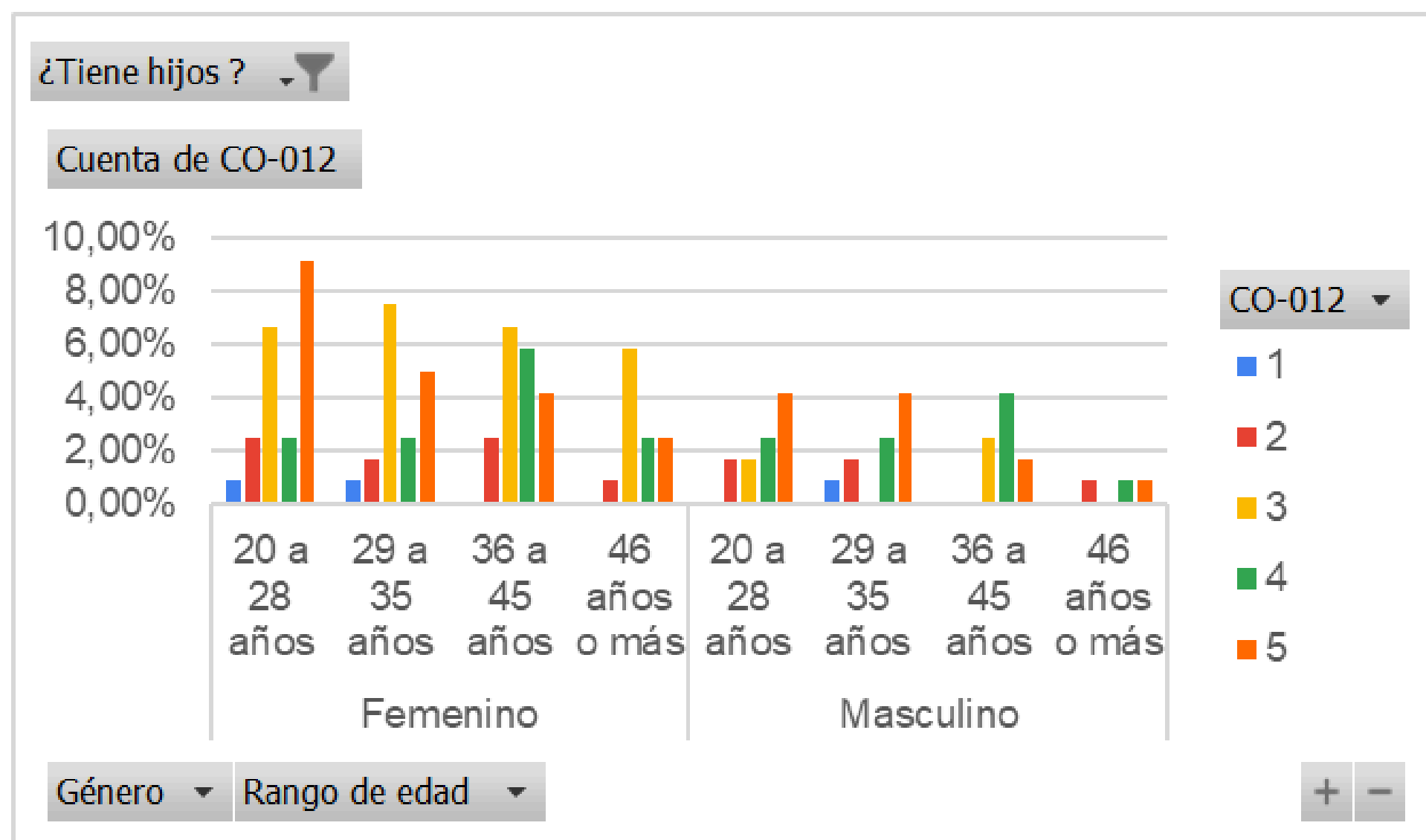
En una escala de 1 a 5 ¿Con que frecuencia utiliza WhatsApp ?



El 95% de los padres utilizan esta plataforma todos los días donde la mayor participación se ve reflejada en mujeres con un 66,67% en un rango de edad de 20 a 28 años. El 28,33% restante son hombres de 29 a 35 años.

Con esto podemos concluir la variación que se evidencia sobre los rangos de edad en el uso del aplicativo y el resultado que nos arroja la muestra es en las mujeres con mayor uso de esta plataforma

En una escala de 1 a 5 ¿Con que frecuencia utiliza Youtube?



El 85,83% de los padres hace uso de esta plataforma de una manera neutra donde la mayor participación se ve reflejada en mujeres con un 60,83% quienes en su mayoría se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 28 años. En el caso de los hombres el uso de esta plataforma es mucho menor con un 25% en el mismo rango de edad.

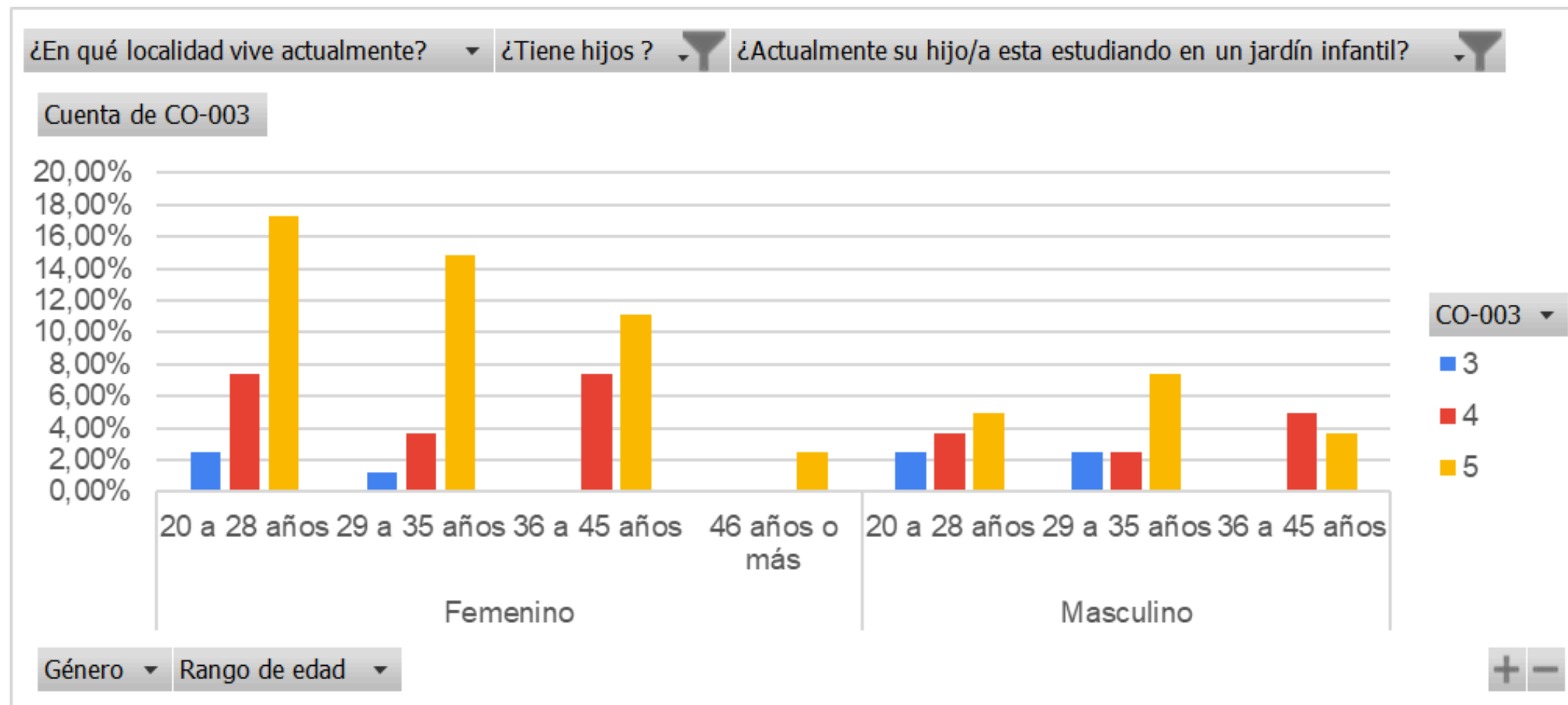
Con este podemos concluir que las madres mas jovenes utilizan con mayor frecuencia esta plataforma a comparación de los hombres que a mayor rango de edad el uso de esta platafroma es mas reducido.

En una escala de 1 a 5 ¿Esta de acuerdo que el contenido en redes sociales de un jardín infantil se enfatice en las actividades educativas para niños/as?



El 90,83% segmentado en los 3 rangos de edad que mas influyente sobre la toma de decisión, evidenciamos que el 29,17% es el porcentaje mayor que se atribuye a los jóvenes de 20 a 28 años, pero por otro lado esta con el 25% los adultos de 29 a 35 años y por igual medida las personas de 36 a 45 años, podemos analizar que hoy en día si es factor clave para los padres el uso de RS para estas actividades.

En una escala de 1 a 5 ¿Qué tan importante es para usted la ubicación al elegir un jardín infantil para su hijo/a?



Para 91,36% de los padres se evidencia una mayor importancia en las mujeres en la toma de esta decisión, acorde a los siguientes porcentajes:

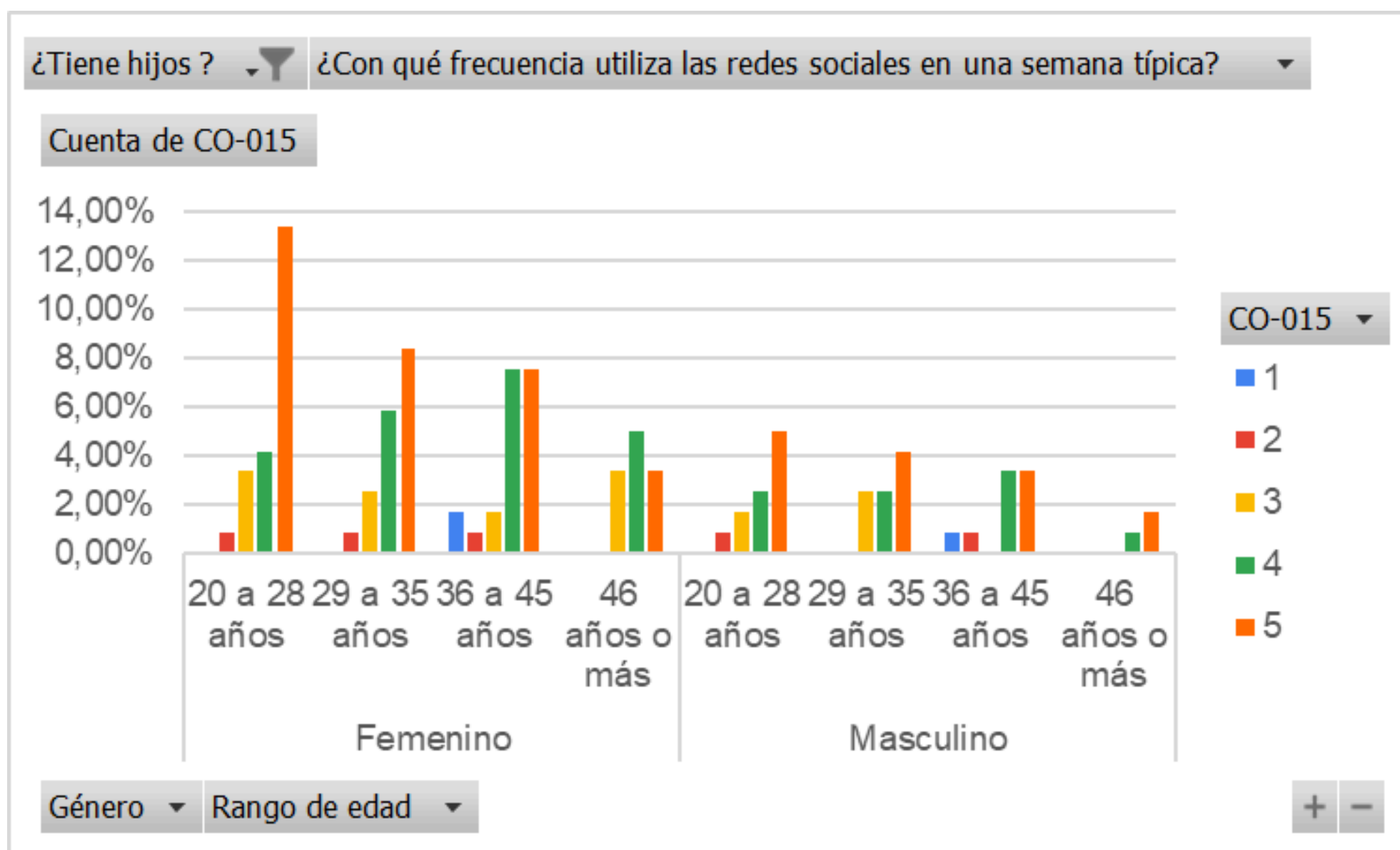
20 a 20 Años = 24,68%

29 a 35 años = 18,52%

36 a 45 años = 18,52%

En relación a los hombres se presenta un valor máximo de 9,88% en el rango de 29 a 35 años de edad, presentando una tendencia mas baja.

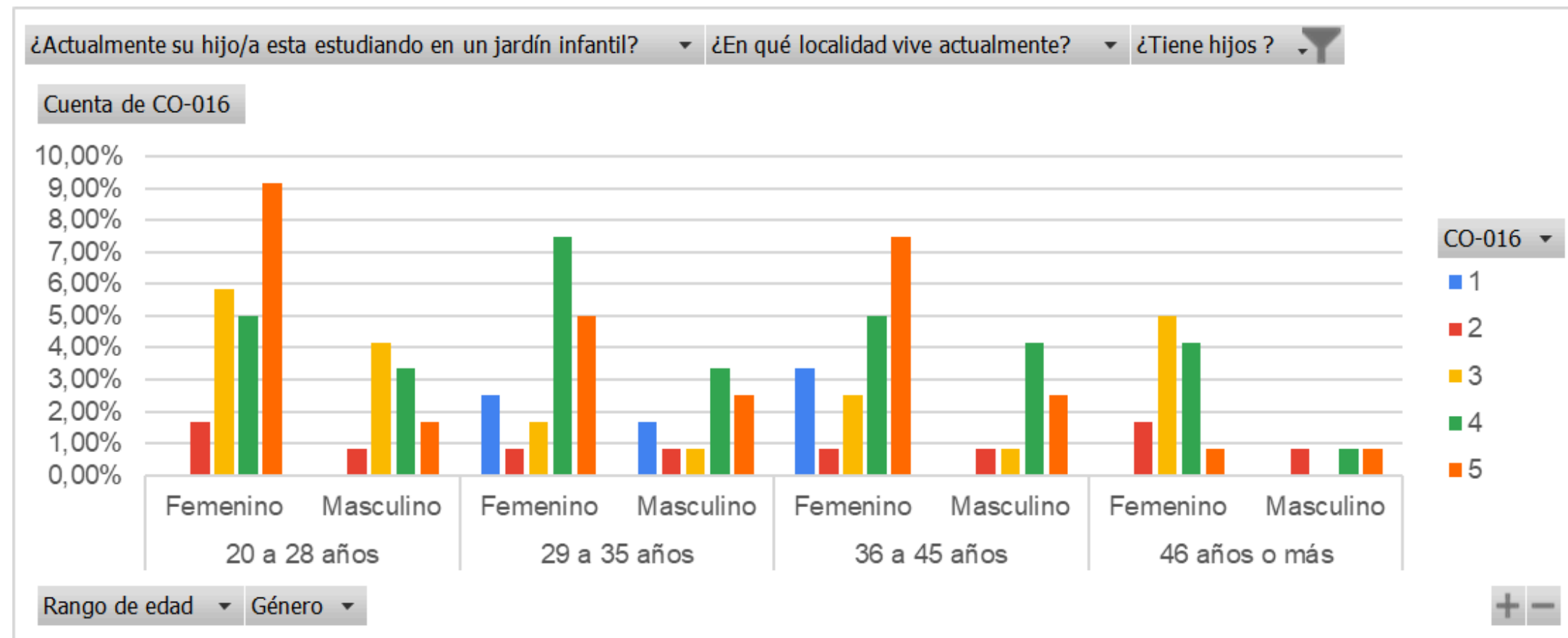
En una escala de 1 a 5 ¿Qué tan útil sería para usted conocer un jardín infantil por medio de publicidad en redes sociales?



Para 78,33% de los padres le es útil conocer un jardín infantil por medio de publicidad a través de redes sociales. la mayor participación se ve reflejada en mujeres con un 55% quienes en su mayoría se encuentran en un rango de edad entre los 20 a 28 años de edad. El restante son hombres con un 23,33% de lo cual se puede evidenciar un mismo resultado para los que se encuentran en un rango de edad entre los 29 a 45 años.

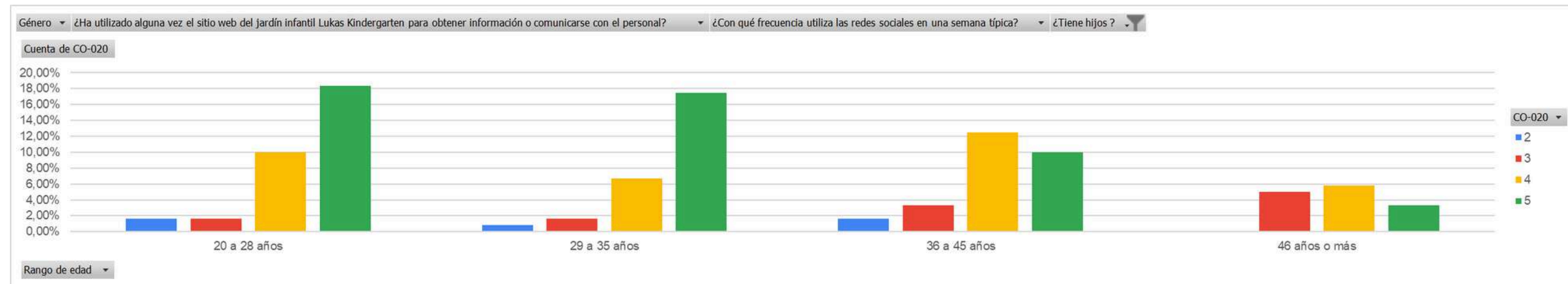
Con este podemos concluir que en el caso de las mujeres sin importar el rango de edad, se logra evidenciar una diferencia muy poco significativa.

En una escala de 1 a 5 ¿Que tan útil sería para usted conocer un jardín infantil por medio de publicidad impresa (folletos, carteles, etc)?



Para 84,17% de los padres les es útil conocer un jardín infantil a través de la publicidad impresa podemos analizar que las 3 primeras generaciones de edad se ven activas en una media del 20%

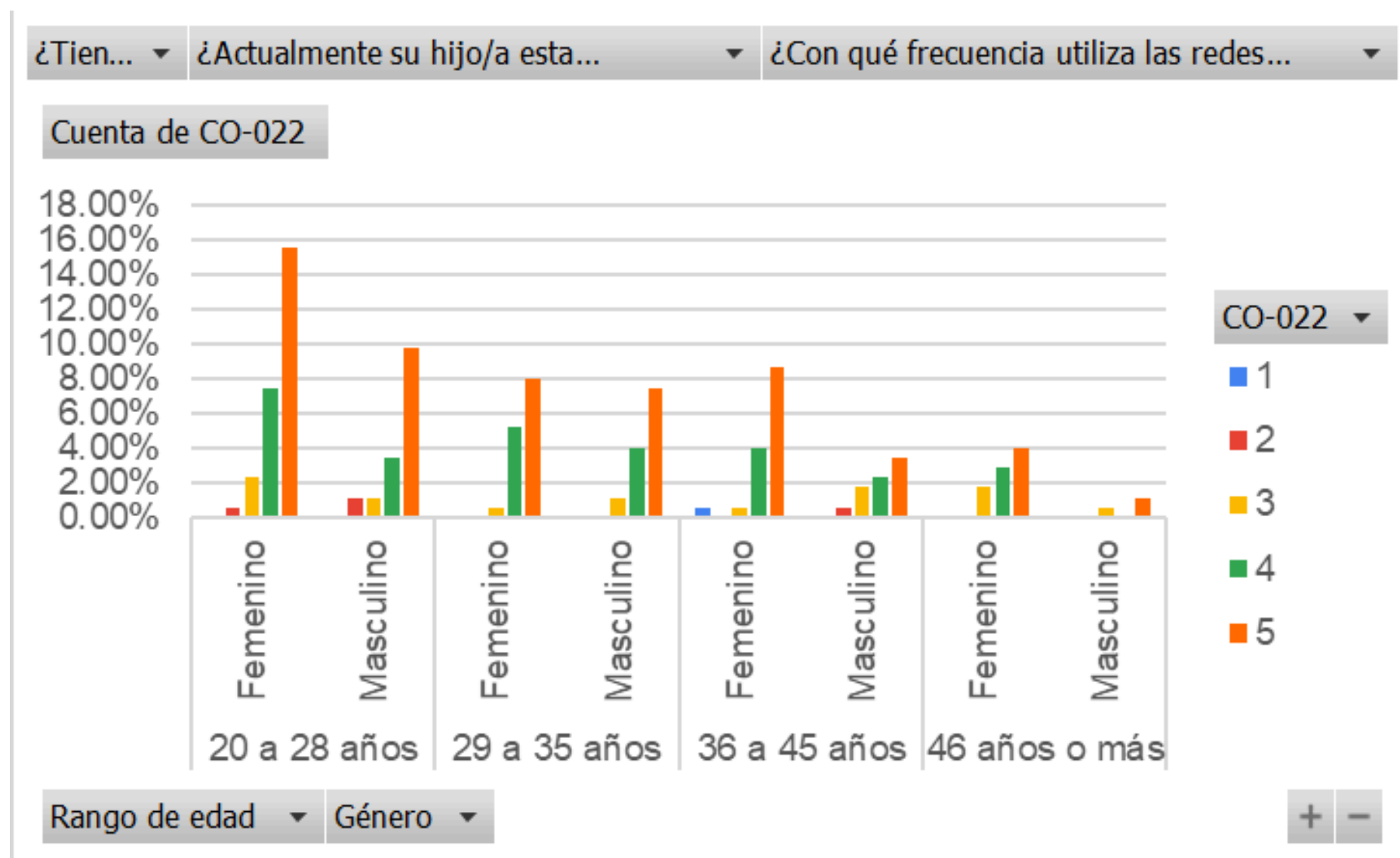
En una escala de 1 a 5 ¿Esta de acuerdo que un jardín infantil al tener mayor presencia en redes sociales puede mejorar la comunicación y conexión con los padres y familias?



Analizaremos la siguiente variable por rango de edades de los padres y cuales tienen mayor participación por presencia de redes con un 84,17% total. El 28,33% con una mayor interacción en el rango de 20 a 28 años. Por otro lado el 24,17% en el medio de interacción en el rango de 29 a 35 años y el 22,50% restante es el mas bajo de interacción en el rango de 35 a 45 años.

Con esto podemos concluir que los padres mas jóvenes están mayormente activos con la presencia de redes sociales y le es mas fácil su comunicación.

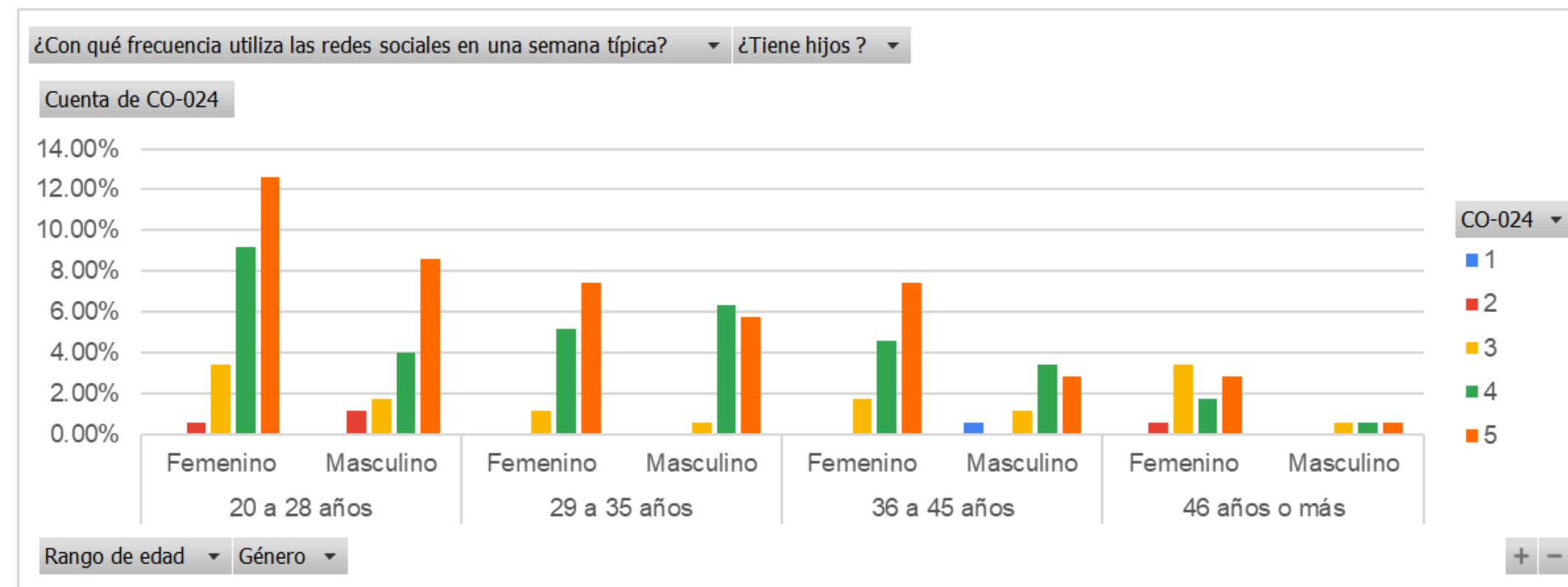
En una escala de 1 a 5 ¿Esta de acuerdo que un jardín infantil al tener mayor presencia en redes sociales pueda generar una mayor visibilidad y alcance de la comunidad local?



El 87,36% de los padres esta de acuerdo con que tener una presencia en redes puede generar mayor visibilidad y alcance en la comunidad local.

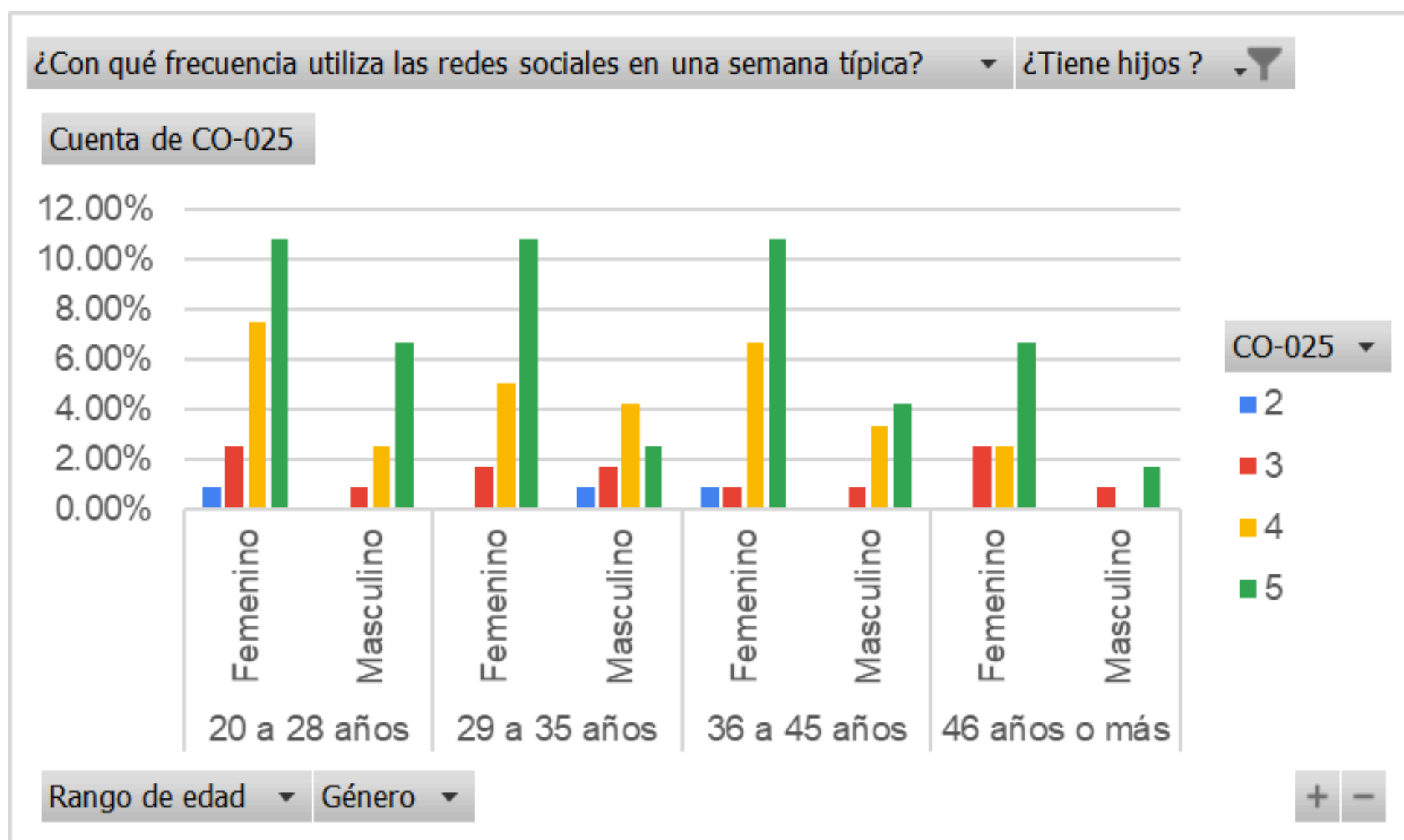
Con esta pregunta podemos concluir que en los rangos de edad de 20 a 45 años la tendencia en presencia de redes sociales de un jardín es muy relevante tanto para hombre como para mujeres por lo cual apuntar las estrategias en redes sociales si puede ser un determinante para generar visibilidad y alcance de la comunidad local.

En una escala de 1 a 5 ¿Qué tan relevante es para usted hacer uso de sus redes sociales para descubrir contenido de valor ?



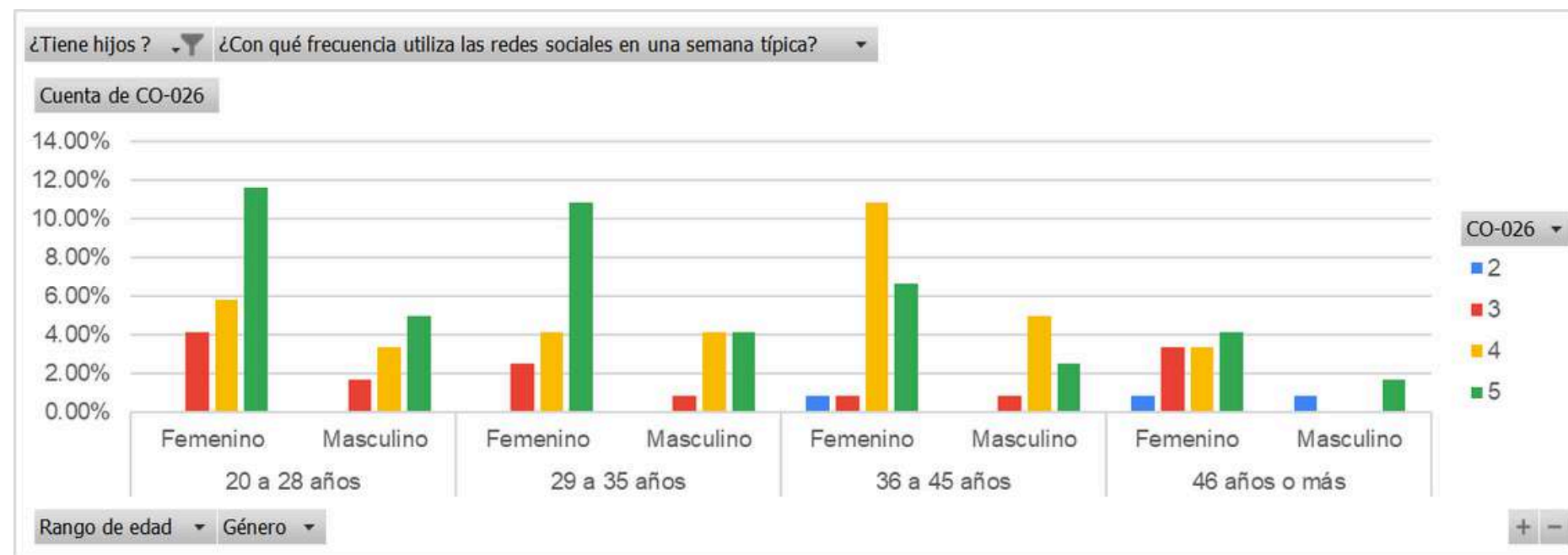
Para el 83,33% es muy importante usar las redes sociales para encontrar el contenido de valor, Las edades entre los 20 a 28 años representan el 34,48% siendo el 21,84% mujeres y el 12,64% hombres, con esto podemos concluir que las mujeres tienen una tendencia a buscar contenido de valor por medio de las redes sociales y esto puede verse reflejado en el tipo de contenido que consume, descubriendo así tendencias hacia lo que buscan en temas de contenido pues le ponen más atención al detalle lo que se puede verse influenciado en la toma de sus decisiones finales.

En una escala de 1 a 5 ¿Esta de acuerdo que el contenido en redes sociales de un jardín infantil se enfatice en consejos para padres y madres?



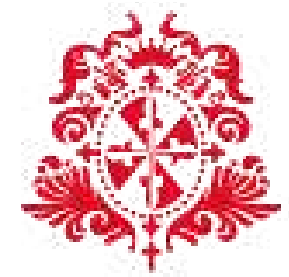
Para el 85,83% esta de acuerdo con que el contenido se enfatice en consejos para padres y madres. El 27,50% de esta muestra esta representado por las edades entre 20 y 28 años entre hombres y mujeres lo cual nos dice que el contenido guiado a los consejos es mas fuerte en estas edades donde los padres tienden a ser padres primerizos y se dejan influenciar por este tipo contenido que les puede servir en su labor como padres con el 18,33% a mujeres y 9,17% representado por hombres

En una escala de 1 a 5 ¿Esta de acuerdo que el contenido en redes sociales de un jardín infantil se enfatice en información para eventos y actividades extracurriculares?



El 83,33% esta de acuerdo con que el contenido se enfatice en esta información. Las mujeres que se encuentran entre los 20 y 28 años su tendencia es mucho mas fuerte con un 17,50% en comparación a las de 36 a 45 años que no es tan fuerte con un 15%.

En el caso de los hombres nos podemos dar cuenta que la edad en la que mas le llama la atención este tipo de información es en los hombres que se encuentra entre los 20 y 28 años con 8,33%. Las mujeres son mas cercanas a este tipo de contenido y podemos concluir que tanto los eventos como las actividades extracurriculares tienen mas impacto o influencia en comparación con los hombres.



PROPUESTA DE VALOR

• Descripción del problema:

Los padres y tutores buscan un lugar seguro y educativo de calidad para sus hijos en la etapa preescolar. Quieren un entorno de aprendizaje que fomente el desarrollo integral de los niños, así como una comunicación abierta y transparente con el personal del jardín infantil. Además, el uso de canales digitales para interactuar y realizar trámites es cada vez más necesario para adaptarse a sus estilos de vida ocupados.

• Beneficios claves:

- Entorno educativo seguro y enriquecedor.
- Experiencia digital intuitiva y accesible.
- Personal educativo altamente capacitado.
- Flexibilidad en horarios y servicios.
- Comunicación clara y directa con los padres.



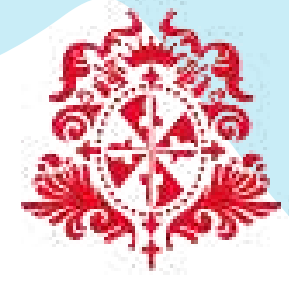
• Solución Diferenciadora:

El jardín infantil ofrece una experiencia educativa integral en un entorno seguro y positivo. Combina métodos pedagógicos modernos con instalaciones de alta calidad para garantizar el bienestar y el desarrollo de los niños. Además, se integra un enfoque digital en la experiencia, con comunicación y servicios en línea para facilitar la interacción con los padres.

• Características y funcionalidades:

- Programas educativos adaptados a diferentes edades y necesidades.
- Instalaciones modernas y seguras.
- Sistemas de gestión interna para una administración eficiente.
- Canales digitales para inscripciones, pagos y comunicación.
- Acceso a actividades extracurriculares y eventos especiales.

PROPUESTA DE VALOR



Universidad del
Rosario

• Ruta de experiencia digital:

- Acceso a un sitio web con información de valor y experiencia de usuario óptimo.
- Uso de aplicaciones o plataformas para comunicación directa con los padres.
- Integración de herramientas digitales para seguimiento del progreso de los niños, matriculas y pagos.
- Comunicación constante y actualizada a través de plataformas digitales.

• Servicio Postventa:

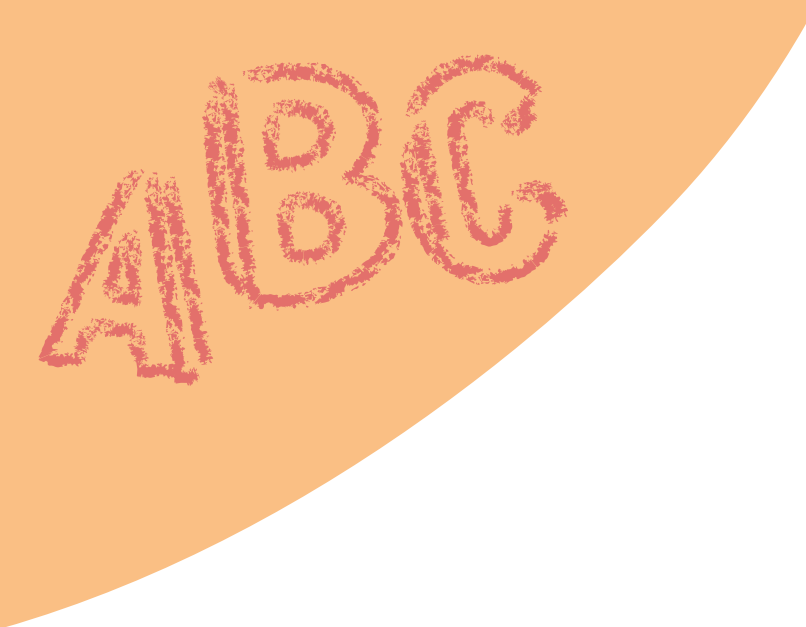
- Soporte continuo a los padres para atender consultas y resolver problemas.
- Encuestas de satisfacción para evaluar la experiencia de los padres.
- Charlas y eventos informativos para mantener a los padres en una comunicación cercana.
- Acompañamiento en todo el proceso a los padres y niños.
- Educación de calidad para preparar a los niños a un mundo real

• Precios y modelo de negocio:

- Precios competitivos y transparentes para atraer y retener clientes.
- Diferentes planes y opciones de tarifas según los servicios requeridos.
- Posibilidad de descuentos y promociones para atraer a nuevos clientes.

• Ventaja competitiva:

- Enfoque centrado en el niño, con programas personalizados y de alta calidad.
- Integración de tecnología para una experiencia digital completa y apropiada.
- Comunicación constante y cercana con los padres generando confianza y seguridad.
- Compromiso con la seguridad y pedagogía tanto en instalaciones, como en la comunicación, personal, materiales y experiencias



ANÁLISIS

DEL ENTORNO Y LA COMPETENCIA



Factores Políticos

P

- Normativas gubernamentales sobre educación infantil y cuidado de niños.
- Políticas educativas: El gobierno colombiano tiene programas como la "Estrategia de Cero a Siempre" con los que busca ampliar la cobertura y calidad de la educación inicial, proporcionando mejores oportunidades para los jardines infantiles.
- Regulaciones sobre seguridad y salud en los espacios infantiles: El Ministerio de Educación establece requisitos específicos para los jardines infantiles y preescolares, incluyendo regulaciones sobre seguridad, salubridad y planes de estudio. La Resolución 1441 de 2021 regula los estándares de calidad para instituciones de educación preescolar.



Factores Económicos



- Competencia de otros jardines: teniendo opciones tanto públicas como privadas
- Tasas de desempleo: La tasa de desempleo en Colombia se situó en alrededor del 11% en 2023, según el DANE, lo que afecta la capacidad de las familias para pagar servicios de educación infantil.
- Cambios en tasas (IPC, salario mínimo etc): Según el (DANE), los ingresos de los hogares colombianos variaron en 2023, con un ingreso promedio mensual per cápita de aproximadamente COP \$1.180.000 (pesos colombianos).

E

Factores Sociales

S

- Cambios demográficos: En Colombia, los niños de 0 a 14 años representan aproximadamente el 25% de la población total, según datos del DANE, lo que indica un mercado potencial significativo para los jardines infantiles.
- Preferencias y valores de los padres: En Colombia los padres buscan jardines infantiles que ofrezcan programas educativos de calidad y entornos seguros. Según encuestas, la salud y el bienestar de sus hijos son preocupaciones clave para los padres colombianos.
- Expectativas crecientes de los padres: sobre la calidad y la seguridad de los servicios ofrecidos.



Factores Tecnológicos

- **Avances tecnológicos y de navegación:** El DANE indican que el acceso a internet en Colombia ha aumentado, con más del 70% de los hogares con acceso a internet en 2023. Esto permite a más padres buscar información sobre jardines infantiles en línea.
- **Crecimiento de plataformas en línea para la educación y servicios que ofrece el jardín**
- **Oportunidades para innovar en la metodología de aprendizaje:** La pandemia de COVID-19 ha impulsado la adopción de herramientas educativas en línea en Colombia, permitiendo a los jardines infantiles innovar en su oferta de servicios.



Factores Ecológicos

- **Preocupaciones ambientales:** pueden influir en las prácticas y políticas del jardín infantil.
- **Regulaciones sobre sostenibilidad y cuidado del medio ambiente:** El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible fomenta prácticas sostenibles, lo que incluye la educación ambiental desde edades tempranas en los jardines infantiles.
- **Conciencia ambiental:** La encuesta de Percepción de la Biodiversidad de los colombianos (EPB) 2022 revela que los colombianos están cada vez más preocupados por el medio ambiente. Los jardines infantiles pueden destacar al promover prácticas sostenibles.



Factores Legales

- **Privacidad y protección de datos (niños, padres y personal):** En Colombia, la Ley de Protección de Datos Personales (Ley 1581 de 2012) regula la recolección y tratamiento de datos personales, incluyendo datos de niños en jardines infantiles.
- **Requisitos de licencias y certificaciones para operar un jardín infantil:** Decreto 1075.
- **Leyes laborales que regulan el empleo de personal:** El salario mínimo establecido por el gobierno nacional, seguridad y prestaciones sociales



Bee



Rivalidad

- Competencia con otros jardines infantiles locales, tanto públicos como privados.
- Diferenciación basada en calidad, precio, ubicación y servicios adicionales.
- Esfuerzo por destacar en el mercado de educación infantil.

Proveedores

- Proveedores de materiales educativos y otros insumos esenciales como ejemplo uniformes.
- Capacidad de los proveedores para influir en precios y condiciones de suministro.
- Dependencia de un proveedor específico puede dar lugar a un mayor poder de negociación.

Competencia

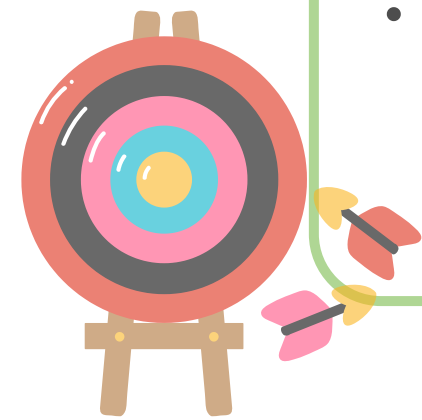
- Jardines existentes y facilidad de entrada de nuevos jardines infantiles al mercado.
- Costos de pensiones y servicios ofrecidos
- La innovación y la diferenciación en términos de servicios y metodologías que se ofrecen

- Los padres o tutores que tienen opciones para elegir entre diferentes jardines infantiles que su poder adquisitivo lo permita.
- Los padres o tutores que buscan la mejor relación calidad-precio.
- Los padres o tutores que buscan un lugar seguro para dejar a sus hijos y que reciban una educación de alta calidad.

Clientes

- Alternativas como cuidadores en casa o guarderías familiares.
- Otras opciones de educación preescolar, como programas comunitarios, colegios, educación en línea
- Posibilidad de que los padres opten por quedarse en casa para cuidar y educar a sus hijos.

Sustitutos



FORTALEZAS

- **Educación de calidad:** Programas pedagógicos modernos y personal altamente capacitado.
- **Instalaciones seguras y equipadas:** Ambientes adaptados para el desarrollo integral de los niños.
- **Experiencia digital:** Uso de tecnología para mejorar la comunicación con los padres y la gestión interna.
- **Reputación positiva:** El jardín infantil puede tener una buena reputación en la comunidad local.
- **Flexibilidad en servicios:** Ofertas de horarios adaptables y actividades extracurriculares.

DEBILIDADES

- **Limitaciones presupuestarias:** Recursos financieros limitados para inversiones o mejoras.
- **Dependencia de la publicidad tradicional:** Ausencia sobre la diversificación en estrategias de marketing.
- **Posibles brechas tecnológicas:** Falta de actualización en tecnología
- **Falta de diferenciación:** Dificultad para destacarse en un mercado saturado.
- **Procesos internos ineficientes:** Problemas en la gestión administrativa o logística.



OPORTUNIDADES

- **Crecimiento demográfico:** Aumento de la población infantil en la zona, ampliando el mercado potencial.
- **Expansión digital:** Mayor alcance a través de plataformas digitales y redes sociales.
- **Tendencias educativas:** Hacer uso de nuevas metodologías y tecnologías educativas para destacar.
- **Alianzas estratégicas:** Posibilidad de colaborar con instituciones locales o expertos en educación.
- **Conciencia ambiental:** Oportunidad de sobresalir promoviendo prácticas ecológicas en edades tempranas.

AMENAZAS

- **Competencia local:** presencia de otros jardines infantiles en la misma zona
- **Cambios regulatorios:** Posibles cambios en regulaciones educativas requieren adaptaciones costosas en el jardín infantil
- **Crisis económicas:** Disminución en la demanda de servicios de cuidado infantil
- **Pandemias u otras crisis:** Situaciones inesperadas que perjudican las operaciones.
- **Cambios en las preferencias de los padres:** Variaciones en lo que buscan los padres en un jardín infantil.

Stakeholders	Interés	Expectativa	Influencia
1. Padres y tutores	Buscan un entorno seguro y educativo de calidad para sus hijos, con un precio comodo	Programas educativos efectivos, instalaciones seguras y comunicación transparente	Tienen un impacto directo en el éxito financiero y la reputación del jardín infantil pues pueden recomendar o criticar.
2. Personal educativo y administrativo	Trabajar en un entorno seguro y satisfactorio con oportunidades de crecimiento profesional.	Salarios competitivos, buenas condiciones laborales y oportunidades de capacitación	Su desempeño y satisfacción laboral impactan la calidad del servicio y la reputación del jardín infantil.
3. Niños	Necesitan un entorno de aprendizaje positivo y actividades adecuadas a su edad.	Programas educativos atractivos y actividades lúdicas, Los niños son el centro del jardín infantil, y su bienestar y desarrollo son la razón de ser del proyecto.	Su satisfacción influye en la retención y recomendación a otros padres
4. Proveedores	Proveer productos y servicios al jardín infantil de manera sostenible y rentable	Relación comercial estable, pagos puntuales y colaboración a largo plazo	Pueden afectar la calidad y disponibilidad de materiales y servicios.

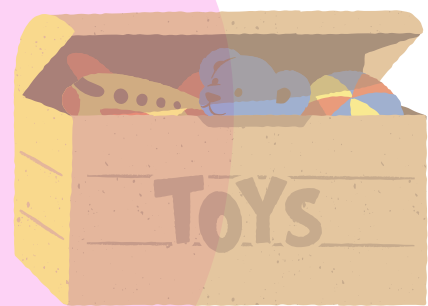
Stakeholders	Interes	Expectativa	Influencia
5. Comunidad Local	El jardín infantil contribuye a la vitalidad y desarrollo de la comunidad.	Que el jardín infantil sea una institución respetable y comprometida con la comunidad.	Puede apoyar o rechazar la presencia del jardín infantil según su impacto en la zona
6. Gobierno y autoridades legales	Asegurar el cumplimiento de regulaciones y estándares de calidad en educación infantil.	Cumplimiento de normativas, políticas de seguridad y protección de los niños	Pueden imponer sanciones o cerrar el jardín infantil si no cumple con las regulaciones
7. Inversores o dueños	Asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto	Rentabilidad, crecimiento y buen manejo de recursos	Pueden tomar decisiones clave sobre la dirección del jardín infantil.



MEDIOS PROPIOS

- **Sitio Web**

El jardín infantil cuenta con un sitio web que sirve como punto central de información para los padres y tutores. Es amigable con el usuario permite ver cada una de las secciones de manera ágil y sencilla mostrando el contenido actual del jardín, sin embargo debe tener ajustes en implementación de herramientas dentro del sitio web que permitan facilitar algunas interacciones de los usuarios (botón de pago, blogs, fotos de las instalaciones, proceso en línea de matrícula entre otros) www.lukaskindergarten.com



MEDIOS PROPIOS

- **Redes Sociales:**

El jardín cuenta con presencia en redes sociales como Facebook, Instagram y whatsapp que sirve como herramienta para comunicarse con los padres y compartir contenido relevante, actualmente el jardín carece de contenido en tiempo real y publicaciones que generen impacto en los usuarios, es por esto que se requiere de la implementación de estrategias como lo son: pautas, interacciones, y contenido de valor. Logrando así más alcance y un crecimiento exponencial en el público objetivo y en cantidad de seguidores. @lukaskindergarten



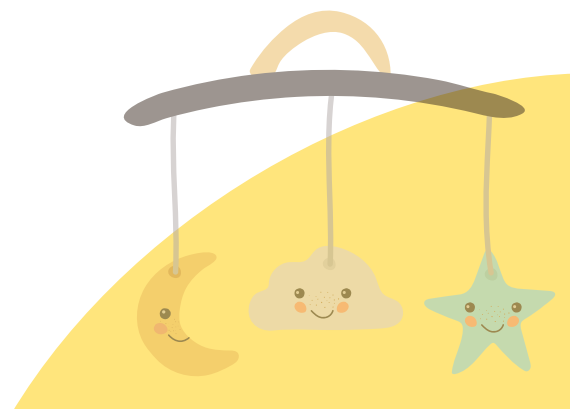
ABC



MEDIOS PROPIOS

- **Email Marketing:**

Actualmente el jardín cuenta con una comunicación cercana por medio de correo electrónico sin embargo queremos implementar el envío de correos electrónicos con actualizaciones, eventos y noticias importantes para mantener a los padres informados en todo momento.



MEDIOS PROPIOS

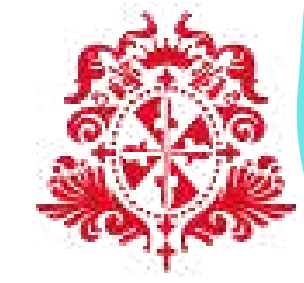
- **Herramientas Actuales:**

- Sistemas de gestión de contenido para el sitio web.
- Plataformas de redes sociales para interactuar con los padres.

- **Herramientas a Implementar:**

- Análisis de tráfico web para entender el comportamiento de los visitantes.
- Automatización de marketing por correo electrónico para enviar mensajes personalizados.
- Integración de un sistema de gestión de relaciones con los clientes (CRM).
- Herramientas de correo electrónico para enviar boletines.





MEDIOS GANADOS

- **Reseñas y recomendaciones:**

- Los padres pueden compartir opiniones positivas en redes sociales o plataformas de reseñas, generando reputación positiva.

- **Presencia en foros, ferias y grupos:**

- Participación en foros de discusión, ferias o espacios de apertura de posicionamiento de marca y grupos de padres en línea para fomentar la comunidad y obtener retroalimentación.



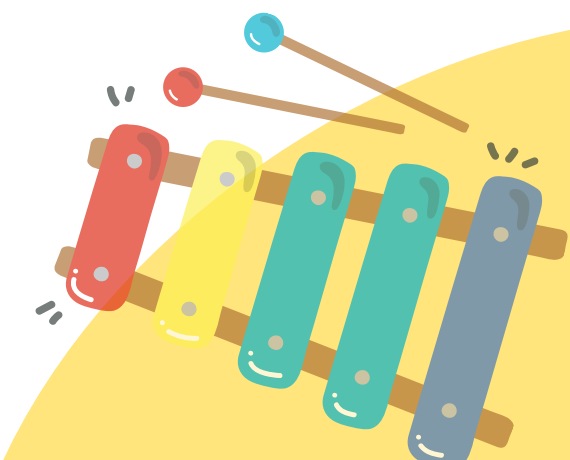
MEDIOS GANADOS

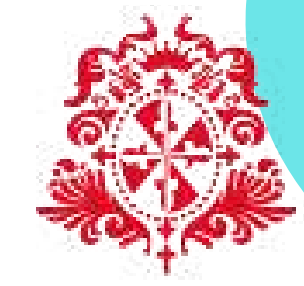
- **Herramientas actuales:**

- Monitoreo de redes sociales para captar reseñas y comentarios.
- Participación en foros y eventos o ferias locales para interactuar con los padres.

- **Herramientas a implementar:**

- Herramientas de gestión de la reputación en línea para monitorear y responder a las reseñas.
- Estrategias de comunicación asertiva para obtener recomendaciones de los padres.

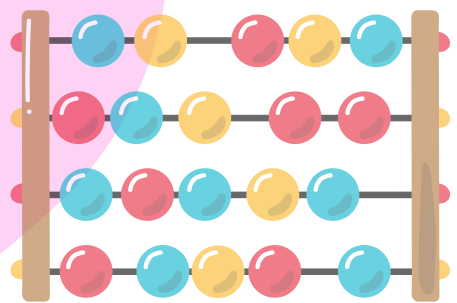




MEDIOS PAGADOS

- **Publicidad en línea:**

El jardín aún no cuenta con publicidad en línea robusta, sin embargo la oportunidad de hacer uso de las estrategias SEO y SEM, como anuncios en Google Ads y redes sociales para atraer a nuevos clientes, por otro lado banners en comercios digitales enfocado en la sección infantil.



MEDIOS PAGADOS

- **Herramientas actuales:**

- Plataformas de publicidad en línea en redes
- Herramientas de análisis para medir el rendimiento de las campañas.

- **Herramientas a implementar:**

- Segmentación avanzada para anuncios en línea, enfocándose en padres potenciales.
- Análisis de datos más profundos para ajustar y optimizar campañas de publicidad.
- Google ads, Facebook ads.
- Campañas de recordatorio a los padres que han visitado el sitio web pero no han tomado una acción
- Estrategias con Influencers



Competidores	Seguidores Instagram	Seguidores Facebook	Sitio Web	Vende en línea	Comentarios Generales
Lukas Kindergarten	69	116		No	El jardín se encuentra en una transición de lo tradicional a lo digital, entendiendo que actualmente el público objetivo tiene una mayor cercanía con las plataformas digitales. Oportunidad de crecimiento en el mercado sobre el público objetivo, posicionamiento en línea y experiencia con el usuario.
Pequeños encantos Kindergarten	2.928	2.400		Si	Competencia mas fuerte, ya que una mayor presencia en el entorno digital, con un gran alcance sobre el público objetivo. Brinda al usuario una experiencia amigable y cercana con contenido de valor y herramientas útiles para el usuario.
Smart World Kids	256	201		No	Actualmente sus plataformas digitales no cuentan con el contenido adecuado y actualizado, por ende su comunicación con el usuario se ve afectada ya que dificulta la navegación y no se siente cercano
Mi Cabañita	125	111		No	A pesar que hace énfasis en su pedagogía Montessori, la experiencia al usuario no tiene ningún diferencial por esto se evidencia una expansión poco convencional en términos digitales pues no tiene conexión con sus otras plataformas virtuales.



Pequeños Encantos

First Name Last Name



2.9k

jardinpequeños...

Instagram

1.87%

Avg. eng. rate

52.6

Avg. likes

2.3

Avg. comments

Compared to similar influencers

Engagement bottom 25%

D

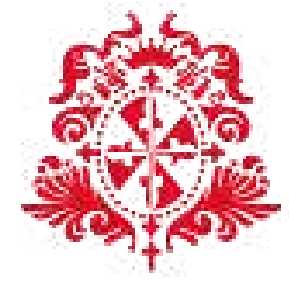
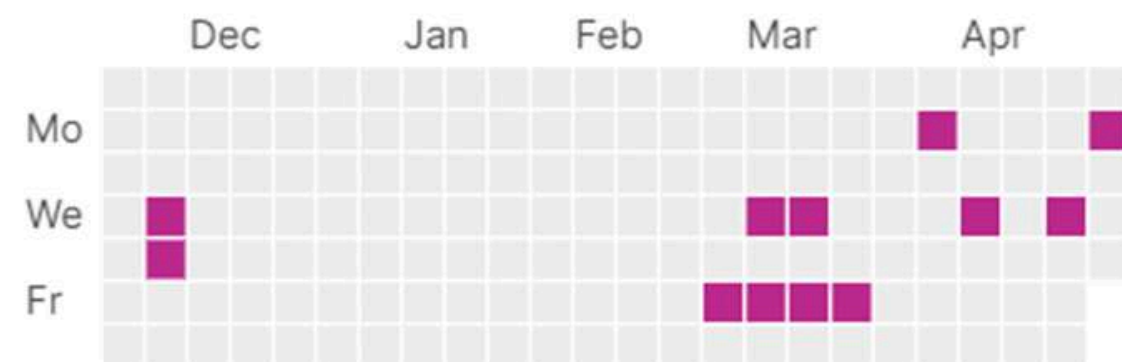
Likes top 65%

C

Comments bottom 25%

D

Post per day



Universidad del Rosario

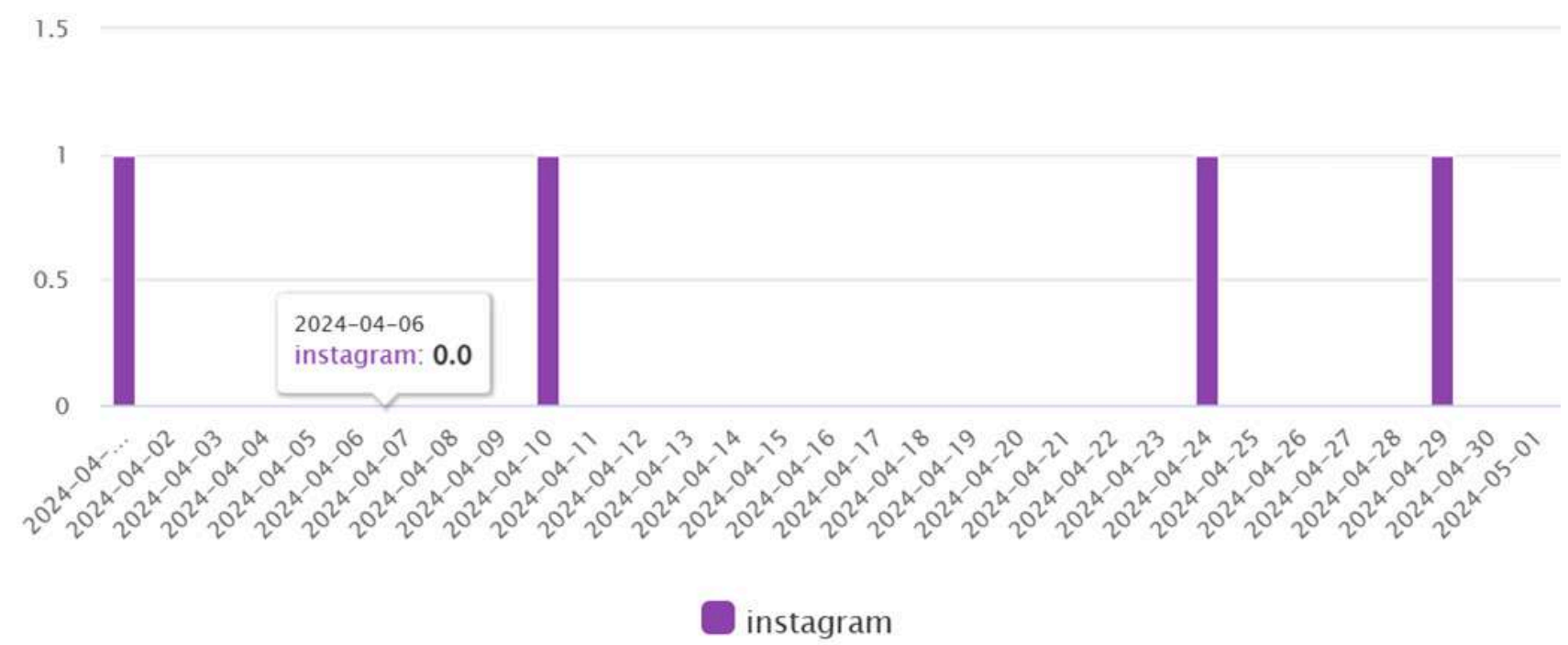


Average engagements by publication time

	UTC							
	00:00	03:00	06:00	09:00	12:00	15:00	18:00	21:00
Su	-	-	-	-	-	-	-	-
Mo	-	-	-	-	-	62	63	-
Tu	-	-	-	-	-	-	-	-
We	-	-	-	-	-	55	46	-
Th	-	-	-	-	-	38	-	-
Fr	-	-	-	-	-	68	67	25
Sa	-	-	-	-	-	-	-	-



Frecuencia de publicación



Hashtags





Jardín Inf. Smart World Kids

First Name Last Name



256

smartworldkids...

Instagram

2.58%

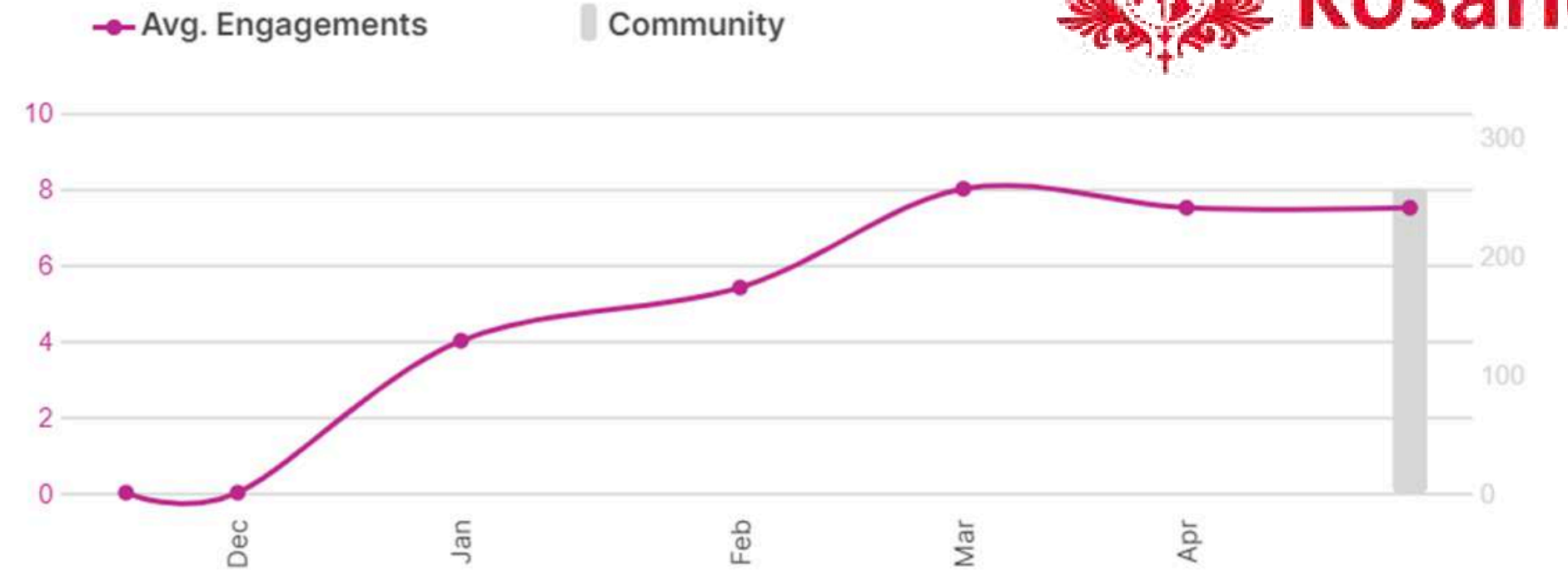
Avg. eng. rate

6.3

Avg. likes

0.3

Avg. comments



Compared to similar influencers

Engagement bottom 10%



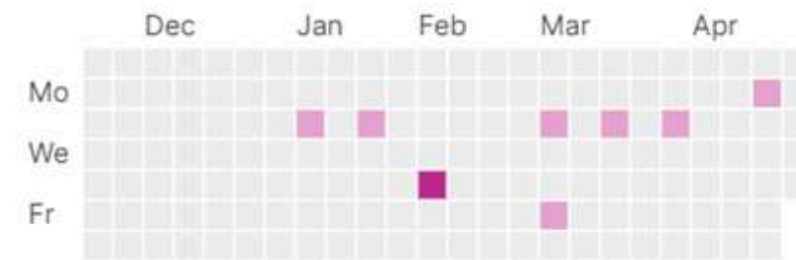
Likes bottom 25%



Comments bottom 25%



Post per day



Average engagements by publication time

	UTC							
	00:00	03:00	06:00	09:00	12:00	15:00	18:00	21:00
Su	-	-	-	-	-	-	-	-
Mo	-	-	-	-	-	6	-	-
Tu	-	-	-	-	6	4	4	11
We	-	-	-	-	-	-	-	-
Th	-	-	-	-	-	-	5.4	-
Fr	-	-	-	-	5	-	-	-
Sa	-	-	-	-	-	-	-	-



Smartworldkids_bogota

256 2.7%

El juego como alternativa de exploración MATRÍCULAS ABIERTAS 2024 Calle 84 # 23 - 28 Polo Club Bta WhatsApp 302 7011398

Seguidores totales	256	Principal porcentaje de engagement	2.7%
Promedio de Me gusta de los posts	6.56	Promedio de posts semanales	1
Promedio de comentarios en los posts	0.36		

Cuentas sociales

Gestionar

@smartworldkids_bogota

Coste estimado

Post de Instagram 1.71\$ - 2.85\$

EMV estimado

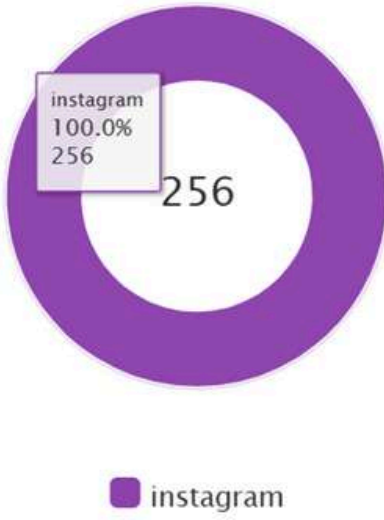
Post de Instagram 8.07\$ - 13.46\$

Principales menciones

Liceo de Cervantes ... @cervanteslcr 100%

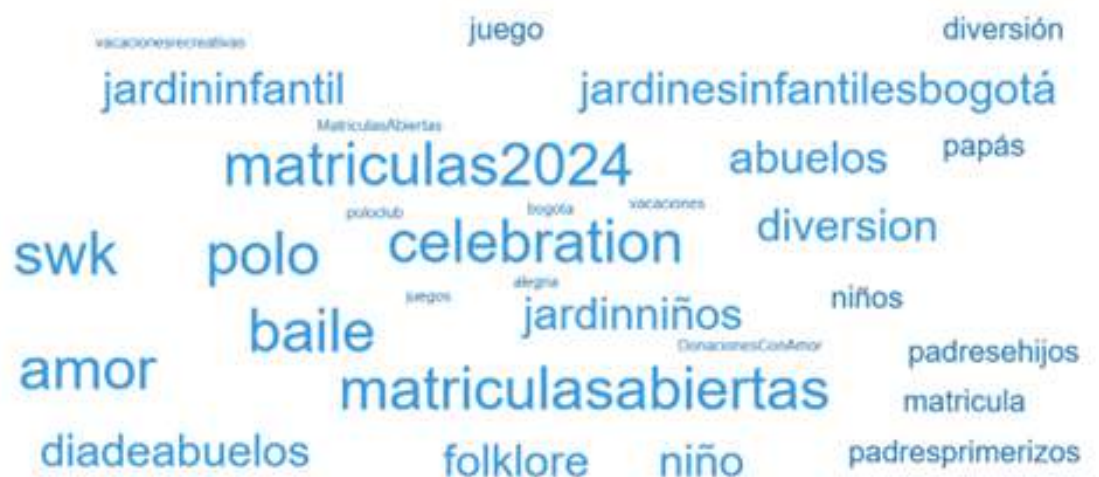


Seguidores



@smartworldkids_bogota 256 559 143

<p>En SWK cuidamos nuestro planeta, te invitamos a que lo hagas también, el planeta nos necesita.</p> <p>#planeta #lanuestra</p> <p>6 ER 2%</p>	<p>#matriculasabiertas #juego #jardin #bogota #polo #poloclub #poloclubcolombia #poloclubbogota #diversion #amor #niños</p> <p>8 1 ER 4%</p>	<p>#diadelhombre #juego #jardin #bogota #polo #poloclub #poloclubcolombia #poloclubbogota #diversion #amor #niños</p> <p>6 ER 2%</p>
---	--	--





Lukas Kindergarten

First Name Last Name



lukaskindergart...

69

Instagram

12.20%

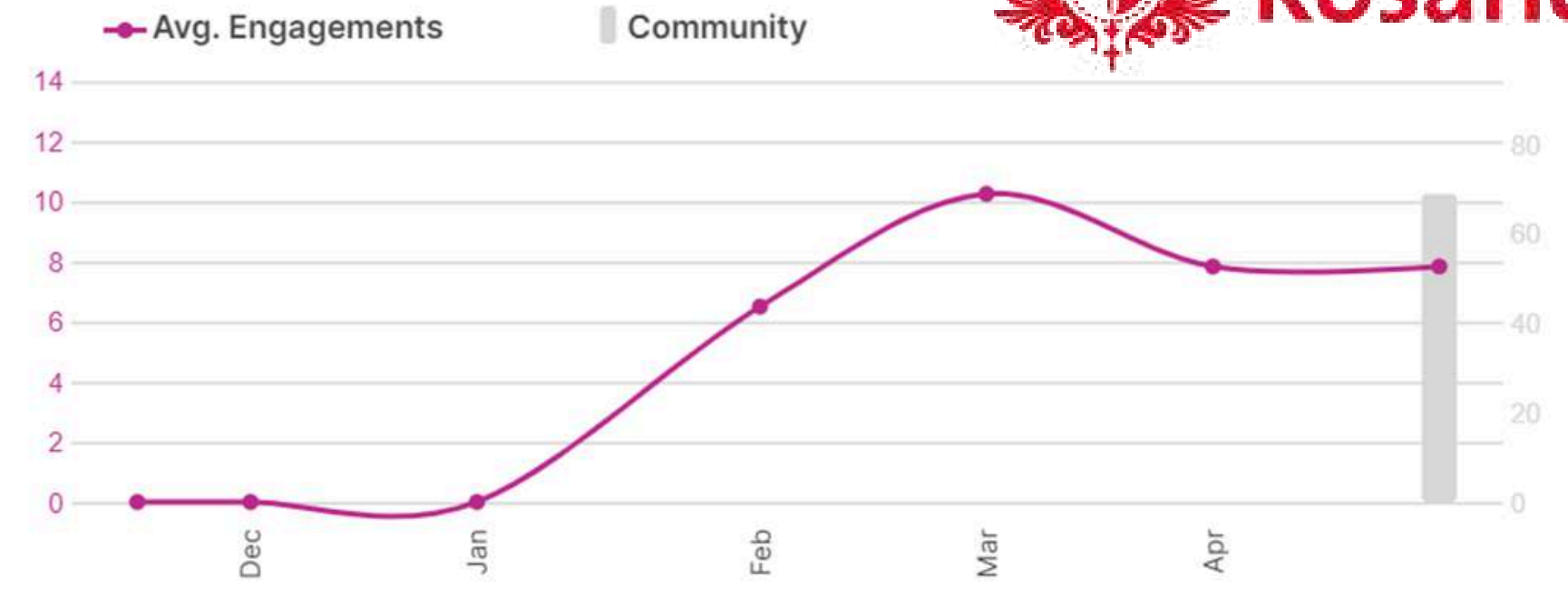
Avg. eng. rate

8.17 

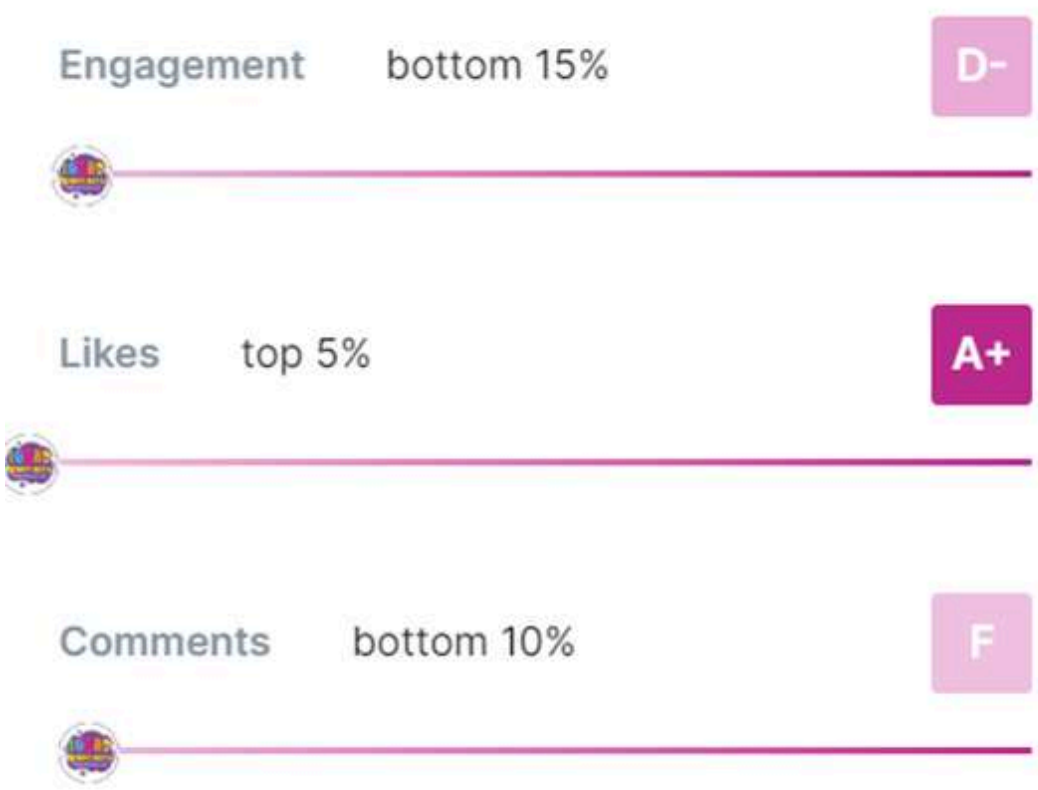
Avg. likes

0.25 

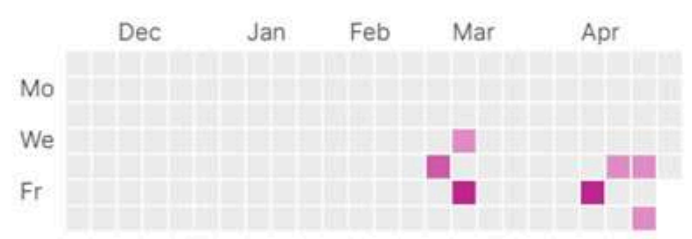
Avg. comments



Compared to similar influencers



Post per day



Average engagements by publication time

	Average engagements by publication time							UTC
	00:00	03:00	06:00	09:00	12:00	15:00	18:00	21:00
Su	-	-	-	-	-	-	-	-
Mo	-	-	-	-	-	-	-	-
Tu	-	-	-	-	-	-	-	-
We	-	-	-	-	-	8	-	-
Th	-	-	-	-	8	-	6.5	14
Fr	-	-	-	-	-	-	11	8.6
Sa	-	-	-	-	4	-	-	-



Lukaskindergarten



@lukaskindergarten

69 51 24



4 ER 6%



8 ER 12%



SPA DE SONRISAS

Juego mágico

Estimulación de la imaginación

11 3 ER 20%



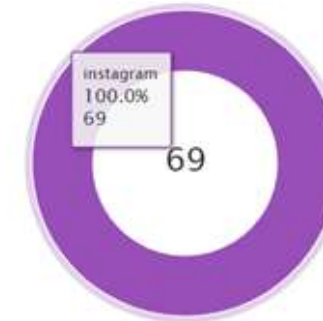
Porcentaje de engagement

Instagram

13.88%



Seguidores



instagram

Promedio de engagement



instagram

Promedio de visualizaciones de vídeo



instagram

69

13.88%

¡Bienvenido a un mundo de aprendizaje excepcional!



Seguidores totales

69



Principal porcentaje de engagement

13.88 %



Promedio de Me gusta de los posts

9.42



Promedio de posts semanales

3



Promedio de visualizaciones de vídeo

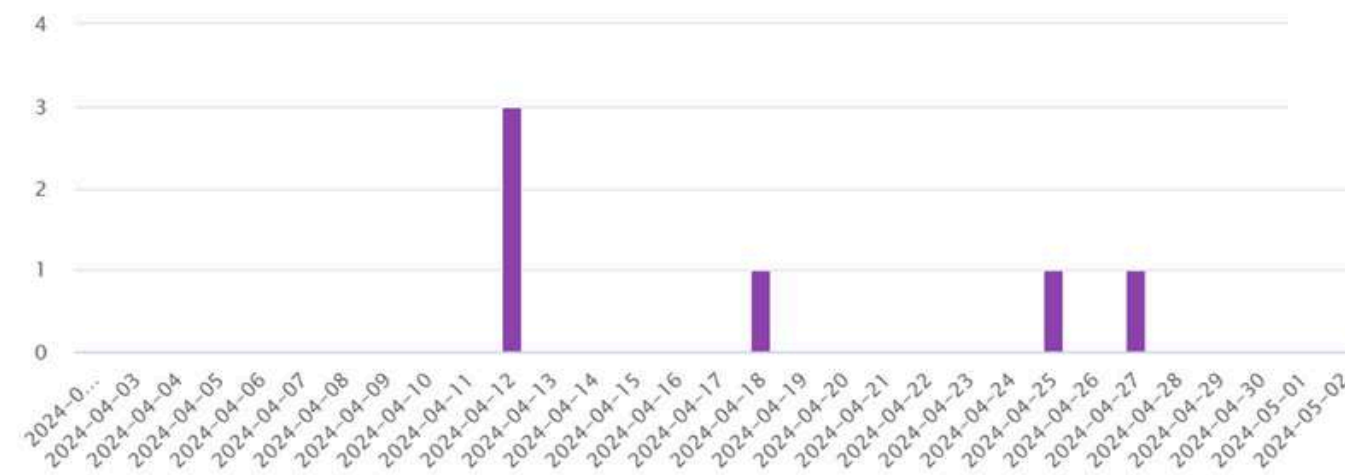
63



Promedio de comentarios en los posts

0.15

Frecuencia de publicación



instagram

PRESENCIA EN LINEA

- **Sitio Web:**

Teniendo en cuenta el análisis realizado con el benchmark es importante tener en cuenta que los ajustes son necesarios en el sitio web para si generar un contenido mas amigable, cercano facilitando asi la navegación del usuario dentro del sitio web, podemos tener en cuenta distintas métricas como lo son: el trafico de personas en el sitio web midiendo el alcance los ajustes que son necesarios para realizar los ajustes necesarios para que tengamos

- **Optimización para motores de búsqueda (SEO):**

Después del benchmarking realizado nos pudimos dar cuenta palabras claves relevantes que podemos usar, asi mismo el como estructurar nuestro sitio web para mejorar la visibilidad y asi mismo poder posicionarnos y llegar a mas padres o tutores



ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

- **Redes sociales:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis del benchmark, pudimos evidenciar las principales métricas como el alcance y el tipo de contenido que funciona mejor para nuestros principales competidores, los días más óptimos para la publicación de contenido. Identificamos las principales tendencias y temas más populares para incorporarlos en el contenido de nuestras redes sociales, generando un mayor alcance con nuestra audiencia que en su mayoría son padres de familia.

- **Blogs y artículos**

Pudimos evidenciar que los blogs y artículos han sido de gran utilidad para los padres ya que pueden proporcionar información útil sobre temas relacionados con la educación y el desarrollo infantil. Publicar contenido regularmente en forma de blogs y artículos será de gran ayuda para conectarse con la comunidad local, lo que puede ser beneficioso para la reputación y la visibilidad.



ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

- **Email Marketing:**

Para el jardín el uso del correo electrónico ha sido una herramienta sumamente útil para mantener a los padres informados sobre las actividades que estén planificadas y eventos especiales. Ya con esto queremos implementar nuevas estrategias sobre el uso de esta herramienta para tener un mayor acercamiento y mantener relaciones sólidas con los padres de tal forma que podamos enviar mensajes personalizados en los que incluyamos felicitaciones por los cumpleaños de los niños, notas de agradecimiento por su participación en eventos, o simplemente actualizaciones sobre el progreso y desarrollo de sus hijos en el jardín infantil. De igual forma queremos fomentar la participación de los padres en la vida del jardín infantil, solicitando su opinión sobre diferentes aspectos del programa educativo.



PUBLICIDAD EN LINEA

- **Anuncios en redes sociales**

teniendo en cuenta el benchmarking realizado nos dimos cuenta la importancia que tienen los anuncios, la frecuencia, el mensaje y el call to action de cada una de las piezas con la que nuestros competidores realizan las publicaciones y el tipo de material utilizado en las distintas redes sociales en nuestro caso; las redes sociales que utilizaremos enfocada en nuestro público objetivo serán Instagram, Facebook y Youtube y otras plataformas como lo son banners en comercios enfocados al mercado infantil.

- **Publicidad de pago:**

Teniendo en cuenta los anuncios de pago en los motores de búsqueda (SEM) vemos una oportunidad en apostar por este tipo de publicidad pues podemos segmentar la audiencia para llegar así a más padres potenciales o tutores que estén interesados en nuestro jardín.



EXPERIENCIA DEL USUARIO

- **Interacción con los padres**

realizar modificaciones específicas para generar un portal más dinámico con los usuarios donde la interacción con ellos sea más cercana y ágil, actualizando el contenido y las necesidades que ellos puedan plantear sobre dichas plataformas, analizando los resultados que nos arrojó la búsqueda de nuestra competencia pudimos observar que tienen ítems como: botones de pago, ubicación en GPS de las rutas escolares que implementaremos más adelante dentro de nuestro jardín para generar una experiencia más cómoda a los padres.

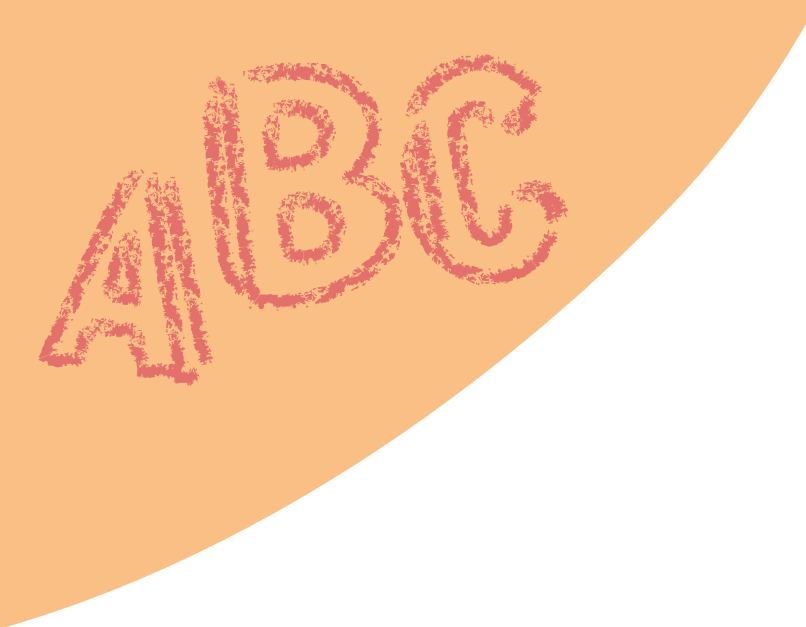


EXPERIENCIA DEL USUARIO

- **Facilidad de contacto:**

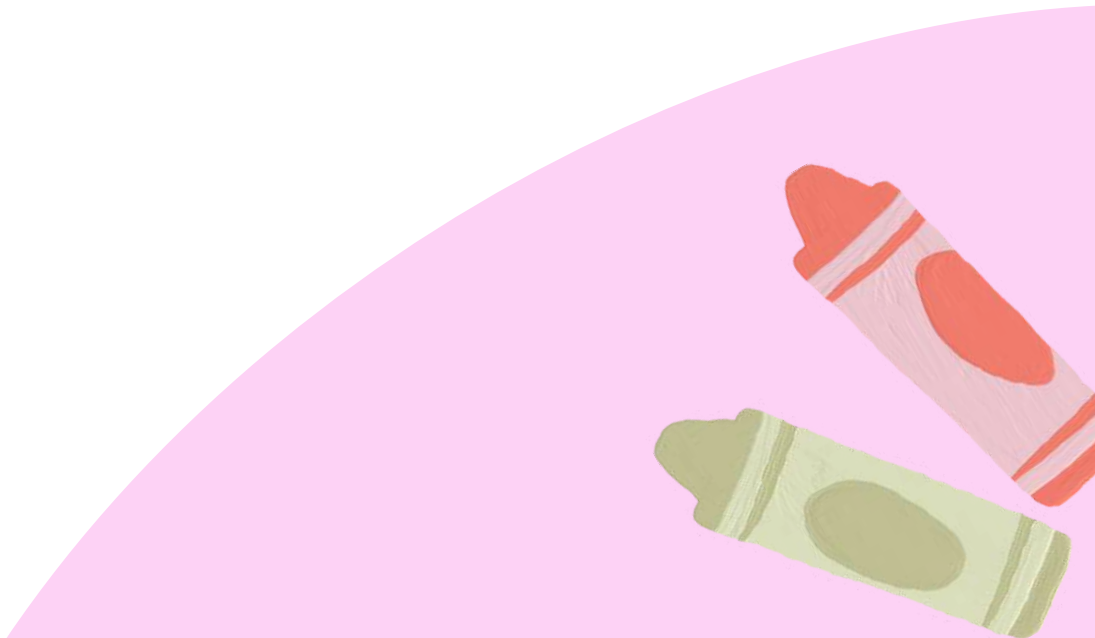
Enlazando las necesidades y actualizaciones que demandan los padres, buscaremos tener una comunicación más sencilla pero complementaria según la necesidad, proyectando tener siempre una jugada delantera antes que ellos creen necesario realizar una sugerencia o petición de este entorno digital, plantearemos una nueva herramienta que será un chat bot donde puedan encontrar respuestas claves y eficaces al momento de buscar un contacto inmediato con el medio.





ESTRATEGIAS DE
MARKETING

PARA LA
COMPETITIVIDAD





Objetivo de Mercado

Diferenciar a Lukas kinderganden como el primer jardín infantil en ofrecer la seguridad real que buscan los padres, posicionándose como referente educativo de un espacio seguro, con metodologías para el óptimo desarrollo integral de los niños y una fraternidad de padres.

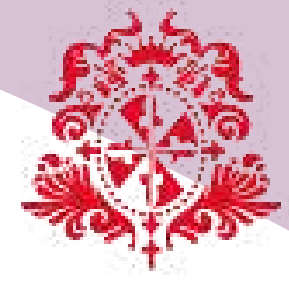
Objetivo de Comunicación

Lukas kindergarten es el destino ideal para crear una fraternidad de padres que buscan una red de apoyo para una educación integral y de calidad para sus hijos.

Promesa Básica

Nuestra promesa es ofrecer una educación de calidad que fomente la curiosidad, la creatividad y el amor por el aprendizaje, mientras cuidamos el bienestar emocional y físico de cada niño, construimos una comunidad inclusiva y de apoyo para las familias como una fraternidad.





Reason Why

Implementamos enfoques pedagógicos para brindar una educación de calidad que prepara a los niños para un futuro exitoso, apoyándonos en nuestra fraternidad de padres, para formar los hombres y mujeres del futuro.

Posicionamiento

Nuestro compromiso con la seguridad real y el desarrollo integral de cada niño nos convierten en el destino preferido para los padres que buscan formar una fraternidad para una educación de calidad y una experiencia enriquecedora para sus hijos.



• Opción 1

★ Únete a nuestra fraternidad de padres y descubre por qué somos el destino preferido para formar niños felices y exitosos. ♥ ¡Encuentra la fraternidad perfecta en Lukas Kindergarten! Con nuestro compromiso hacia la seguridad real, metodologías y el desarrollo integral de cada niño- 🎓 ¡Inscribe a tu hijo en Lukas Kindergarten hoy! #escueladeélite #fraternidaddepadres #educacióndecalidad

• Opción 2

👨👩 ¡Nuestra fraternidad de padres crece cada día! En Lukas Kindergarten, somos el destino elegido para una educación de alta calidad en un ambiente seguro. Nos comprometemos a brindar lo mejor en el desarrollo integral de cada niño, para formar los hombres y mujeres del futuro 🚀 ¡Un lugar donde la calidad y la fraternidad van de la mano! ♥ #LukasKindergarten #FraternidadDePadres #EducaciónDeLujo

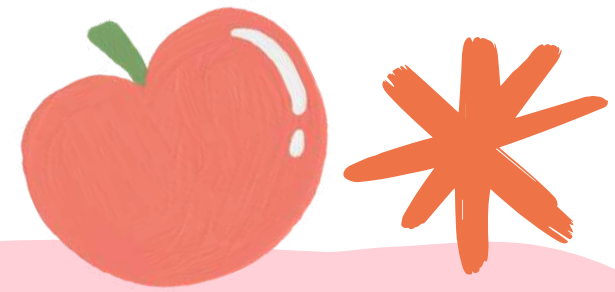


• Escenario 1


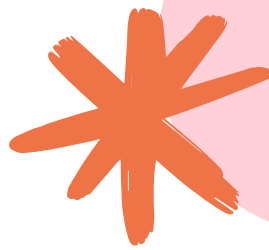



• Escenario 2





“Únete a nosotros y déjanos guiar a tu hijo en un viaje de descubrimiento, imaginación y crecimiento, donde cada día es una aventura para brillar.” OpenAI. (2024)



Escucha qui



1. Ajuste de Producto - Mercado

	Antes	Después
Tiene	<ul style="list-style-type: none">• Inseguridad: Los padres pueden estar preocupados por la seguridad y calidad del entorno de aprendizaje para sus hijos.• Desconocimiento: Los padres pueden no tener claridad que Jardín elegir ya que cuentan con una gran variedad de opciones disponibles. Por otro lado, no cuentan con la información detallada sobre las opciones, programas y métodos.• Falta de comunicación: Los padres valoran la comunicación abierta y regular con el personal del jardín, esperando estar informados sobre el progreso y el bienestar de sus hijos, así como sobre cualquier acontecimiento importante en el jardín.	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad: Los padres tienen confianza en que han elegido un jardín que cumple con sus expectativas en términos de seguridad, calidad y atención a sus hijos.• Acceso a información clara: Los padres tienen acceso a información clara sobre los programas educativos, horarios, políticas y eventos del jardín.• Red de apoyo: Los padres tienen acceso a una comunidad de padres y al personal del jardín (profesores) para resolver dudas y compartir experiencias.
Siente	<ul style="list-style-type: none">• Preocupación: Los padres pueden sentir ansiedad por tomar la decisión correcta sobre la educación y formación de sus hijos.• Confusión: Los padres pueden estar confundidos sobre que Jardín se adapte mejor a las necesidades de la familia.• Incertidumbre: Los padres pueden tener dudas si están tomando la decisión correcta al inscribir a su hijo en el jardín, especialmente si es la primera vez que lo hacen.	<ul style="list-style-type: none">• Tranquilidad: Los padres sienten tranquilidad al saber que sus hijos están en un entorno seguro, gratificante y de calidad.• Satisfacción: Los padres experimentan satisfacción con el servicio recibido y el progreso de sus hijos en el jardín.• Gratitud: Los padres sienten gratitud hacia el jardín y están dispuestos a recomendarlo a otros padres.

PROMPT:

Actúa como un experto en marketing y desarrolla un ajuste de un antes y un después un consumidor de un jardín infantil ubicado en Bogotá llamado Lukas Kindergarten en donde tengas en cuenta que tiene el consumidor en el estado antes y que tiene este en el estado después, así mismo con el sentir del consumidor que siente antes y después (OpenAI, 2024)

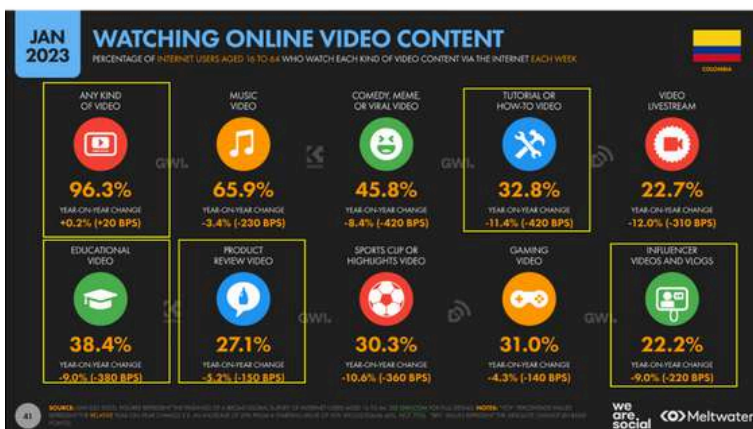
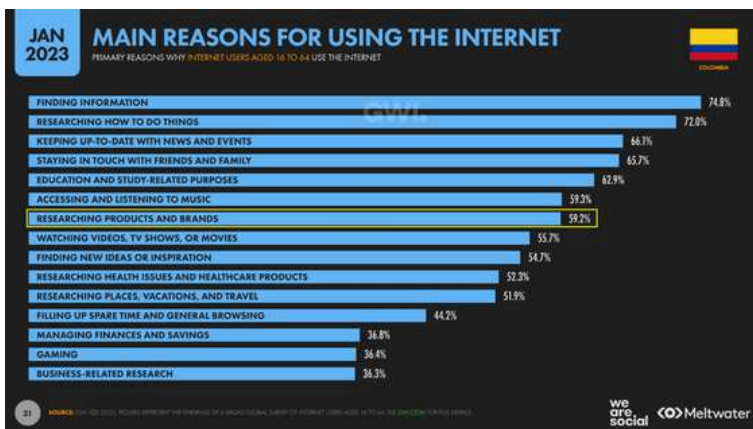
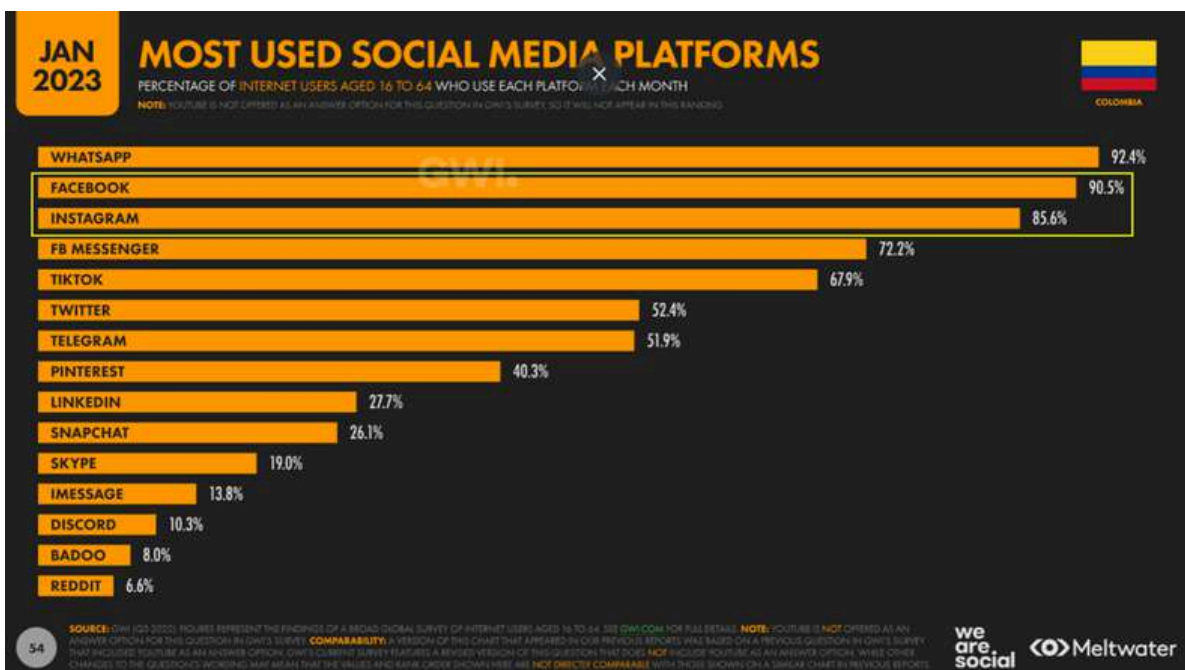
2. tráfico

- RRSS: FB + IG + YT:**

La inversión va enfocada en las plataformas más usadas en Colombia, con un mayor % en Facebook y Youtube al ser el usuario final, mamás que son las tomadoras de decisión del jardín de sus hijos (tienen < % de consumo en IG).

En cuanto a formatos, video es el mas consumido, siento YT el buscador #1 de videos en Colombia.

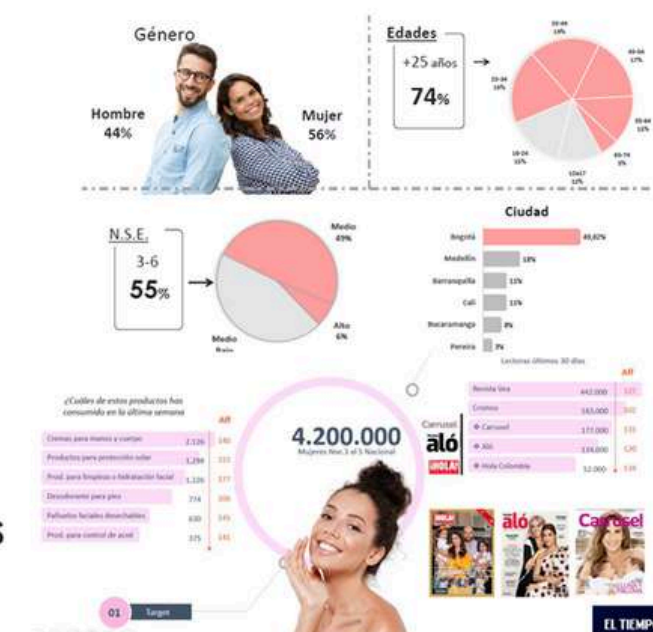
Las campañas estarán enfocadas en educación, motivo #5 de información en plataformas digitales en Colombia



- PUBLICIDAD LOCAL : PR DIGITAL + ADS CROSS CATEGORY + MEDIOS GANADOS:**

La publicidad local irá dirigida en medios donde está el tomador de decisión del jardín, medios digitales de contenido de lectura como revistas o periódicos donde está nuestro target; adicional de pauta en categoría relacionadas con el jardín, como marcas de ropa, alimentación, juguetería etc., para poder marcar a los usuarios de estas categorías que son de nuestro interés.

PLAN MEDIOS



PROMPT:

Actúa como un experto en marketing digital y crea una propuesta de tráfico digital que nos arroje los resultados que nos entrega la web y que canales podríamos implementar para tener una respuesta exitosa por parte del consumidor de un jardín infantil llamado Lukas Kindergarten (OpenAI, 2024)

3. Lead Magnet

GUIA AVENTURAS CON TU HIJO



Ofrecer una guía online gratuita sobre juegos divertidos y educativos que ayudarán a potenciar el desarrollo cognitivo, emocional y social del niño. Dentro de esta guía los padres podrán encontrar actividades prácticas cada una con su respectiva explicación y habilidad a usar (creatividad, colaboración, pensamiento crítico etc), consejos pedagógicos y recursos adicionales que pueden ayudar o servir de apoyo para estas actividades. Como plus y dar una cercanía a nuestra guía daremos un espacio para que los padres puedan agregar el recuerdo (una foto) a cada una de las aventuras con su hijo y poner un comentario o una frase para recordar lo que vivieron con la actividad. La ubicación de esta guía sería en la página web, y se puede obtener dejando información de contacto que pueden funcionar para futuros contactos los cuales serían clientes potenciales del jardín.

PROMPT:

Actúa como un experto en marketing y dame ideas para hacer un lead magnet que tenga un elemento de valor para el servicio que voy a ofrecer a mis consumidores el cual es un jardín infantil ubicado en Bogotá llamado Lukas Kindergarten, ten en cuenta que un lead magnet se hace con el objetivo de algo que se ofrece al consumidor a cambio de sus datos para contacto y seguimiento además buscar incrementar el número de clientes futuros. (OpenAI, 2024)

CRECIENDO Y APRENDIENDO JUNTOS

Brindar clases que sean dirigidas a Padres y niños que hagan parte del Jardín Infantil Lukas Kindergarten. Con Actividades complementarias que tengan como principal objetivo enriquecer la experiencia educativa de los niños, incluyendo clases de arte, música, cocina, ciencia o incluso yoga para padres e hijos. Generando una mayor oportunidad para los padres de pasar tiempo de calidad con sus hijos, aprender nuevas habilidades juntos y fortalecer su relación. Además, al participar en estas actividades, los padres también pueden desarrollar una mayor conexión con el jardín infantil y su comunidad creando una red de apoyo entre padres, lo que podría generar un aumento en la fidelización hacia el jardín.

Estas clases no solo generarían ingresos adicionales para el jardín infantil, sino que también podría mejorar su reconocimiento como un lugar que se preocupa por el desarrollo integral de los niños y el apoyo a las familias. Además, podría servir como una forma efectiva de diferenciar al jardín infantil de la competencia al ofrecer un valor agregado único y significativo.

PROMPT:

"Organiza una serie de actividades temáticas para padres e hijos que hagan parte del Jardín Infantil Lukas Kindergarten y tengan como principal objetivo generar una mayor oportunidad para los padres de pasar tiempo de calidad con sus hijos y con ello enriquecer su experiencia educativa" (OpenAI, 2024)

Hacer a los padres, parte de la comunidad educativa, donde puedan estar mas cerca de sus hijos y participar en actividades con sus hijos. Adicionalmente que puedan crear una red de contactos como fraternidad y puedan supervisar y conocer quienes rodean a sus hijos en el proceso de desarrollo académico

PROMPT:

Crea una oferta irresistible para el jardín infantil Lukas Kindergarten, que sea llamativa, demostrando seguridad y un espacio que cree una fraternidad de padres (OpenAI, 2024)



- **kits de actividades en casa:**

Ofrecer kits mensuales o semanales que contengan materiales y guías para realizar actividades educativas y divertidas en casa para padres e hijos. Incluyendo proyectos de arte y manualidades, experimentos científicos simples, juegos didácticos, etc.

- **Merchandising del Jardín Infantil:**

Vender productos de marca del jardín infantil Lukas Kindergarten, como camisetas para los integrantes de la fraternidad de padres, gorras, tazas, termos, esferos etc. Generando ingresos adicionales y con ello lograr una mayor promoción del jardín fortaleciendo el sentido de pertenencia a la comunidad.

- **Eventos especiales :**

Organizar eventos para padres e hijos como días de campo, excursiones, torneos de bolos, fiestas temáticas, etc. Los padres podrán pagar una tarifa adicional para que participen junto a sus hijos en estas actividades especiales fuera del horario regular de clases.



PROMPT:

Piensa como un experto en marketing y dame ideas de productos adicionales, que sean de ayuda para la optimización de la oferta central, enfocándose en una fraternidad de padres que buscan una red de apoyo para una educación integral y de calidad para sus hijos. (OpenAI, 2024)

7. Fidelización

- **Newsletter Mensual:**

Con el objetivo de mantener a los padres informados y conectados con las actividades del jardín y su hijo, haremos un newsletter mensual con contenido de actividades del mes, información de valor, calendario de eventos, testimonios de padres y niños, y la invitación a la clase virtual del mes en el que el padre puede ver una clase en vivo.

- **Programa de recompensas por recomendaciones**

“punticos Lukas” el objetivo de este programa es incentivar a los padres a recomendar Lukas Kindergarten a otros padres. Los padres ganan puntos por cada nueva familia que inscriba a su hijo, estos puntos se podrán canjear en descuentos de matriculo, material o actividades extracurriculares.

- **Fraternidad de padres:**

La idea de esta fraternidad es proporcionar un programa continuo de aprendizaje y apoyo para los padres, donde hayan cursos interactivos con temas de valor no solo para la educación de sus hijos sino para ellos como padres, red de apoyo en donde se hagan distintas actividades de integración y se pueda crear esa comunidad de padres que pueden hablar de cualquier tema y hacer cualquier actividad.



PROMPT:

Piensa un experto en marketing y dame ideas de fidelización con el fin de aumentar el número de niños matriculados en el jardín infantil Lukas Kindergarten, adicional que capte la atención de mi grupo objetivo como lo son los padres de familia y tutores para que ellos sean los mayores de motivadores en términos de recomendar el jardín a otros padres de familia (OpenAI, 2024)

Psychological pricing: price Anchoring

Mensaje: "Ahorra hasta un 10% pagando la anualidad en lugar de pagos mensuales."

Queremos presentar el precio mensual (720,000 COP) en contraste con el precio anual con descuento (720,000 COP - 72,000 COP = 648,000 COP).

Adicional a esto queremos promocionar un paquete que incluirá las actividades extracurriculares a un precio reducido y tendrá beneficios por pagar anualmente.



10%
OFF



"Ahorra hasta un 10% pagando la anualidad en lugar de pagos mensuales."

- ✓ Precio Mensual : \$720.000
- ✓ Precio Anual: \$648.000

¡ INSCRÍBETE AHORA Y PREGUNTA POR LOS BENEFICIOS Y ACTIVIDADES QUE SE INCLUYEN EN EL PAGO ANUAL DE TÚ MATRICULA !

- ☎ 2572113
- 🌐 www.lukaskindergarten.com
- 📍 Calle 83 A # 22-25





Psychological pricing Zero Price:

Mensaje: "¡Descuento del 20% en la matrícula del segundo hijo!"

Queremos mostrar el descuento que se obtiene por tener un hermano en el jardín donde 1 de ellos obtiene un 20% de descuento en la matrícula



**¡DESCUENTO DEL 20%
EN LA MATRÍCULA DEL
SEGUNDO HIJO!**



Precio matrícula por 1
hijo= \$720.000 COP



ESTOY INTERESADO →



Precio matrícula por 1
hijo= \$720.000 COP
*Precio matrícula 2do
hijo= \$ 576.000 COP



Para más información
www.lukaskindergarten.com



Recuerdo el día exacto en que mi vida cambio como madre primeriza de mi pequeña hija de dos años, era un domingo como cualquier otro pero con mi esposo decidimos hacer algo diferente y quisimos llevar a nuestra hija a Macdonalds para que se divirtiera en el parque de juegos y nosotros pudiéramos volver a probar esas deliciosas papas con helado que hace rato no comíamos, mientras nuestra hija jugaba con los demás niños me entro una preocupación por tomar la decisión definitiva del jardín infantil de nuestra hija, mi suegra me llamaba una y otra vez para preguntarme sobre la decisión que ya debíamos haber tomado y eso me genero mas presión, siendo así que le grite a mis esposo para que me ayudara a tomar una decisión y lo único que ocurrió fue que todas las personas que estaban en el restaurante nos miraran mal, se me cayeron los folletos de todos los jardines que habíamos visitado y una mujer me ayudo a recogerlos y fue en ese momento que me fue la única que comprendió el mal momento por el cual estaba pasando y me comento que ella había pasado por la misma situación, ya entrando en mas confianza me hablo del jardín infantil Lukas Kindergarten en el que estaba su hija hace mas de un año, me mostro fotos de las instalaciones, métodos de enseñanza, me hablo de una fraternidad de padres y me dio tan buenas reseñas que me invito a conocer el jardín al siguiente día.

Ese lunes decidí ir a conocer el jardín, me sorprendí porque esta ubicado muy cerca a donde vivimos, en la entrada me encontré con Valentina la mamita que conocí ayer y me recomendó el jardín. Entramos y la verdad me sentía muy nerviosa, pero ese lugar tenia una energía tan bonita que me sentí segura y mas tranquila. Valentina me presento a Nicolas el coordinador del jardín, me dijo que podía dejar a Gabi jugando con los otros niños mientras hacíamos el recorrido de las instalaciones, en medio de este recorrido Nicolas me hablaba sobre las metodologías de enseñanza, las actividades extracurriculares y su incursión en la nueva era digital.

Me hablo de una fraternidad de padres y me llamo mucho la atención porque nunca había escuchado nada parecido en los otros jardines que he visitado, me mostraron todas las actividades que han realizado y Valentina me confirmó del gran cambio que esta fraternidad ha tenido en su vida como mamá. Me comentaron que el principal objetivo de esta fraternidad de padres es crear una red de apoyo y un espacio donde no solo se hablen temas educativos de nuestros hijos y nos aconsejemos entre todos sino que también sea esa comunidad en la que se puede desde tomar un café hasta hacer un viaje o torneo de fútbol, Después de quedar encantada de este jardín lo que más me dio felicidad como madre fue ver la cara de alegría de mi hija al estar jugando y compartiendo con otros niños de su misma edad. Esa misma tarde llegamos a la casa y con Gabi estábamos a la espera de que llegara mi esposo para darle la buena noticia, unas horas más tarde mi esposo llega del trabajo, Gabi corre a abrazar a su papá y le cuenta todo lo que hizo en el jardín, unos minutos más tarde Gabi se queda profunda y mi esposo la lleva a su cama para que descansara. Estaba esperando a mi esposo en nuestro cuarto para poder contarle todo lo sucedido y que pudiéramos tomar la decisión final del jardín para inscribir a Gabi, le mostré a mi esposo la página web del jardín y le conté todo lo que me mostraron, estaba tan emocionada que mi esposo solo se reía y me daba la razón en todo lo que decía. Ya estaba tan decidida que cogí el computador de mi esposo vi que solo estaba a un clic de pagar la matrícula así que no lo pensé dos veces y pagué con el botón de pago que me me habían indicado, estaba tan emocionada que lo único que hice fue mostrarte a mi esposo el mensaje de bienvenida que nos mandaron una vez el pago se hizo efectivo, lloré de la felicidad que abrace a mi esposo y le dije que habíamos tomado la mejor decisión para nuestra hija.

Fuente: Elaboración Propia

1

Personajes:

- Protagonista: Camila la madre primeriza.
- Gabriela: Niña de 2 años.
- Andrés: Esposo de Camila y padres de Gabriela.
- Valentina: Madre que recomienda el jardín infantil Lukas Kindergarten.
- Nicolás: El coordinador del jardín infantil Lukas Kindergarten.

2

El Problema:

- Externos: La presión y angustia de tomar la mejor decisión sobre el jardín infantil para su hija.
- Internos: La preocupación y el estrés de la Camila sobre la mejor opción para el jardín infantil.
- Filosóficos: La búsqueda de un ambiente seguro y educativo ideal para el bienestar y desarrollo de su hija.

3

El Guía:

- Valentina: La madre que empatiza con la protagonista y le recomienda el jardín infantil Lukas Kindergarten.
- Nicolás: El coordinador que da información detallada sobre el jardín infantil Lukas Kindergarten y su metodología.

4

El plan:

- Paso 1: La madre visita el jardín infantil Lukas Kindergarten.
- Paso 2: Recibe un recorrido e información detallada sobre las instalaciones y metodologías.
- Paso 3: Experimenta la fraternidad de padres y siente la energía positiva del lugar.
- Paso 4: Valida su experiencia viendo la felicidad de su hija jugando con otros niños.
- Paso 5: Decide inscribir a su hija Gabi en el jardín infantil a través de la página web y realiza el pago.

5

Llamado a la acción:

El primer llamado a la acción evidente es el visitar el jardín infantil Lukas Kindergarten, sus instalaciones, metodologías, profesores, niños y papas; y el segundo se evidencia al inscribir a su hija Gabi en el jardín infantil utilizando el botón de pago en la página web.

6

Evitar el fracaso:

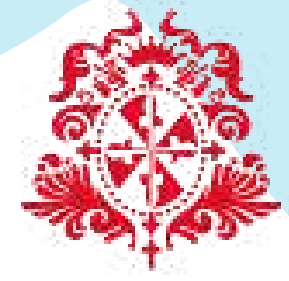
Camila evalúa todas las posibilidades de que pasaría si mete a su hija en el jardín equivocado, quiere evitar la angustia y la indecisión sobre el mejor entorno educativo para su hija. adicional evitara conflictos familiares (con el esposo y la suegra) debido a la indecisión.

7

El triunfo:

La madre siente tranquilidad y seguridad en la decisión tomada, pues sabe que su hija estara un lugar seguro y donde sera muy feliz, y tendra educacion de calidad; adicional a esto ella fortalecera su relación tanto con su esposo pues los dos toman esta importante decision como con su suegra pues ayuda a que ella ya no se preocupe mas por la educacion de la niña.





CONSUMER INSIGHTS - TRIADAS

- **Objetivo General:**

Comprender mejor las necesidades, preferencias y comportamientos de los padres de familia, en esta oportunidad hicimos una triada en donde teníamos a un padre de familia y dos madres cada uno con un hijo. Queríamos ver la relación con el jardín infantil, su percepción de Lukas kindergarten y así poder diseñar estrategias de marketing y fidelización que respondan efectivamente a sus expectativas y mejoren su experiencia.

- **Resumen de la actividad:**

Se seleccionaron a tres padres de familia: dos madres y un padre. Se les aplicó una encuesta estructurada para obtener información relevante sobre su estilo de vida, finanzas y educación respecto a sus hijos, así como sus hábitos y preferencias digitales. El cuestionario incluyó preguntas específicas sobre:

Metodología Cualitativa

1. Estilo de vida:

- ¿Cómo es un día típico para usted y su familia?
- ¿Cuál es su mayor preocupación a la hora de dejar a su hijo en un lugar?
- ¿le gustaría un espacio donde pudiera compartir con otros padres? como se lo imagina o como es ese sitio ideal

2. Educación

- ¿Cuáles son sus expectativas en cuanto a la educación preescolar de su hijo?
- ¿Qué habilidades y competencias considera más importantes para que su hijo desarrolle en el jardín infantil?
- ¿Qué nivel de participación desea tener en la educación de su hijo?

3. Comunicación por medios digitales

- ¿Cuáles son las formas más efectivas en las que un jardín infantil puede comunicarse con los padres?
- ¿Con qué frecuencia esperaría recibir actualizaciones sobre el progreso de su hijo?

4. Red de Apoyo

- Que es lo primero que se le viene a la mente con la palabra fraternidad



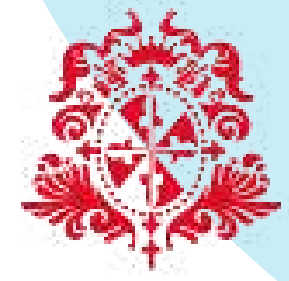
- **Insights:**

1. **Preocupación por la Seguridad:** Todos los padres expresaron una fuerte preocupación por la seguridad de sus hijos, tanto física como emocional. Desean un entorno donde sus hijos se sientan protegidos y cuidados, donde ellos sientan la tranquilidad de que están seguros, con esto podemos mejorar y comunicar claramente las medidas de seguridad implementadas en el jardín. Realizar videos y tours virtuales mostrando las instalaciones y protocolos de seguridad así mismo presentar a las personas con las que el niño tendrá contacto.

2. **Comunicación por medios digitales:** Los padres quieren estar constantemente informados sobre el progreso y actividades diarias de sus hijos. La transparencia y la comunicación efectiva son cruciales para su tranquilidad. Con esto podríamos implementar un sistema de comunicación regular, como un newsletter mensual, que incluya actualizaciones, fotos y resúmenes de actividades. Además, ofrecer una aplicación móvil para seguimiento diario y contacto directo con los maestros, reforzando de igual manera el email marketing pues este es uno de los canales que más destacan para ellos.

3. **Educación Integral:** Los padres buscan un jardín infantil que ofrezca un programa educativo integral que promueva el desarrollo cognitivo, emocional y social de sus hijos. Con esto podríamos organizar talleres y charlas informativas sobre la importancia de la educación temprana.

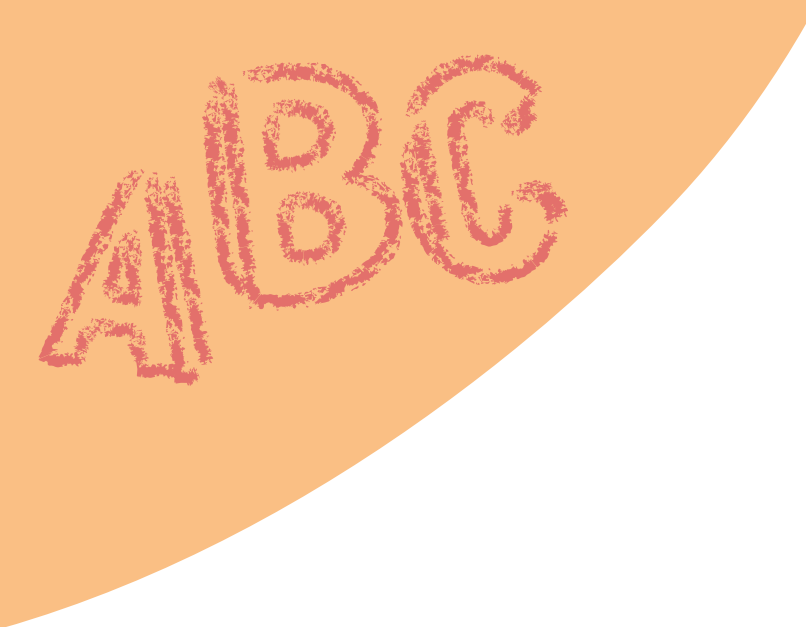
4. **Flexibilidad en los horarios y Actividades extracurriculares:** Este es un factor decisivo para los padres, especialmente aquellos con horarios laborales exigentes, esto también teniendo en cuenta las reuniones de padres de familia que se hacen. Para lo cual podríamos ofrecer horarios extendidos y diversas actividades extracurriculares. Así mismo para las reuniones de padres como entrega de informes se comunicaría de manera clara en el sitio web y con tiempo para que estos papás que no cuentan con mucho tiempo puedan organizar sus agendas con tiempo



5. Importancia de una Comunidad o red de Apoyo: Los padres valoran un entorno donde puedan interactuar y recibir apoyo de otros padres. La creación de una comunidad sólida y de apoyo es muy valorada. De aquí el Implementar programas como la fraternidad de padres, donde se organicen talleres, reuniones y actividades para fomentar la interacción y el apoyo mutuo entre las familias.

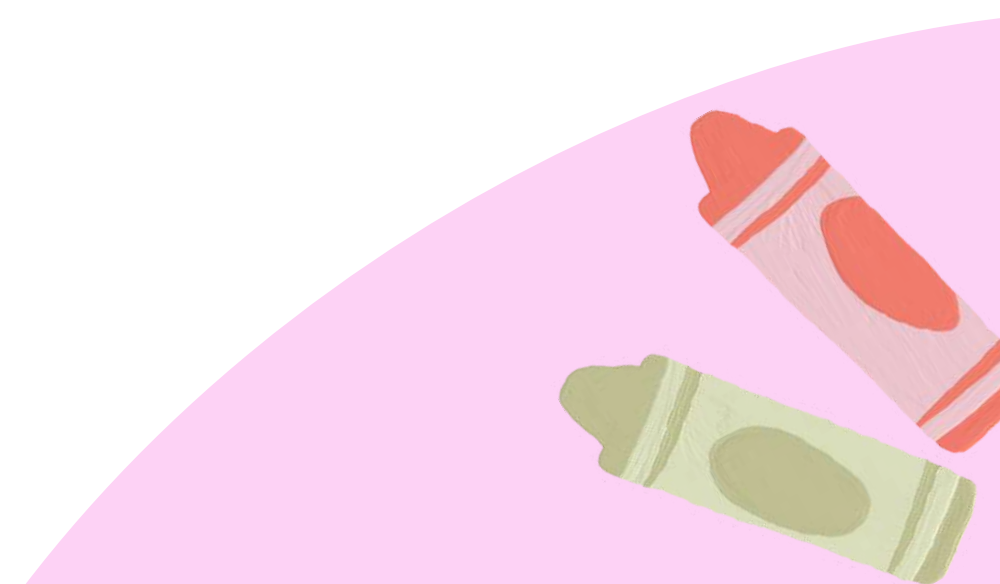
- **Conclusión**

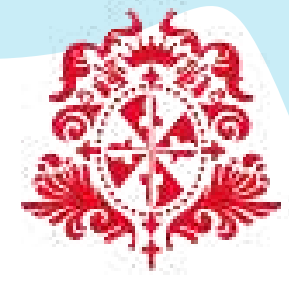
Esta actividad ayudo a Lukas Kindergarten a diseñar una estrategia de marketing digital más efectiva, mejorar la comunicación con los padres y aumentar la fidelización y satisfacción de las familias pues con todos estos insights recibidos se pudo evidenciar que es lo que realmente quiere o le gusta a nuestro cliente objetivo donde las acciones que se realicen deben siempre estar basadas en la seguridad, la comunicación, la flexibilidad, el desarrollo integral y la red de apoyo diferenciando así a Lukas Kindergarten en el mercado.



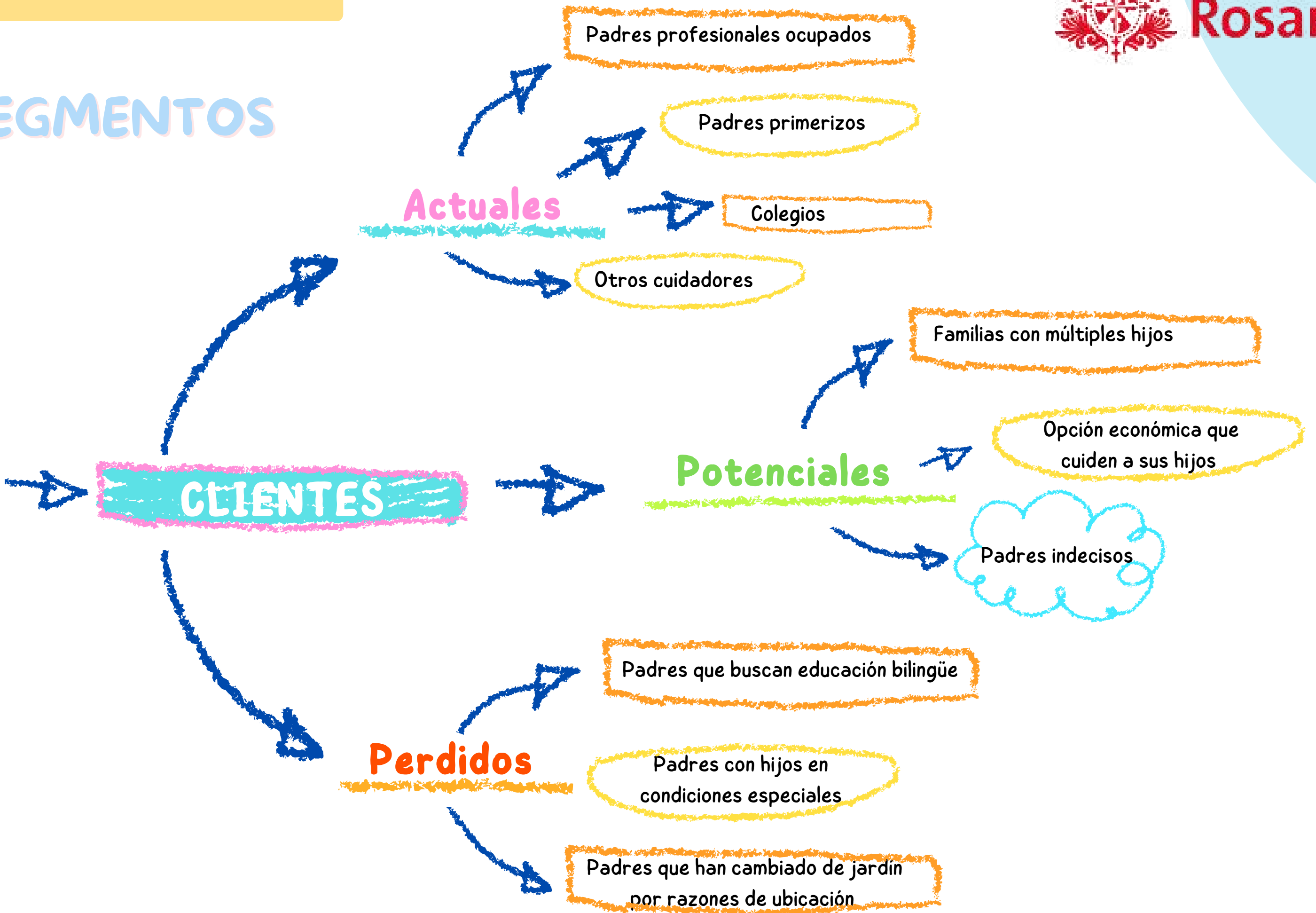
PLAN DE MARKETING

PARA ENTORNOS
DIGITALES



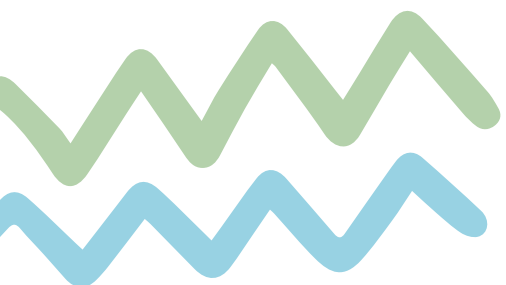


I. PULPO DE SEGMENTOS



2. PROPUESTA DE KEYWORDS

1. Jardines infantiles en Bogotá	2. Mejor jardín infantil	3. Cuál es el jardín más seguro en Bogotá	4. Servicios extracurriculares para niños en Bogotá
5. Educación temprana	6. Jardines infantiles cerca de mi ubicación	7. Kindergarten Bogotá	8. Fraternidad de padres de familia
	9. Jardines infantiles en Bogotá calendario A	10. Educación integral para niños	



3. BATERIA DE INSIGHTS / PAINS :

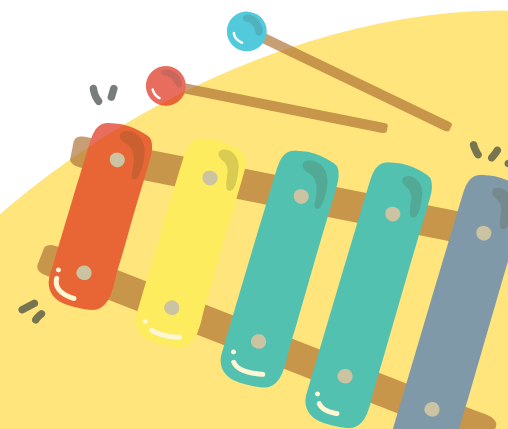
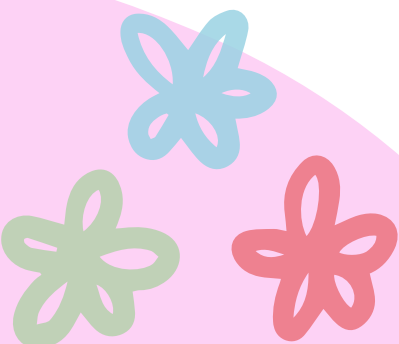
*Audiencia priorizada: Padres indecisos

INSIGHTS

- Búsqueda de seguridad
- Necesidad de información clara y detallada
- Valoración de opiniones y recomendaciones
- Interés en la participación en la educación de sus hijos
- Preocupación por el desarrollo integral

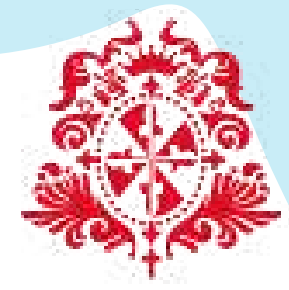
PAINS

- Falta de transparencia en la información
- Miedo a tomar una decisión incorrecta
- Desconfianza en la seguridad
- Falta de testimonios y recomendaciones confiables
- Complejidad en el proceso de decisión



4. CUSTOMER JOURNEY:

Pasos de la experiencia ¿Qué paso de la experiencia estás describiendo?	Busca un jardin	Compara jardines	Decide el jardin	Matricula y Recomendación
Acciones ¿Qué hace el cliente en esta etapa?	<ul style="list-style-type: none"> Busca información sobre jardines infantiles en línea Escucha recomendaciones de amigos y familiares 	<ul style="list-style-type: none"> Compara diferentes jardines y los clasifica Visita paginas webs lee reseñas Asiste a Open days 	<ul style="list-style-type: none"> realiza preguntas específicas consulta con la pareja evalua los costos y beneficios evalua los beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> completa la inscripción realiza el pago habla del jardin con sus amigos y familiares
Touchpoints: ¿En que medios o canales realiza estas acciones? ¿Por donde podemos interactuar con el para esas acciones?	<ul style="list-style-type: none"> redes sociales Página web Anuncios en buscadores Recomendaciones personales 	<ul style="list-style-type: none"> Pagina web visitas al jardin reseñas en línea eventos de puertas abiertas 	<ul style="list-style-type: none"> interacción directa con el personal del jardin consultas telefonicas correos electronicos Pagina web 	<ul style="list-style-type: none"> formularios de inscripción y pagos comunicación con el personal del jardin plataformas internas digitales del jardin comparte sus experiencias con sus amigos y familiares por redes sociales
Pensamiento ¿en que esta pensando el cliente en este momento?	<ul style="list-style-type: none"> " Necesito encontrar un buen lugar para el cuidado y educación de mi hijo" 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cual es la mejor opción para mi hijo? ¿este lugar es seguro y de calidad? ¿ Se sentira bien mi hijo aqui? 	<ul style="list-style-type: none"> ¿estoy tomando la mejor decisión para mi hijo? ¿sera el lugar mas adecuado en terminos de costos? ¿sera el lugar mas adecuado en terminos de calidad? ¿sera el lugar mas adecuado en terminos de distancias? 	<ul style="list-style-type: none"> ¿quero contarles a todos los papas que conozco mi experiencia? espero que mi hijo se adapte bien y disfrute del lugar veo feliz, seguro y aprendiendo a mi hijo?
Sentimientos ¿Como se siente realizando estas acciones?	<ul style="list-style-type: none"> Ansiedad, incertidumbre, esperanza 	<ul style="list-style-type: none"> curiosidad, analisis, esperanza 	<ul style="list-style-type: none"> determinación, preocupacion por hacer la elección correcta 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción, Alivio, Confianza
¿Que le puedo ofrecer como marca?	<ul style="list-style-type: none"> Publicar contenido informativo en redes sociales Optimizar la pagina web para SEO Anuncios de google Ads Testimonios de padres satisfechos 	<ul style="list-style-type: none"> ofrecer tours virtuales y dias abiertos mostrar testimonios y reseñas positivas Detallar los programas educativo hacer énfasis en las medidas de seguridad en la pagina web (instalaciones, personal etc) 	<ul style="list-style-type: none"> Atención personalizada a y agil ofrecer detalles de costos y beneficios proporcionar información sobre programas de descuentos e.j: hermanos, referenciadores 	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer bienvenidas personalizadas, kits e información detallada para el primer día envio de newsletter mensual Mantener comunicación constante con los padres por diferentes canales



I. PULPO DE SEGMENTOS



COMPETIDORES

Directos



Indirectos

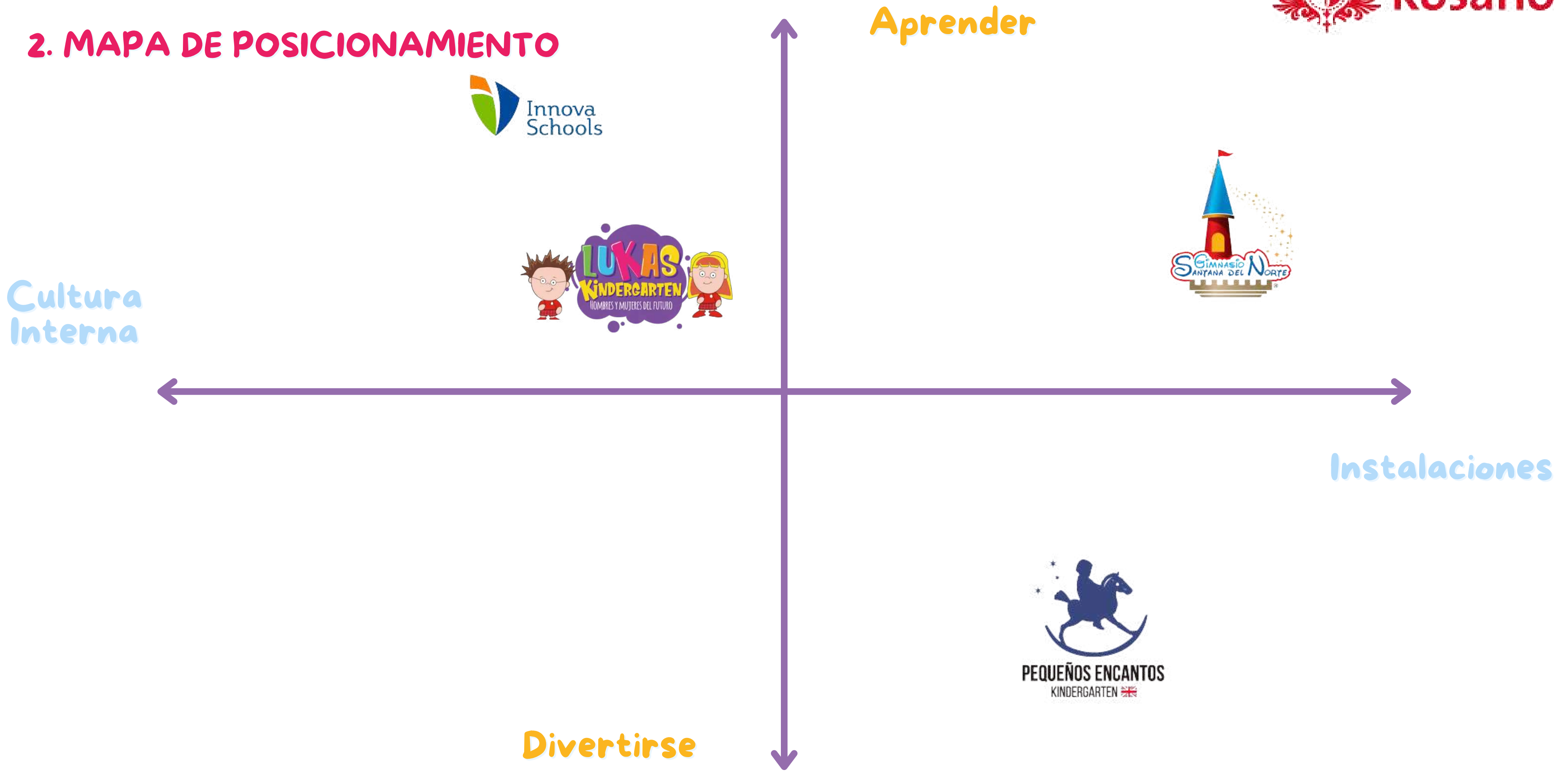


Sustitutos

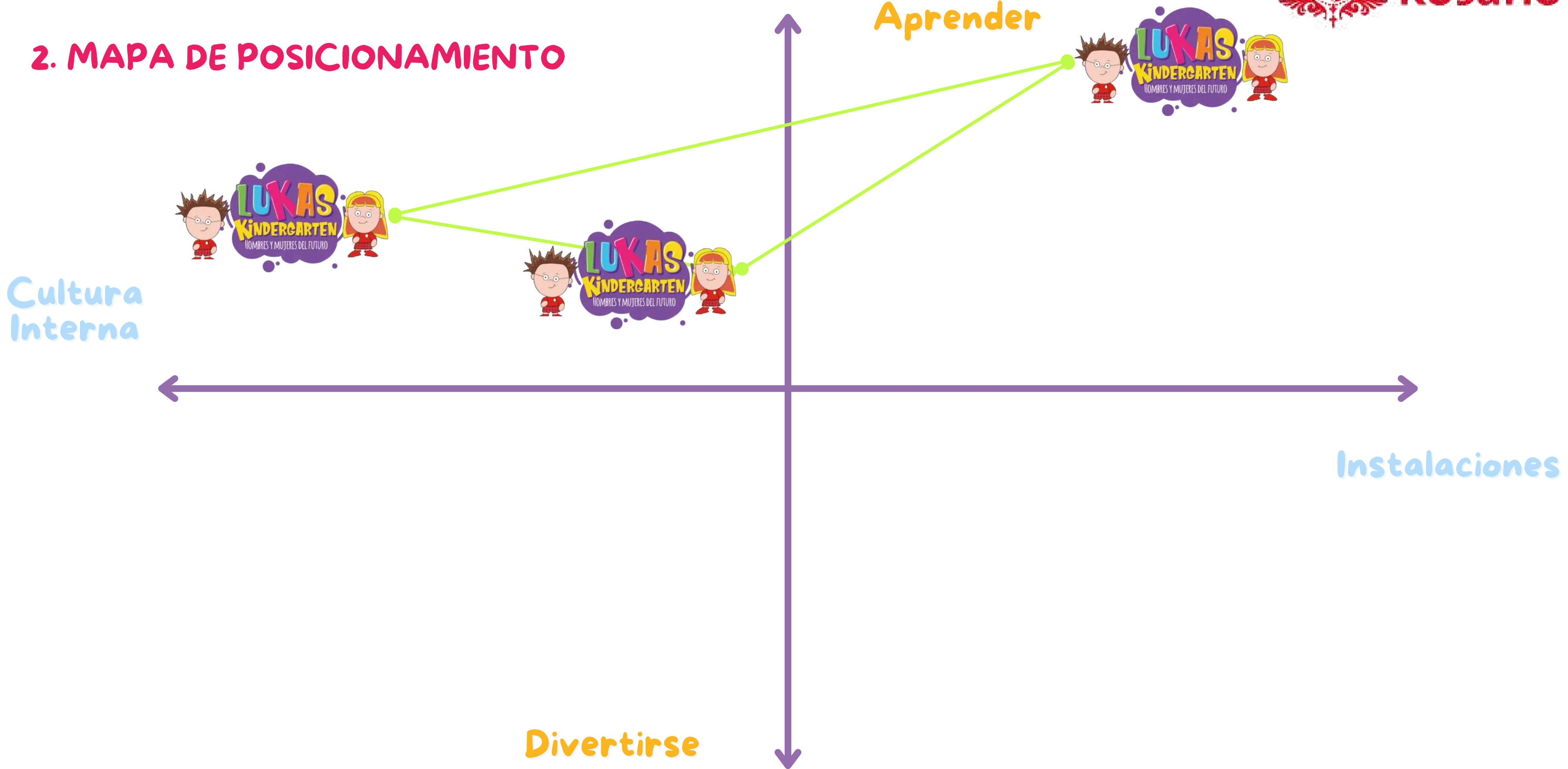


Diagnóstico marca propia + competidores

2. MAPA DE POSICIONAMIENTO



2. MAPA DE POSICIONAMIENTO

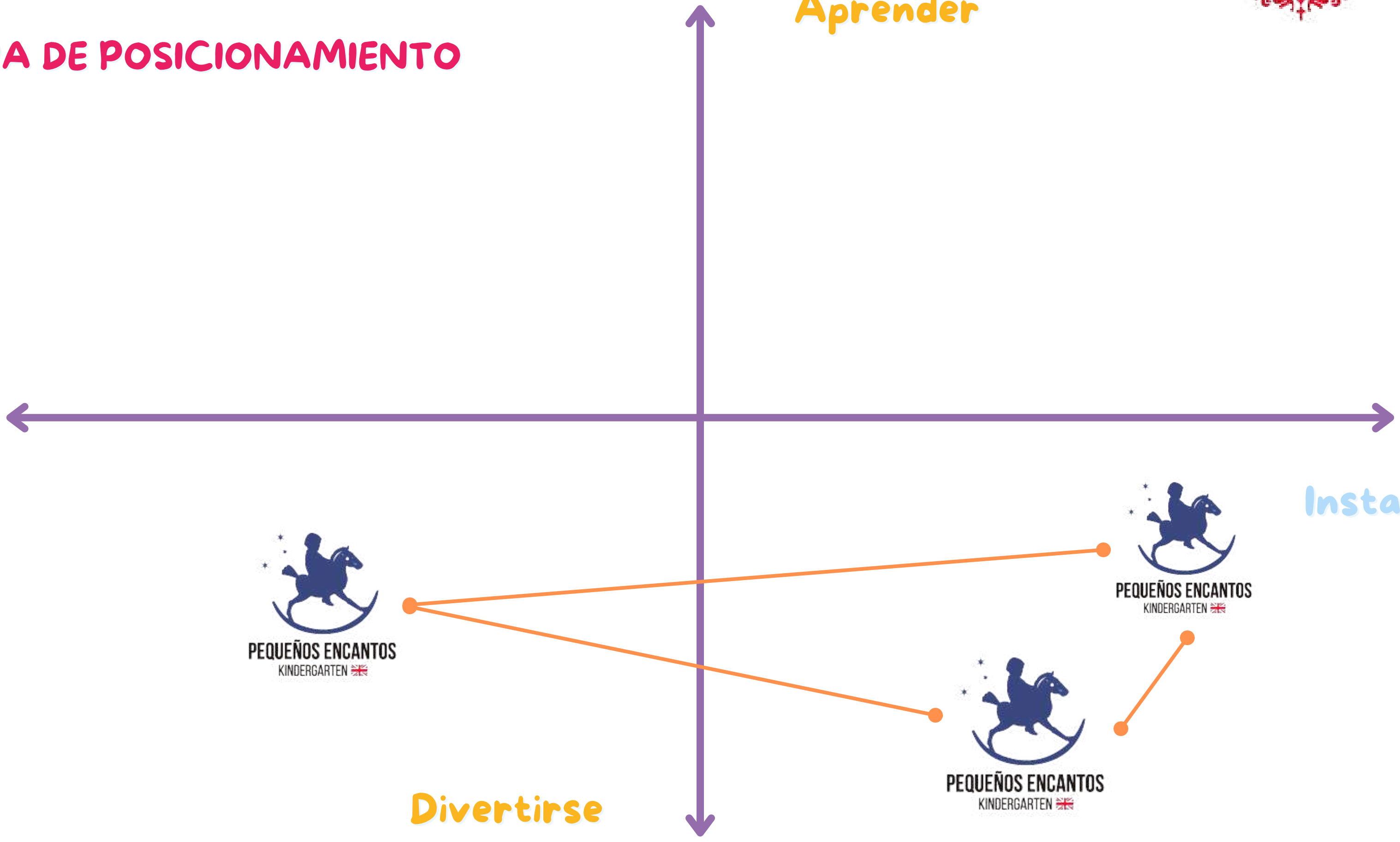


Diagnóstico marca propia + competidores

2. MAPA DE POSICIONAMIENTO

Cultura
Interna

Aprender



Instalaciones

Divertirse

PEQUEÑOS ENCANTOS
KINDERGARTEN

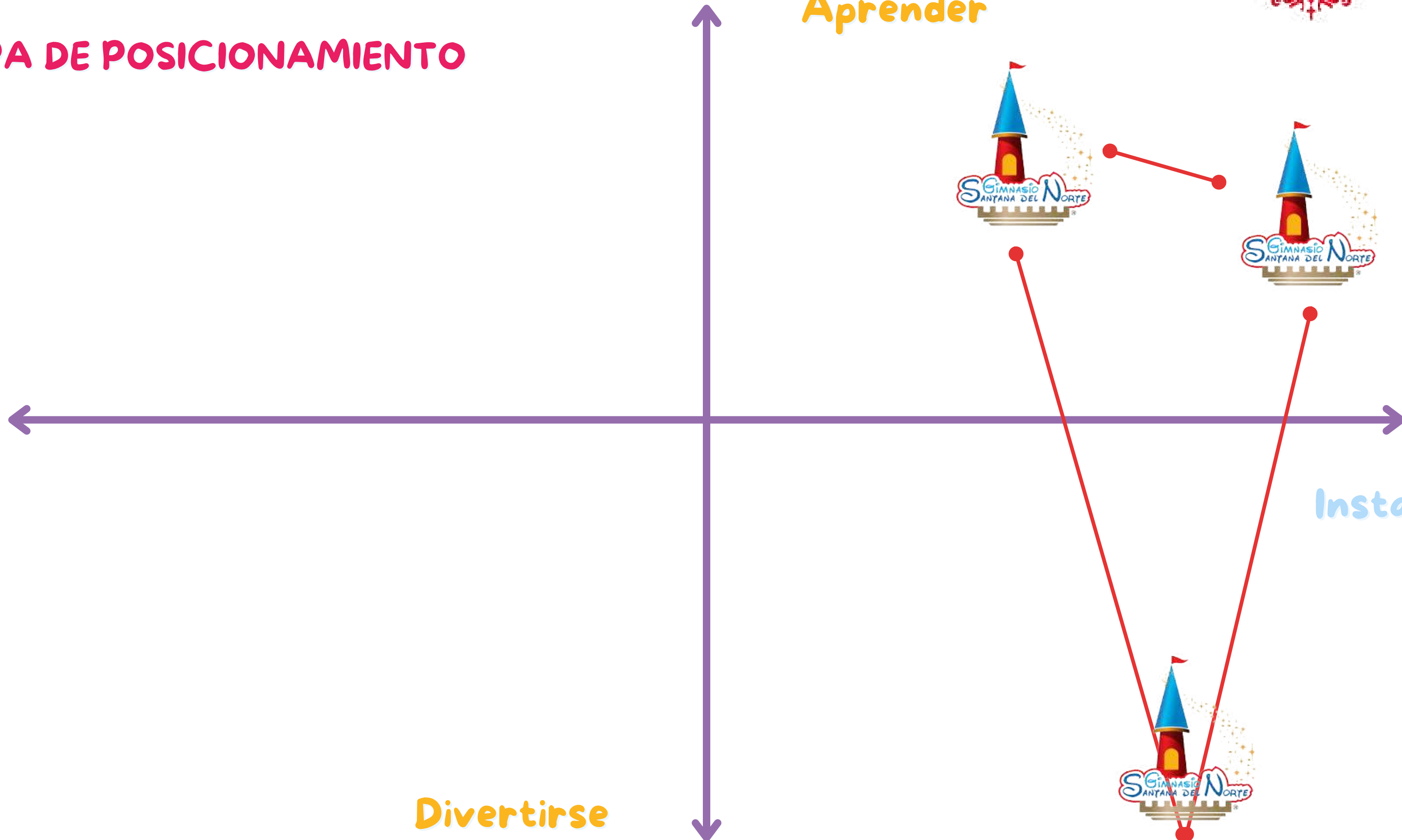
PEQUEÑOS ENCANTOS
KINDERGARTEN

PEQUEÑOS ENCANTOS
KINDERGARTEN

2. MAPA DE POSICIONAMIENTO

Aprender

Cultura
Interna



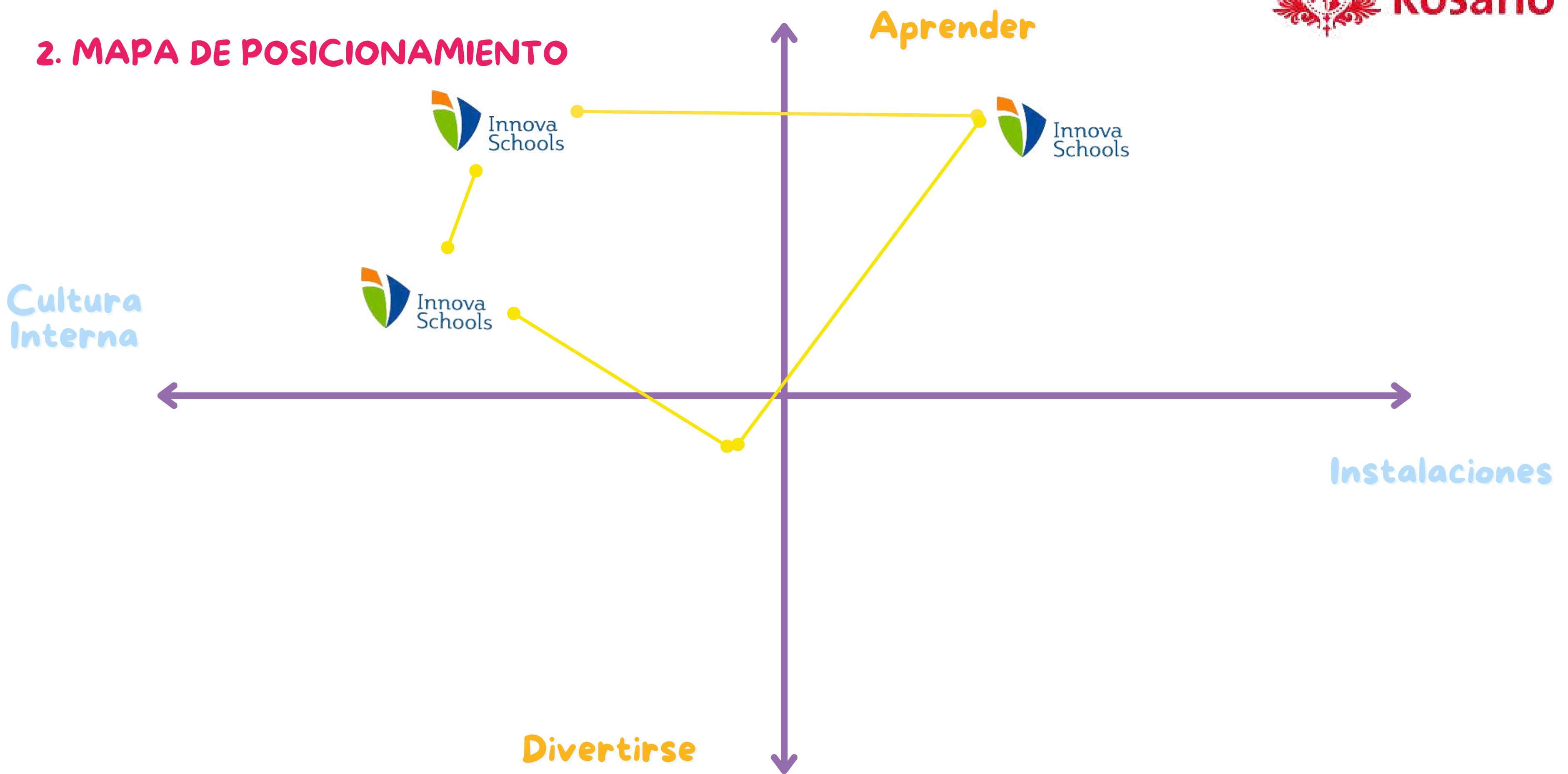
Instalaciones

Divertirse



Diagnóstico marca propia + competidores

2. MAPA DE POSICIONAMIENTO



Diagnóstico marca propia + competidores



Universidad del
Rosario



CI - @gimnasio_santana

3. MATRIZ DE TEMÁTICAS

MEJORES PUBLICACIONES

gimnasio_santana ha compartido un/a Reel - 3 de junio, 13:37

¡Desarrolla habilidades y fortalece tu autoestima en el Gimnasio Santana del Norte! 🙌 Desde pequeños, cultivamos la alegría y la seguridad a través del arte 🎨. Cada actividad está adaptada a la edad de tus hijos, ¡para que crezcan con confianza y felicidad! #SantanaGimnasio #Autoestima #DesarrolloArtístico

33 1

gimnasio_santana ha compartido un/a Reel - 5 de junio, 12:14

¡La cuenta regresiva ha comenzado! 🎉 Solo faltan 3 días para la Galería de Arte 2024, inspirada en el magnífico Piet Mondrian. 🎨 Únete a nosotros y sumérgete en un mundo de líneas, colores y creatividad. ¡No te lo puedes perder! #SoysantanaDecoración #GaleríaDeArte2024 #PietMondrian #ArteModerno #CuentaRegresiva

32 1

gimnasio_santana ha compartido un/a Reel - 25 de mayo, 23:01

¡Qué noche tan mágica! ✨ Nuestra pijamada de preescolar fue todo un éxito. Los peques se divirtieron al máximo, con juegos, historias y risas que llenaron cada rincón. 🎨 Gracias a todos los padres y a nuestro increíble equipo por hacer de esta noche una experiencia inolvidable. ¡Esperamos con ansias la próxima aventura! 🚗 ✨ #PijamadaDePreescolar #DiversiónParaPeques #RecuerdosInolvidables

22 0

gimnasio_santana ha compartido un/a Reel - 6 de junio, 23:42

Acompáñanos este sábado 08 de junio a la galería de arte de nuestros artistas Santanistas! 🎨 Ven y descubre el increíble talento de los niños mientras exhiben sus obras maestras. 🎨 ¡Te esperamos! #ArteDePequeños #GaleríaInfantil #EventoFamiliar #PequeñosArtistas

13 0

PUBLICACIONES MALAS

gimnasio_santana ha compartido un/a Imagen - 28 de mayo, 18:44

¡Aventura educativa en su máximo esplendor! 🚀 ¿Están listos para un día lleno de aprendizaje y diversión? Únense a nosotros en nuestra emocionante salida pedagógica al parque de diversiones MULTIPARQUE. ¡Prepárense para explorar la física detrás de las montañas rusas, descubrir la ciencia detrás de las atracciones y sumergirse en un mar de conocimiento mientras disfrutan de todas las emocion...

0 0

gimnasio_santana ha compartido un/a Reel - 12 de mayo, 12:10

Celebra a la mujer más importante en tu vida este Día de la Madre! 🌸 Demuéstrale cuánto la quieres con palabras llenas de amor y gratitud. ¡Feliz Día de la Madre! 🌸 Para todas las madres Santanistas, un día lleno de alegría; que su devoción y entrega sean recompensadas con el amor eterno de Dios 🙌 🎁 🌸

8 0

gimnasio_santana ha compartido un/a Imagen - 27 de mayo, 14:10

Memorial Day, a day where people show respect and give thanks to the brave individuals who sacrificed their lives for their country (USA). Their sacrificial spirit and courage have guaranteed their freedom and influenced their past. Let's honor and pay our respects to their sacrifice as we adorn their resting places with love and appreciation. Today, as well as every day, we are united in recog...

8 0

Jornada de arte

Actividades
extracurriculares

3. MATRIZ DE TEMÁTICAS

C2 - @Innovaschoolsco


MEJORES PUBLICACIONES

innovaschoolsco ha compartido un/a **Carousel** - 5 de junio, 8:06

La Universidad Santo Tomás de Tunja santotomastunja invitó a una delegación de estudiantes y profesores de Innova Schools a la 5ª Feria de Diseño de Interacción. 🥳

Nos enorgullece compartir que su participación en el torneo Gamer fue destacada. ¡Felicidades a nuestros talentosos estudiantes! 🎮👏

#innovatunja #tunja #estudiantestunja #InnovaSchoolsCol



innovaschoolsco ha compartido un/a **Reel** - 31 de mayo, 11:23


En nuestro innova.latam.2024 tuvimos la oportunidad de compartir con uno de nuestros padres #innovalovers de Innova Schools Mosquera, quien nos compartió su experiencia a través del modelo educativo que tenemos en Innova Schools, que Rompe Paradigmas

#innovaschools ❤️ #innovaschoolscol



innovaschoolsco ha compartido un/a **Imagen** - 15 de mayo, 12:56

🍎🌟 ¡Happy Teacher's Day! 🎉 Hoy celebramos a nuestros profes increíbles que hacen que cada día en nuestro colegio sea especial. Gracias por inspirar, educar y guiar a nuestros estudiantes con tanto amor y dedicación. ¡Ustedes son verdaderos héroes! 🌟 #DíaDelProfesor #Gracias #Colegio #innovaschoolscol #teachersday



Colaboraciones externas

PUBLICACIONES MALAS

innovaschoolsco ha compartido un/a **Imagen** - 27 de mayo, 17:03

Krealand está diseñado para inspirar a los niños a aprender mientras se divierten con actividades artísticas, científicas y deportivas.

¡Los esperamos!

#innovaclub #innovaschoolscol #krealand



innovaschoolsco ha compartido un/a **Imagen** - 27 de mayo, 16:55

¡Bienvenidos a KREALAND, donde la creatividad no tiene límites! Te esperamos en Mosquera, Niza y Tunja

#innovaclub #innovaschoolscol #krealand



innovaschoolsco ha compartido un/a **Imagen** - 27 de mayo, 17:07

📖🗨️ ¡Explora, aprende y diviértete en KREALAND! Nuestro Summer Camp para niños de 5 años en adelante 🥳 ¡Únete a nosotros para vivir unas vacaciones inolvidables!

#innovaclub #innovaschoolscol #krealand



Summer camp


3. MATRIZ DE TEMÁTICAS

C3 - @jardinpequenosencantos

MEJORES PUBLICACIONES

 **jardinpequenosencantos** ha compartido un/a Carousel -
3 de mayo, 11:31

¡Celebremos el Día de los Niños en grande! 🇺🇸 Nada como una visita al parque Jaime Duque para llenarnos de alegría y diversión. ¡Nos divertimos al máximo!



70 3

 **jardinpequenosencantos** ha compartido un/a Reel -
24 de abril, 14:51

Desde nuestros primeros balbuceos, el idioma nos abre las puertas del mundo, permitiéndonos interpretarlo, expresarnos y conectar con los demás. Celebramos el idioma como un lazo que nos une a una rica herencia cultural. Porque a través del idioma, no solo hablamos, sino que nos integramos a una comunidad, a una historia, a un universo de posibilidades. 🇺🇸 ❤️ 🇺🇸



66 1

 **jardinpequenosencantos** ha compartido un/a Carousel -
29 de abril, 10:33


Desde nuestros primeros balbuceos, el idioma nos abre las puertas del mundo, permitiéndonos interpretarlo, expresarnos y conectar con los demás. Celebramos el idioma como un lazo que nos une a una rica herencia cultural. Porque a través del idioma, no solo hablamos, sino que nos integramos a una comunidad, a una historia, a un universo de posibilidades. 🇺🇸 ❤️ 🇺🇸




62 2

Lengua extranjera


PUBLICACIONES MALAS

 **jardinpequenosencantos** ha compartido un/a Carousel -
9 de mayo, 11:54


¡Este día de los niños lo vivimos a lo grande! ❤️ Jugamos, reímos y nos divertimos como si no hubiera mañana. Porque, ¡todo está permitido para celebrar la alegría de ser niños!



41 3

 **jardinpequenosencantos** ha compartido un/a Carousel -
6 de junio, 9:06

Con nuestro el proyecto Ambiental, en Pequeños Encantos protegemos el medio ambiente y ayudamos a las personas más vulnerables de nuestra sociedad.



54 2

 **jardinpequenosencantos** ha compartido un/a Reel -
3 de mayo, 13:30

¡Este día de los niños lo vivimos a lo grande! ❤️ Jugamos, reímos y nos divertimos como si no hubiera mañana. Porque, ¡todo está permitido para celebrar la alegría de ser niños!



57 3

Actividades extracurriculares



3. MATRIZ DE TEMÁTICAS

EP - @lukaskindergarten

MEJORES PUBLICACIONES

lukaskindergarten ha compartido un/a Reel - 24 de mayo, 13:17

¡Juntos formamos un futuro brillante! 🌱💡
#AprendizajeDivertido #CreciendoJuntos

20 4

lukaskindergarten ha compartido un/a Carousel - 18 de abril, 18:52

SPA DE SONRISAS 😄😁😂😃😄😅😆😇❤️
Juego mágico ✨
Estimulación de la imaginación 🗨️
Relajación 🧘🧘
Diversión 🎉

13 3

lukaskindergarten ha compartido un/a Carousel - 9 de mayo, 16:11

LA CALMA 🧘🧘🧘🧘🧘
Desafrollo cognitivo emocional 🧠
Fortalece la autoestima 💪
Concentración 🧘🧘🧘
Respiración 🌬️

12 0

Actividades
recreativas

PUBLICACIONES MALAS

lukaskindergarten ha compartido un/a Imagen - 12 de abril, 16:36

El agua es vida: protejamos cada gota con acciones responsables. 💧🌍❤️

7 0

lukaskindergarten ha compartido un/a Imagen - 27 de abril, 7:07

7 0

lukaskindergarten ha compartido un/a Imagen - 12 de abril, 16:38

Pequeños gestos, grandes impactos. Hagamos nuestra parte para preservar el agua y el futuro de nuestro planeta. 🌍💧

8 0

Jornadas
ambientales

3. MATRIZ DE TEMÁTICAS

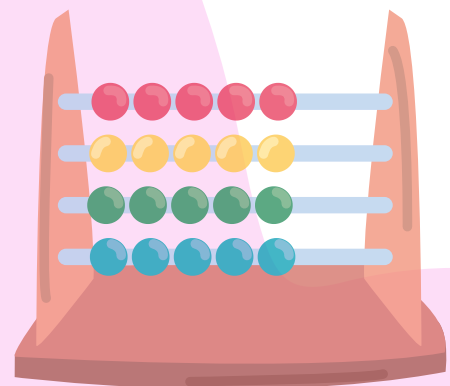
TEMAS TOP

EP: EMPRESA PROPIA -
ACTIVIDADES RECREATIVAS

C1: COMPETIDOR 1 -
JORNADA DE ARTE

C2: COMPETIDOR 2 -
COLABORACION EXTERNA

C3: COMPETIDOR 3 -
LENGUA EXTRANJERA



TEMAS NO TOP

EP: EMPRESA PROPIA -
JORNADA AMBIENTAL

C1: COMPETIDOR 1 -
ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

C2: COMPETIDOR 2 -
SUMMER CAMPS

C3: COMPETIDOR 3 -
ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES



Diagnóstico marca propia + competidores



4. Touchpoints map:

● No lo hace bien
 ● Lo hace bien
 ● Lo hace muy bien

Online	Redes Sociales Blogs Paid Search Referrals Publicidad en Youtube	Pagina Web Charla Virtual Testimonios Correo Electronico	Formularios de inscripcion Asesoria Proceso de pago en linea Descuentos	Programa de referidos Encuestas App movil Entrevistas
	Offline	Flyers Eventos	Talleres educativos reuniones informativas Días Abiertos	Asistencia personalizada eventos de inscripcion Descuentos

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización



Diagnóstico marca propia + competidores



4. Touchpoints map:

- No lo hace bien
- Lo hace bien
- Lo hace muy bien

Online	<ul style="list-style-type: none"> ● Redes Sociales ● Blogs ● Paid Search ● Referrals ● Publicidad en Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagina web ● Charla virtual ● Testimonios ● Correo Electronico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Formularios de inscripción ● Asesoría ● Proceso de pago en línea ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Programa de referidos ● Encuestas ● App móvil ● Entrevistas
Offline	<ul style="list-style-type: none"> ● Flyers ● Eventos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Talleres educativos ● reuniones informativas ● Días Abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia personalizada ● eventos de inscripción ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Alianza con colegios ● Eventos para padres ● Actividades extracurriculares ● reuniones con profesores

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización



Diagnóstico marca propia + competidores



4. Touchpoints map:

- No lo hace bien
- Lo hace bien
- Lo hace muy bien

Online	<ul style="list-style-type: none"> ● Redes Sociales ● Blogs ● Paid Search ● Referrals ● Publicidad en Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagina web ● Charla virtual ● Testimonios ● Correo Electronico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Formularios de inscripción ● Asesoría ● Proceso de pago en línea ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Programa de referidos ● Encuestas ● App móvil ● Entrevistas
Offline	<ul style="list-style-type: none"> ● Flyers ● Eventos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Talleres educativos ● reuniones informativas ● Días Abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia personalizada ● eventos de inscripción ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Alianza con colegios ● Eventos para padres ● Actividades extracurriculares ● reuniones con profesores

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización



Diagnóstico marca propia + competidores

4. Touchpoints map:

● No lo hace bien
 ● Lo hace bien
 ● Lo hace muy bien

Online	<ul style="list-style-type: none"> ● Redes Sociales ● Blogs ● Paid Search ● Referrals ● Publicidad en Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagina web ● Charla virtual ● Testimonios ● Correo Electronico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Formularios de inscripción ● Asesoría ● Proceso de pago en línea ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Programa de referidos ● Encuestas ● App móvil ● Entrevistas
Offline	<ul style="list-style-type: none"> ● Flyers ● Eventos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Talleres educativos ● reuniones informativas ● Días Abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia personalizada ● eventos de inscripción ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Alianza con colegios ● Eventos para padres ● Actividades extracurriculares ● reuniones con profesores

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización



Diagnóstico marca propia + competidores



4. Touchpoints map:

- No lo hace bien
- Lo hace bien
- Lo hace muy bien

Online	<ul style="list-style-type: none"> ● Redes Sociales ● Blogs ● Paid Search ● Referrals ● Publicidad en Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagina web ● Charla virtual ● Testimonios ● Correo Electronico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Formularios de inscripción ● Asesoría ● Proceso de pago en línea ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Programa de referidos ● Encuestas ● App móvil ● Entrevistas
Offline	<ul style="list-style-type: none"> ● Flyers ● Eventos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Talleres educativos ● reuniones informativas ● Días Abiertos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asistencia personalizada ● eventos de inscripción ● Descuentos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Alianza con colegios ● Eventos para padres ● Actividades extracurriculares ● reuniones con profesores

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización



I. MATRIZ DE IMPACTO:

- **TOFU:**

D1: Limitación de marketing tradicional por falta de actualización en tecnología en los docentes.

A1: Falta de visibilidad en plataformas digitales

- **MOFU:**

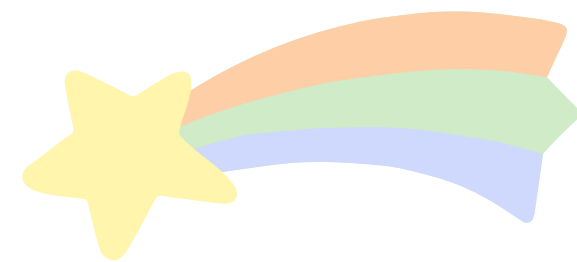
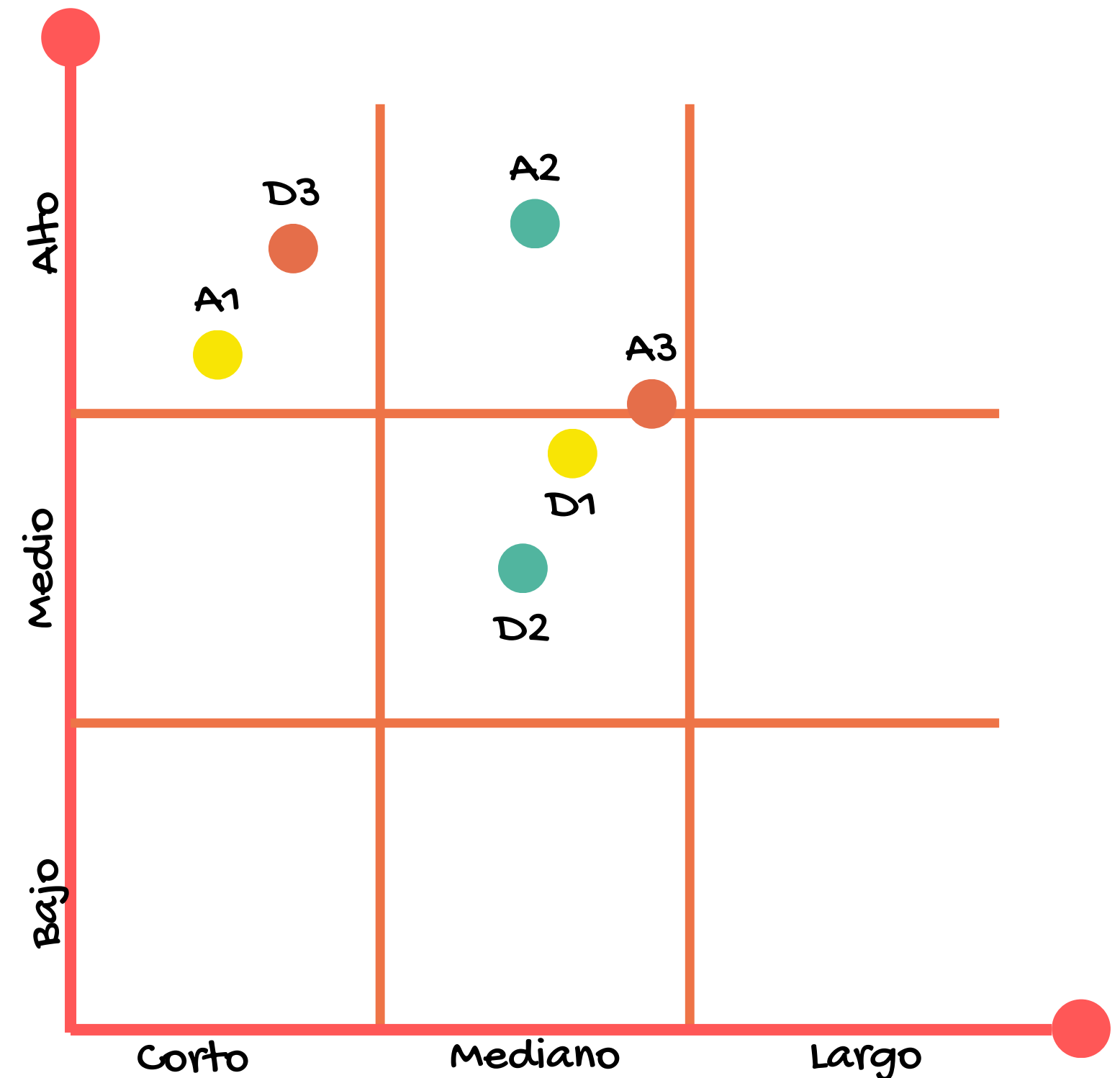
D2: Falta de habilidades digitales en los padres lo que dificulta la implementación efectiva de herramientas digitales

A2: Un Jardín competencia que enseñe a los usuarios de las herramientas para las plataformas competencia que enseñe a los usuarios de las herramientas para las plataformas

- **BOFU:**

D3: Falta de testimonios y recomendaciones confiables

A3: Ofertas educativas más atractivas, beneficios y programas especiales para nuevos usuarios



I. OBJETIVOS

- **Tofu:**

A1: Falta de visibilidad en plataformas digitales

Aumentar el alcance en las plataformas digitales en un 30% en los próximos seis meses

- **Mofu:**

A2: Un Jardín competencia que enseñe a los usuarios de las herramientas para el uso de las plataformas

Alcanzar la tasa de satisfacción en un 20% en los próximos 3 meses

- **Bofu**

D3: Falta de testimonios y recomendaciones confiables

Aumentar en un 25% el número de matriculas por medio de recomendaciones personales en los próximos 3 meses.



2. Árbol de problemas TOFU:



2. Árbol De Problemas - MOFU:

Mayor inversión

Tiempos mas extensos

Educacion de baja calidad

Personal inconforme

Actualización mas compleja de entornos digitale

Falta de profesiones por recursos modernos

Un jardin competencia que enseñe a los usuarios herramientas para las plataformas

Usuarios inconforme con el servicio actual

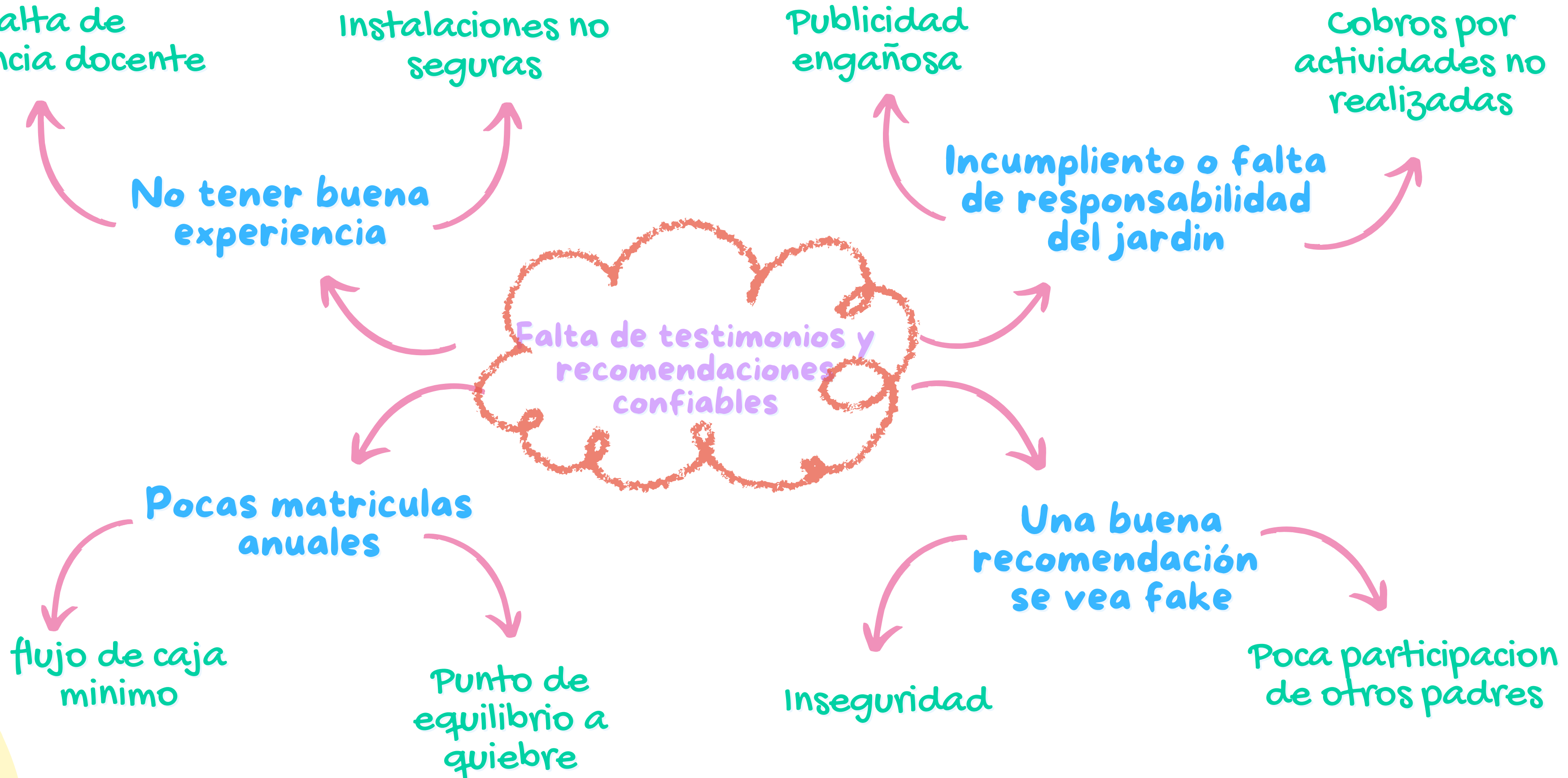
Usuarios mas exigentes con los servicios que buscan

Papás que retiran a sus hijos

Poca recomendacion o nula por los servicios digitales

dificultas de cerrar un negocio

2. Árbol De Problemas BOFU:



I. OBJETIVOS

Tofu:

A1: Falta de visibilidad en plataformas digitales

Lograr el **alcance** en las plataformas digitales en un 30% en los próximos seis meses

Mofu:

A2: Un Jardín competencia que enseñe a los usuarios de las herramientas para el uso de las plataformas

Alcanzar la **tasa de satisfacción** en un 20% en los próximos 3 meses

Bofu

D3: Falta de testimonios y recomendaciones confiables

Lograr un 25% el número de matriculas por medio de recomendaciones personales en los próximos 3 meses.



Lograr el alcance en las plataformas digitales en un 30% en los próximos seis meses

Optimización de Contenido SEO:

Mejorar la visibilidad del jardín en los motores de búsqueda, asegurando que cuando los padres busquen información relevante, encuentren el contenido del jardín.

Crear y optimizar contenido en el blog del jardín con palabras clave relevantes como "jardín infantil en bogota", "mejor jardín para niños", "actividades educativas preescolares", etc.

Medios propios

Publicar artículos, guías y listas de recursos útiles para padres primerizos, enfocados en SEO.

Medios propios

Campañas en Redes Sociales:

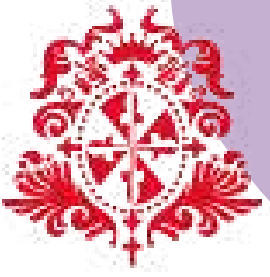
Campañas en Redes Sociales: Utilizar las plataformas de redes sociales para llegar a una audiencia más amplia y atraer a nuevos padres interesados en el jardín.

Diseñar campañas de anuncios pagados en plataformas como Facebook, Instagram y YouTube, segmentadas para padres con niños pequeños.

Medios Pagados

Crear contenido visual atractivo (videos, infografías, fotos de actividades) que se pueda compartir fácilmente.

Medios propios



Lograr una tasa de satisfacción en un 20% en los próximos tres meses

Eventos y talleres:

Obtener información relevante en encuestas y feedback de los padres para la mejora continua del jardín

Organizar eventos y talleres educativos para padres sobre temas de interés como nutrición infantil, desarrollo emocional, etc y hacer encuestas de satisfacción al finalizar dichos eventos

Medios propios

Crear una "Facultad de Padres" donde puedan aprender y compartir experiencias y recibir feedback de los padres.

Medios propios

Contenido de Valor

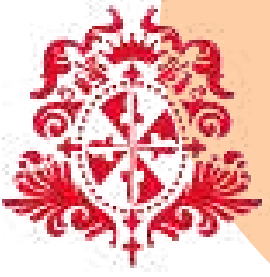
Lograr generar contenido de valor donde se comunique a los padres distinta información de interés y además podamos obtener feedback e información de valor que nos sirva para mejorar la satisfacción

Ofrecer contenido exclusivo y de valor a los padres, como webinars, e-books, y acceso a recursos educativos a través de una plataforma de miembros.

Medios propios

Crear y enviar un newsletter mensual personalizado que incluya actualizaciones sobre el progreso de los niños, actividades recientes en el jardín, consejos educativos, y artículos relevantes para padres. Este newsletter debe ser exclusivo para los padres del jardín, proporcionando información valiosa y reforzando la conexión y el compromiso con la institución

Medios propios



Lograr en un 25% el número de matrículas por medio de recomendaciones personales en los próximos tres meses

Programa de referidos:

incentivar a los padres actuales para que recomienden el jardín a otros padres.

Crear un programa de referidos donde los padres actuales puedan recomendar a otros padres y recibir descuentos en la matrícula o servicios adicionales.

Medios Propios

Promocionar el programa de referidos en todas las comunicaciones con los padres (newsletters, app, eventos).

Medios Propios Y Pagos

Promociones de Inscripción

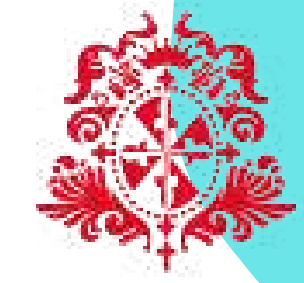
utilizar las experiencias positivas de los padres actuales para atraer a nuevos padres..

Ofrecer descuentos especiales para las inscripciones múltiples (como hermanos) o para inscripciones que provengan de referencias personales.

Medios Propios

Enviar campañas de correo electrónico específicas destacando las promociones y beneficios del programa de referidos.

Medios Propios



Lograr el alcance en las plataformas digitales en un 30% en los próximos seis meses

- **VARIABLE**
- **ESCALA:** Porcentaje
- **NOMBRE:** Alcance de las plataformas digitales
- **LINEA BASE:** N/A
- **RANGO:** Max 30% y mínimo 18%
- **HORIZONTE:** Mensual durante 6 meses
- **DEFINICION:** (**Alcance:** Cantidad de personas a las que vamos a llegar a través de las plataformas digitales) de las plataformas digitales
- **INSTRUMENTO:** Google analytics
- **CATEGORIAS:** N/A
- **PREGUNTAS:** N/A
- **FORMULA:** Regla de 3 (alcance actual/alcance deseado x100)

Alcanzar la tasa de
satisfacción en un 20% en
los próximos 3 meses

- **ATRIBUTO**
- **ESCALA:** Porcentaje
- **NOMBRE:** tasa de satisfacción
- **LINEA BASE:** N/A
- **RANGO:** max 20% y min 12%
- **HORIZONTE:** mensual durante 3 meses
- **DEFINICIÓN:** tasa de satisfacción:
- **INSTRUMENTO:** encuesta





Alcanzar la tasa de satisfacción en un 20% en los próximos 3 meses

- **CATEGORIAS:**

1. si
2. no

- **PREGUNTAS:**

¿Se siente satisfecho con las herramientas y recursos digitales que le entrega el jardín Lukas Kindergarten ? que le entrega el jardín Lukas Kindergarten ?

- **FORMULA:** Cantidad de personas que dicen si / encuestados x 100 (Regla de 3)



Indicadores de Objetivo - BOFU



Lograr en un 25% el número de matriculas por medio de recomendaciones personales en los próximos 3 meses.

- **VARIABLE**
- **ESCALA:** Porcentaje
- **NOMBRE:** Número de matricula por recomendaciones personales
- **LINEA BASE:** N/A
- **RANGO:** Max 25% y min 15%
- **HORIZONTE:** Mensual durante 3 meses
- **DEFINICIÓN:** N/A
- **INSTRUMENTO:** Número de matriculas
- **CATEGORIAS:** N/A
- **PREGUNTAS:** N/A
- **FORMÚLA:** Regla de 3 (numero de matriculas / matriculas actuales x 100)





GERENCIA DE CLIENTES

PARA ENTORNOS
DIGITALES



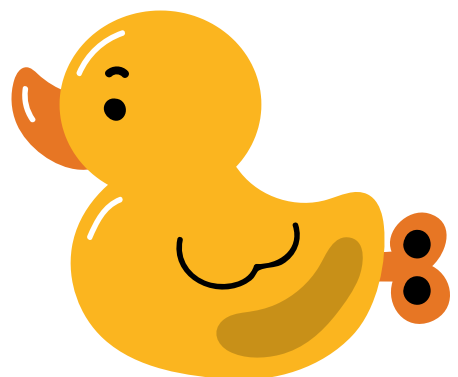
• **Página Web:**

La página web del jardín infantil proporciona información detallada sobre el currículo, actividades, horarios, cursos, tarifas y contacto. Los padres pueden acceder a recursos educativos, ver fotos de las distintas actividades, cronogramas, blogs, e historia del jardín. Sirve como una fuente de información constante.



Página Web:

<https://www.lukaskindergarten.com>



• Teléfono:

Los padres pueden llamar al jardín infantil para hacer consultas, programar visitas, resolver dudas y recibir información detallada sobre las actividades y servicios ofrecidos. Este canal es utilizado para atención inmediata y personalizada, permitiendo una comunicación directa y eficiente.



Teléfono:
2572113 / 3102760840

• Correo Electrónico:

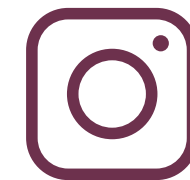
Los padres pueden enviar correos electrónicos para solicitar información, inscribir a sus hijos, enviar documentos requeridos, y plantear quejas o sugerencias, así mismo como notas de sus hijos e información como circulares. Este canal es ideal para comunicaciones más formales y detalladas, permitiendo un seguimiento adecuado de las solicitudes y respuestas.



Correo Electrónico:
Lukaskindergarten@hotmail.com

• Redes Sociales (Instagram, Facebook, whatsapp):

A través de plataformas como Facebook, Instagram, y Whatsapp, el jardín comparte actualizaciones, fotos, videos de actividades, eventos y noticias. Los padres pueden interactuar comentando, dando me gusta, compartiendo publicaciones y enviando mensajes directos. Este canal es utilizado para fomentar la comunidad, compartir contenido atractivo y mantener a los padres informados y comprometidos con el jardín infantil.



Instagram:
@lukaskindergarten



Facebook:
Lukas Kindeergarten

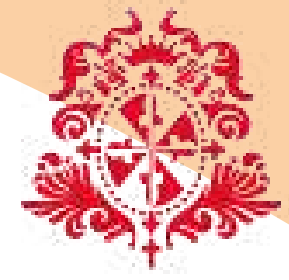
• Presencial:

Los padres pueden visitar el jardín infantil para tours, reuniones con maestros, eventos especiales, y para resolver cualquier duda de manera personal. Este canal es esencial para establecer una relación de confianza y proporcionar una atención personalizada y directa.



Dirección:
Calle 83 a # 22-25
Barrio Polo Club





Los padres que inscriben a sus hijos en Lukas Kindergarten buscan una educación preescolar de calidad, un entorno seguro y una comunidad de apoyo. Sus frustraciones incluyen preocupaciones sobre la calidad educativa, costos y logística. Se sienten felices cuando ven progresos claros en sus hijos, reciben una comunicación constante y beneficios adicionales que no esperaban.

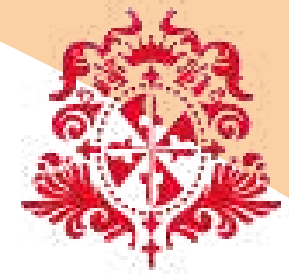
• Trabajos del cliente:

1. Funcionales:

- Llevar a mi hijo al jardín, para ofrecerte educación de alta calidad que fomente el desarrollo intelectual, emocional y social.
- Encontrar un espacio que brinde seguridad y cuidado cuando no este con mi hijo porque estoy en el trabajo o realizando otras actividades.

2. Sociales:

- Brindarle Vida Social a mi hijo con otros niños de su misma edad para que pueda desarrollar habilidades sociales, de comunicación e independencia

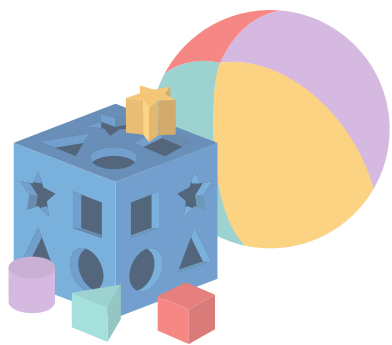


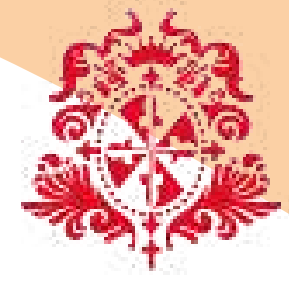
3. Personales:

- Poder estar tranquilo y con confianza de que mi hijo están en buenas manos mientras que no estoy con el.
- Sentir satisfacción de ver crecer y desarrollarse a mi hijo mientras que es exitoso en su educación.

4. De Apoyo:

- Solicito recibir asesoría y apoyo del jardín infantil sobre temas educativos, nutricionales y de desarrollo infantil para mi hijo
- Quiero sentirme parte de una comunidad de padres con intereses y preocupaciones similares, compartiendo experiencias y consejos.





• Frustraciones del cliente:

1. Funcionales

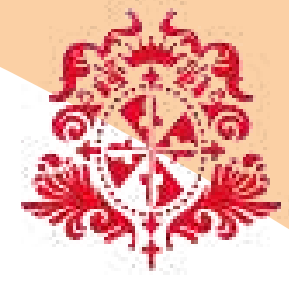
- La educación de mi hijo es muy Costosa, los costos de matricula y actividades extracurriculares pueden ser difíciles de manejar.

2. Obstaculos:

- Los horarios de mi trabajo y los horarios del jardín a veces son difíciles de coordinar.
- Falta de información clara y oportuna sobre el progreso de mi hijo y las actividades del jardín.

3. Riesgos:

- Que pasa si mi hijo no esta en un lugar seguro y su seguridad física y emocional están en riesgo mientras que están en el jardín
- Mi hijo no se logra Adaptar al entorno escolar



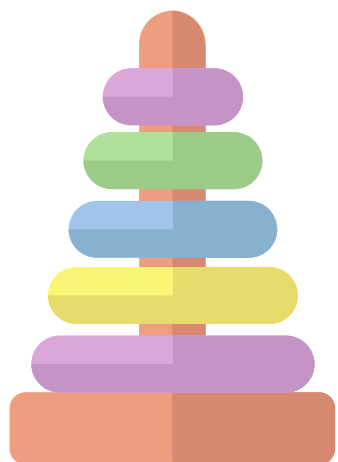
• Alegrías del cliente:

1. Necesarias:

- Saber que mi hijo está en un entorno seguro y protegido.
- Ver mejoras y avances claros en el desarrollo de mi hijo.

2. Esperadas:

- Recibir una educación preescolar que cumpla con sus expectativas de calidad.
- Tener una comunicación constante y transparente con el personal del jardín sobre el progreso de sus hijos.



- **Alegrías del cliente:**

3. Deseadas:

- Quiero que mi hijo tenga un desarrollo integral no solo académicamente sino social y emocional
- Me gustaría involucrarme en todo lo que tenga que ver con la educación de mi hijo, participar en actividades, eventos etc

4. Inesperadas:

- Recibir beneficios adicionales como asesoría gratuita, eventos especiales, y actividades familiares que no esperaban.
- Sentirse parte de una fraternidad donde puede hacer distintas actividades con los otros padres de familia compartiendo distintas experiencias en donde se crea una red de apoyo y amistad



• **Iniciador:**

En este caso el iniciador es el niño ya que sin niño no iniciaría el deseo del padre en conseguir una educación de calidad en la edad temprana. Los padres realizan la investigación inicial sobre posibles opciones de jardines infantiles, recopilando información sobre diferentes alternativas, esta persona toma la iniciativa de contactar con los jardines infantiles, ya sea a través de llamadas, correos electrónicos o visitas.

• **Aconsejador:**

Esta persona ofrece recomendaciones y comparte información relevante sobre los jardines infantiles. Puede ser otro padre, un amigo, un familiar o un experto en educación infantil. Puede influenciar significativamente en el proceso de decisión debido a su experiencia o conocimientos sobre el tema. Proporciona opiniones basadas en experiencias pasadas o conocimiento del sector, ayudando a los padres a comparar y evaluar las opciones disponibles.



- **Decisor:**

En este caso son los dos padres quienes son los que tienen la autoridad y la responsabilidad de tomar la decisión final sobre qué jardín infantil elegir para su hijo. Considera todas las opciones disponibles, evaluando factores como la calidad educativa, la seguridad, el costo y la ubicación.

- **Comprador:**

Es la persona que realiza la transacción para la inscripción del niño en el jardín infantil. Puede ser uno de los padres o un tutor legal. Gestiona los pagos de matrícula y cuotas mensuales, así como cualquier costo adicional asociado a actividades extracurriculares. Adicional se encarga de firmar los documentos necesarios y asegurar que todas las condiciones del contrato estén claras y acordadas.

- **Consumidor:**

Es el niño que asistirá al jardín infantil y disfrutará de los servicios y beneficios proporcionados. Participa activamente en las actividades educativas y recreativas del jardín infantil. Es importante mencionar que el no da opiniones complejas su comportamiento y estados de ánimo pueden verse como indicadores claves de la calidad del servicio o satisfacción.

Multicanalidad

Actualmente el jardín infantil Lukas Kindergarten cuenta con los siguientes canales de comunicación que son:

- **Página Web:**

El jardín maneja una página web actualizada, donde los padres de familia pueden estar al tanto de las actividades de sus hijos, la página resalta toda la información de la institución con sus valores y principios, nuestro objetivo es complementar este portal web donde se pueda obtener: resultado de notas, calendario sincronizado, actividades virtuales y pagos en línea.

- **Correo Electrónico:**

El jardín cuenta con un canal de comunicación directo que es el correo electrónico, donde se informa a los papitos de una manera mas formal todos los puntos importantes y de esta misma manera ellos puedan "formalizar" solicitudes especiales con docentes.



• Social Media:

El jardín cuenta en este momento con contenido mas orgánico donde se muestra el día a día de los niños y las actividades especiales que se realizan en el jardín, cuenta con dos plataformas que son INSTAGRAM y FACEBOOK, nuestra meta es continuar con un lenguaje visual donde los futuros padres vean la trayectoria y a su vez encontrar más plataformas que sirvan de apoyo para llegar a nuestro público objetivo.

• Telefonía:

Además de comunicaciones electrónicas, el personal del jardín infantil realiza llamadas telefónicas personalizadas a los padres para discutir el progreso individual de los niños o abordar preocupaciones específicas. En el cual la comunicación es directa con el usuario y cada experiencia es diferente, ya que no contamos con un grupo o suficiente personal para poder atender grandes masas.



Propuesta Plataforma Para Trabajar:

- **App Jardín:**

Se plantea para el jardín infantil una aplicación móvil donde los padres pueden acceder a un calendario interactivo con eventos, subir documentos requeridos, y recibir mensajes directos del personal educativo.

- **Newsletter:**

presentación mensual del cronograma de actividades, eventos importantes de la temporada y publicaciones destacadas para los papitos (consejos, aportes y tips)

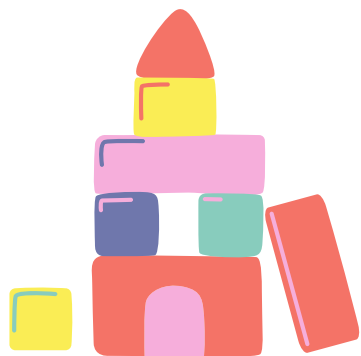


• Modelo Reactivo:

El modelo reactivo que se podría implementar en el Jardín Infantil Lukas Kindergarten se basa en responder eficientemente todas las necesidades que surgen por parte de los padres. En el caso de que se presenten necesidades acordes a los aspectos académicos de cada niño estos podrán ser atendidos por las profesoras a cargo, otros aspectos deberán ser atendidos por las directivas del jardín

• Modelo Mediado por Tecnologías:

El modelo mediado por tecnologías a implementar en el jardín infantil Lukas se enfoca en la interacción que tienen los padres a través de las plataformas digitales que se manejan actualmente en el jardín infantil. Para el uso de Whatsapp se manejarán grupos por cada uno de los cursos que se tienen actualmente, esto para poder resolver dudas puntuales y mejorar la comunicación entre los padres y las profesoras a cargo. Para el correo electrónico se podrán recibir solicitudes, se notificarán fechas importantes y se enviarán los boletines de notas.



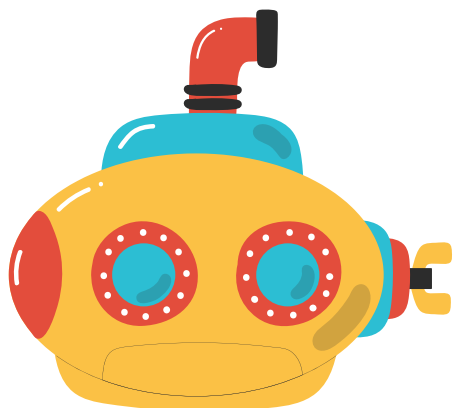
Niveles De Soporte Técnico

- **Nivel 1:**

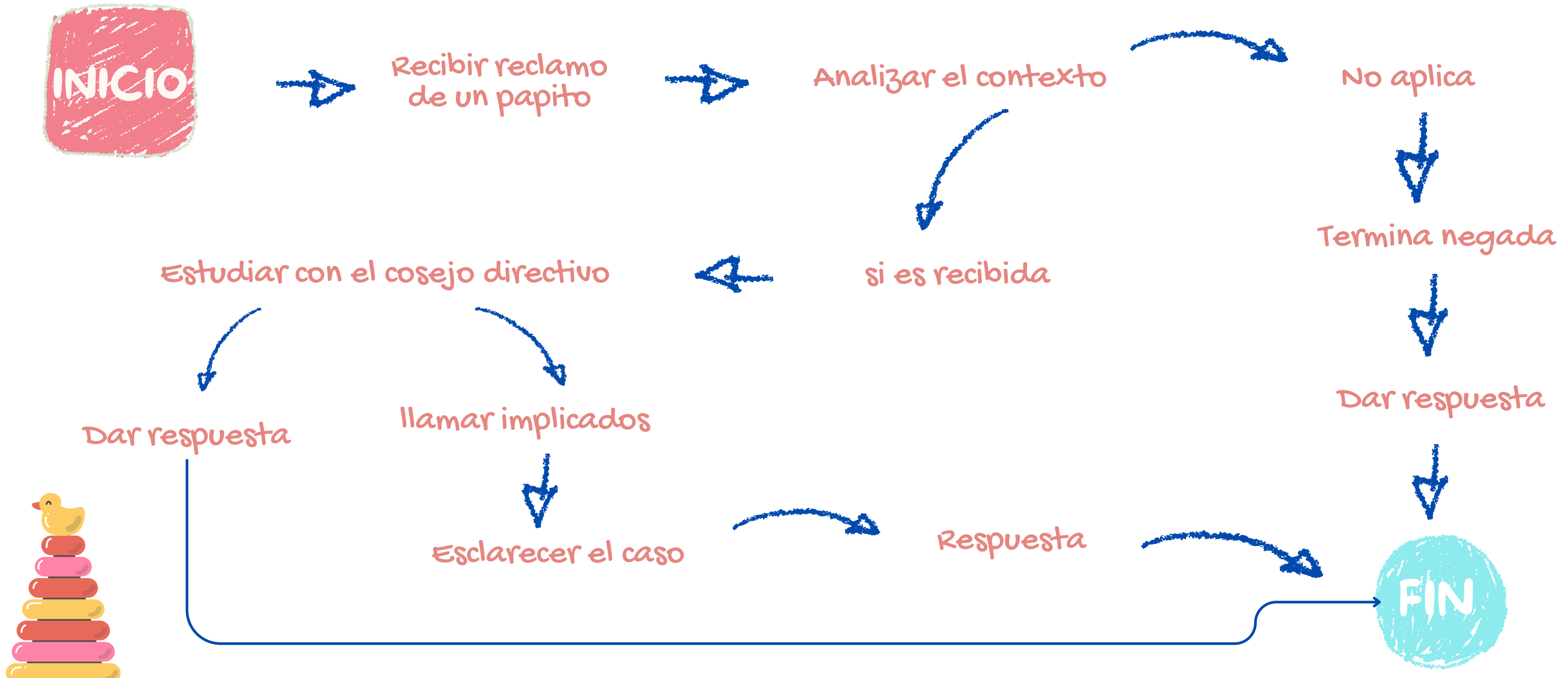
Solicitudes acordes al valor de matrículas, clases extracurriculares, horarios, fechas importantes, listas de útiles, excusas, cursos. En este primer nivel todas las solicitudes mencionadas anteriormente podrán ser resueltas por la coordinadora académica.

- **Nivel 2:**

Descuentos de matrículas, problemas con profesoras, accidentes de los niños, problemas entre padres de familia. En el segundo nivel serán resueltas todas aquellas solicitudes que no pudieron ser resueltas en el primer nivel y estas pasaran a la directiva del jardín infantil.



Proceso De Radicación Digital De PQRS



Modelos De Atención Al Cliente - BluePrint



Customer Journey

Busca un Jardín

Compara Jardines

Decide el Jardín

Matricula y recomienda

Acciones de los empleados

- Hacer Open Days
- Publican Contenido
- Responden preguntas en redes sociales

- Realizar visitas guiadas
- Explicar el programa
- Responde preguntas de los padres

- Envía formulario y medios de pago
- Reunión de bienvenida para confirmar la inscripción e inicio y entrega de contrato

- Dar la bienvenida
- Orientación
- Recoge Feedback
- Reportes Notas
- Programas de referidos

Tecnología

- Página web (SEO), redes sociales, anuncios Email marketing

- Reseñas página web, sistemas de reservas

- Sistema de pagos
- Correo electrónico y llamadas
- Software de gestión escolar para inscripciones

- Plataformas internas del jardín
- App

BackStage

- Actualizaciones en sitio web y RRSS
- Coordinación para visitas
- Preparación de materiales informativos

- Preparación de la visita
- Coordinación de horarios
- Materiales de Marketing (folletos etc)

- Verificar información
- Verificar el pago
- Proceso de inscripción en el sistema

- Preparar la inducción
- Usuarios
- analiza los feedbacks
- Gestiona el programa de referidos

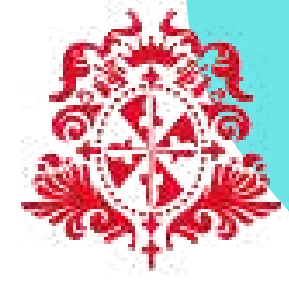
Procesos de Soporte

- Mantenimiento de página web
- Análisis de métricas de marketing

- Actualización Bases de datos
- Análisis de efectividad de las campañas de marketing

- Seguridad y protección de datos personales
- Gestión de bases de datos de los estudiantes

- Sistemas de encuestas (PQR)
- Efectividad del programa de referidos

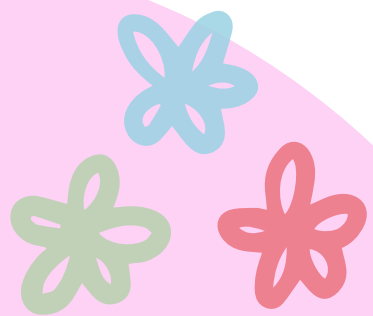


• Etapa de Awareness :

- CSAT: Después de la visita al sitio web o interacción inicial. Enviar una encuesta breve solicitando calificación sobre la experiencia de navegación y la utilidad de la información encontrada.

• Etapa de Consideración:

- CSAT: Después de asistir a una visita guiada o evento informativo. Enviar una encuesta por correo electrónico solicitando calificación sobre la visita, la claridad de la información proporcionada y la amabilidad del personal.
- CES: Después de solicitar información adicional o programar una visita. Incluir una pregunta en la encuesta sobre el esfuerzo necesario para obtener la información deseada o programar la visita.



• Etapa de Conversión :

- CSAT: Después de completar el proceso de inscripción y pago. Enviar una encuesta solicitando calificación sobre la facilidad del proceso de inscripción y la satisfacción con la información proporcionada.
- CES: Inmediatamente después de la inscripción en línea. Incluir una pregunta en la encuesta sobre el esfuerzo necesario para completar la inscripción y el pago.

• Etapa de Consideración:

- CSAT: Después de participar en una actividad o evento organizado por el jardín. Enviar una encuesta solicitando calificación sobre la satisfacción con la actividad o evento y preguntar que cambiaría para las futuras actividades o eventos con fin de tener insights
- NPS: Cada seis meses Enviar una encuesta NPS preguntando que tan probable es que los padres recomienden el jardín a otros padres.
- CES: Al finalizar el primer trimestre. Incluir una pregunta en la encuesta sobre el esfuerzo necesario para mantenerse informado sobre el progreso del niño y participar en actividades del jardín.



• MOMENTO: Después de la visita al sitio web o interacción en redes sociales.

1. ¿Qué tan satisfecho(a) está con la información proporcionada en nuestro sitio web?

- Muy insatisfecho(a) (1)
- Insatisfecho(a) (2)
- Neutral (3)
- Satisfecho(a) (4)
- Muy satisfecho(a) (5)

2. ¿Cómo calificaría la facilidad de navegación en nuestro sitio web?

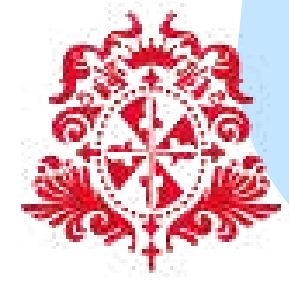
- Muy difícil (1)
- Difícil (2)
- Neutral (3)
- Fácil (4)
- Muy fácil (5)

3. ¿La información en nuestro perfil de Instagram fue útil para usted?

- Muy inútil (1)
- Inútil (2)
- Neutral (3)
- Útil (4)
- Muy útil (5)

4. ¿Qué podemos mejorar en nuestro sitio web o redes sociales?





• MOMENTO: Después de asistir a una visita guiada o evento informativo.

1. ¿Qué tan satisfecho(a) está con la información proporcionada durante la visita guiada?

- Muy insatisfecho(a) (1)
- Insatisfecho(a) (2)
- Neutral (3)
- Satisfecho(a) (4)
- Muy satisfecho(a) (5)

2. ¿Cómo calificaría la amabilidad y conocimiento del personal durante la visita?

- Muy malo (1)
- Malo (2)
- Neutral (3)
- Bueno (4)
- Muy bueno (5)

3. ¿Qué tan útiles fueron los materiales informativos proporcionados durante la visita?

- Muy inútiles (1)
- Inútiles (2)
- Neutral (3)
- Útiles (4)
- Muy útiles (5)

5. ¿Qué podríamos hacer para mejorar su experiencia durante la visita?

A+

- **MOMENTO:** Inmediatamente después de la inscripción en línea.

1. ¿Qué tan fácil fue completar el proceso de inscripción en línea?

- Muy difícil (1)
- Difícil (2)
- Neutral (3)
- Fácil (4)
- Muy fácil (5)

2. ¿Qué tan fácil fue realizar el pago de la matrícula en línea?

- Muy difícil (1)
- Difícil (2)
- Neutral (3)
- Fácil (4)
- Muy fácil (5)

3. ¿Tubo algún problema o dificultad durante el proceso de inscripción o pago? Por favor, describa.



• MOMENTO: Después de solicitar información adicional o programar una visita

1. ¿Qué tan fácil fue obtener información adicional sobre nuestro jardín infantil?

- Muy difícil (1)
- Difícil (2)
- Neutral (3)
- Fácil (4)
- Muy fácil (5)

2. ¿Qué tan fácil fue programar una visita al jardín infantil?

- Muy difícil (1)
- Difícil (2)
- Neutral (3)
- Fácil (4)
- Muy fácil (5)

3. ¿Hubo algún obstáculo en el proceso de obtención de información o programación de la visita? Por favor, describa.



- **MOMENTO: Un periodo académico después de la inscripción del niño. (3 meses)**

1. En una escala del 0 al 10, ¿Qué tan probable es que recomiende nuestro jardín infantil a otros padres?

0: Nada probable

10: Muy probable

2. ¿Cuál es la principal razón para su calificación?

Encuesta NPS: Etapa de Fidelización

- **MOMENTO: Cada seis meses.**

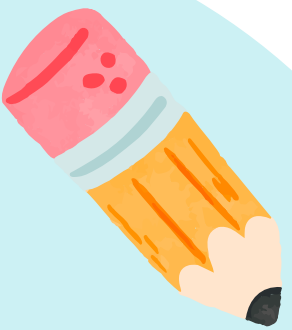
1. En una escala del 0 al 10, ¿Qué tan probable es que recomiende nuestro jardín infantil a otros padres?

0: Nada probable

10: Muy probable

2. ¿Cuál es la principal razón para su calificación?

3. ¿Hay algo que podamos hacer para mejorar su experiencia y la de su hijo en nuestro jardín infantil?



Encuesta NPS

Basado en su eperiencia, en una escala de 1 a 10, qué probabilidad hay que recomiende a Lukas Kinder Garten a un familiar/conocido?

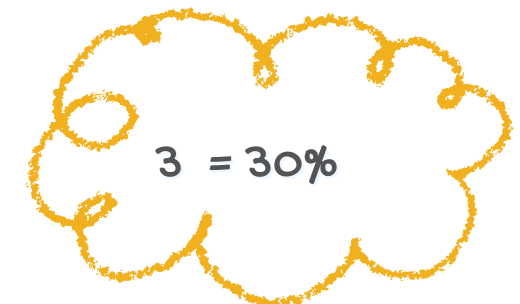
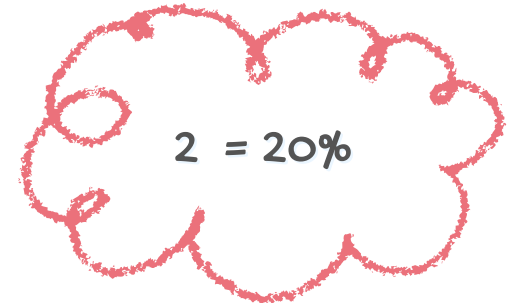
DETRACTORES



NEUTRALES



PROMOTORES



Encuestados

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1										
2										
3										
4								X		
5										
6		X								
7					X		X			
8			X							
9				X						
10	X					X			X	X

NPS: 30%
(NPS = (Promotores - Detractores) / Total de encuestados)

- Entre 75% y 100%: excelente
- Entre 50% y 74%: muy bien
- Entre 0% y 49%: razonable
- Entre -100% y -1%: malo



Encuesta de Valoración Visual

Pregunta 1:

¿Qué tan fácil fue completar el proceso de inscripción con la ayuda de nuestro asesor?

Visualización:

 Difícil

 Fácil

Pregunta 2:

¿Qué tan satisfecho(a) está con la plataforma de auto-inscripción en línea?

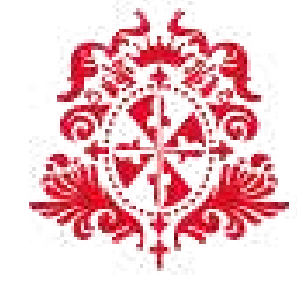
Visualización:

 Muy insatisfecho(a)

 Neutral

 Muy satisfecho(a)





1. Tiempo de Respuesta Inicial:

El tiempo que tarda nuestra asesora o secretaria quien es la encargada en responder al primer contacto de los padres, ya sea por teléfono, correo electrónico o chat en línea, es importante que el tiempo de respuesta sea rápido para brindar una buena experiencia al cliente y que de una percepción de eficiencia y atención del jardín infantil muy buena.

- **Tiempo Mínimo Esperado:** Menos de 5 minutos para consultas en línea y menos de 24 horas para consultas por correo electrónico.

2. Número de Visitas a la Página Web

El número de visitas a la página web de Lukas Kindergarten Indica el interés y la curiosidad de los padres en aprender más sobre el jardín infantil, reflejando la efectividad de los asesores en generar interés. o del personal del jardín

- **Tiempo Mínimo Esperado:** Un aumento del 15% en el número de visitas a la página web en los tres meses posteriores a la interacción con los asesores.



3. Satisfacción del Cliente:

Una métrica que mida la satisfacción de los padres después de la interacción con algún integrante del jardín como una profesora, generalmente mediante una encuesta breve, para así tener información directa sobre la calidad del servicio y la percepción de los padres.

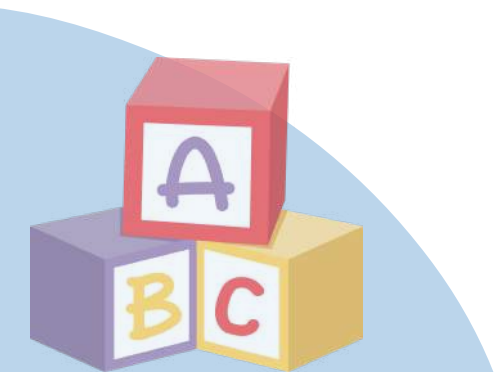
- **Tiempo Mínimo Esperado:** Encuestas enviadas inmediatamente después de la interacción, con al menos un 90% de respuestas positivas.

4. Tiempo de Resolución Total:

El tiempo total que toma resolver un problema o consulta desde el primer contacto hasta la resolución final.

Ayuda a evaluar la eficiencia general del proceso de atención y la efectividad del personal del jardín esto para temas académicos, o cualquier otra necesidad que tengan los padres con respecto a la educación de sus hijos.

- **Tiempo Mínimo Esperado:** Menos de 24 horas para consultas estándar y menos de 72 horas para problemas complejos.

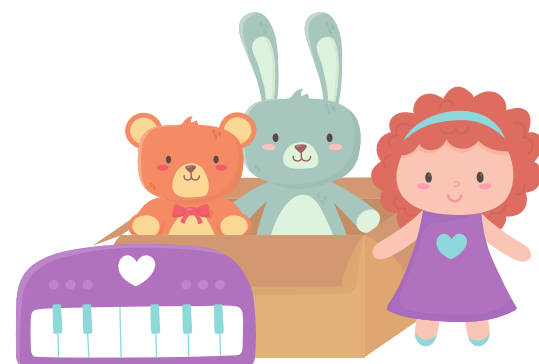
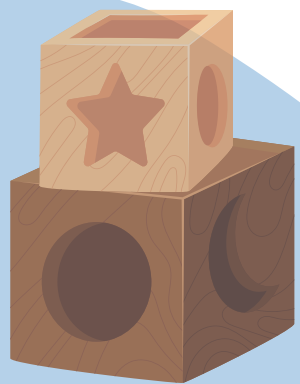




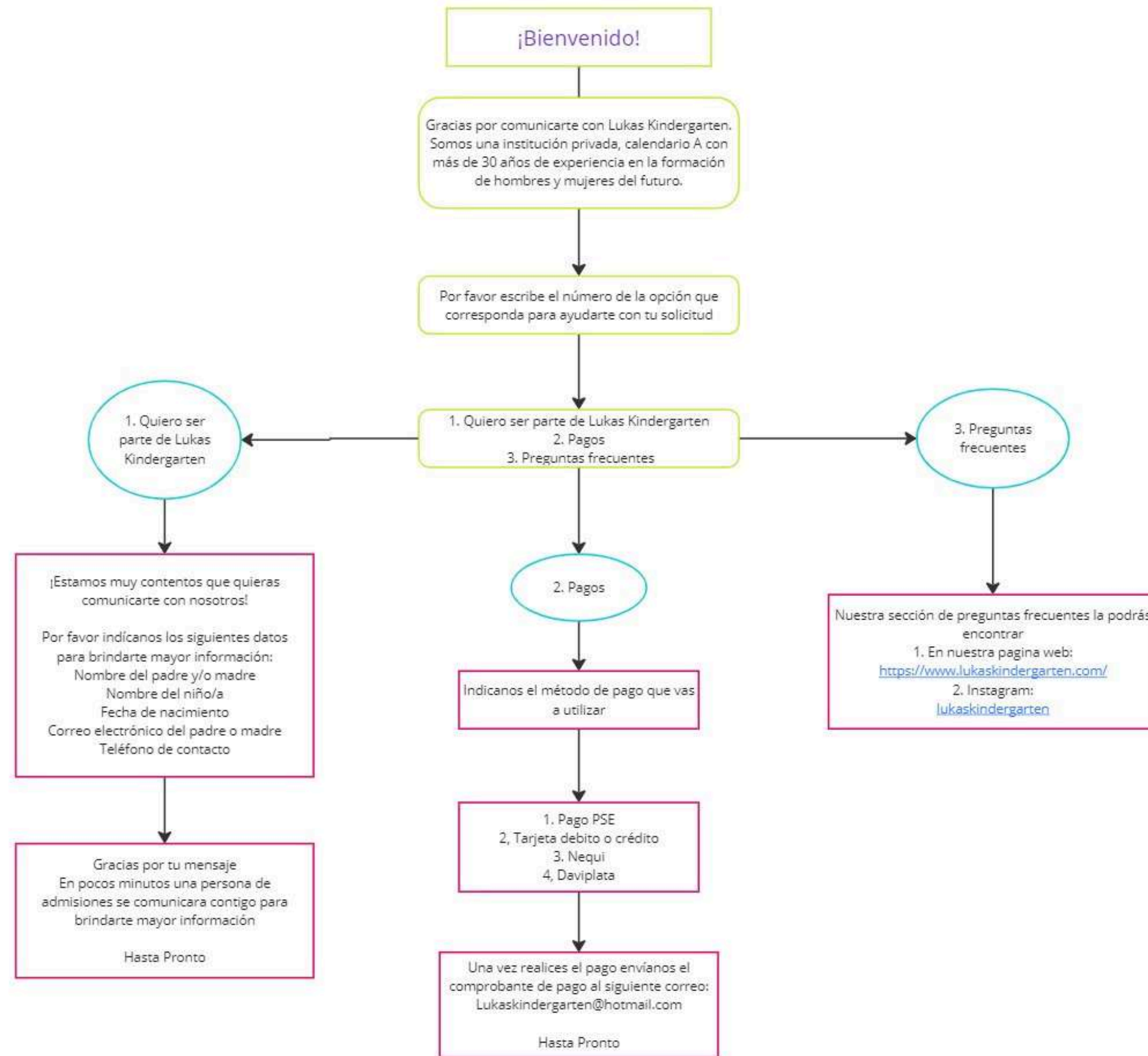
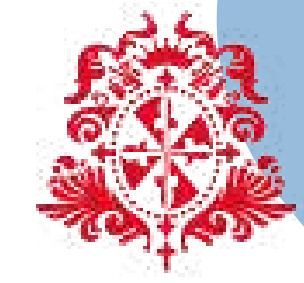
5. Visitas y Comentarios en Redes Sociales

El número de visitas y la calidad de los comentarios en las redes sociales de Lukas Kindergarten por parte de nuestros clientes es decir de los padres de familia quienes son los que nos ayudan a medir de cierto modo la satisfacción y el compromiso de los padres, y puede servir como un indicador indirecto de la calidad del servicio de atención al cliente y calidad.

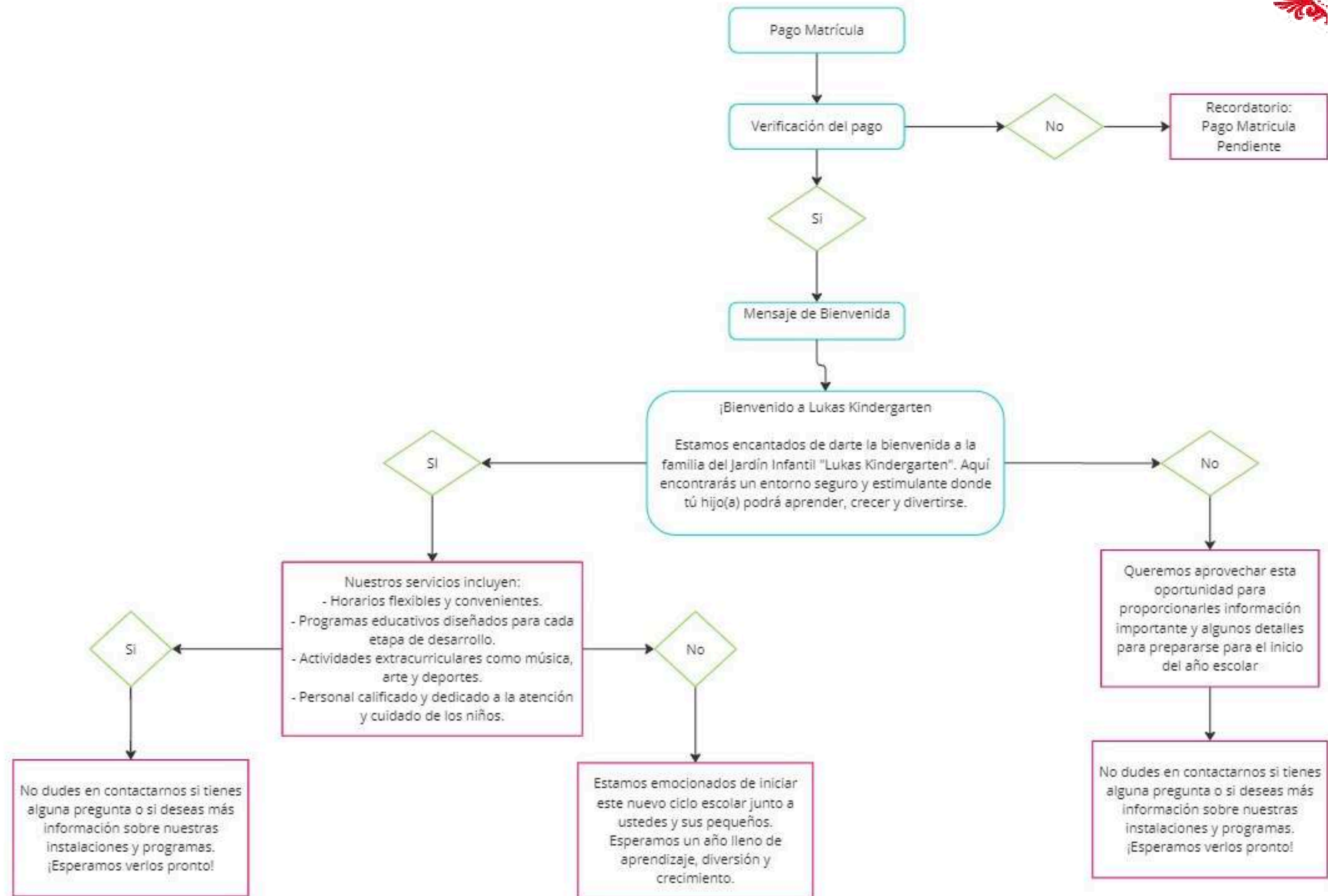
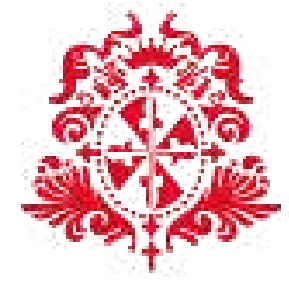
- **Tiempo Mínimo Esperado:** monitoreo continuo con un aproximado de respuesta de 1 hora

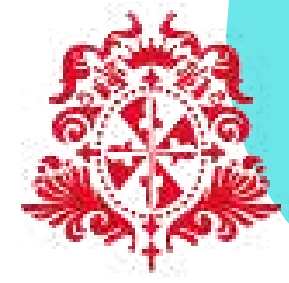


Automatización de la atención - WhatsApp



Automatización de la atención - Correo Electrónico





- ¿Cuáles son los horarios de funcionamiento del jardín infantil?

Respuesta: Nuestro horario de atención es de lunes a viernes, de 7:00 AM a 5:00 PM.

- ¿Qué edad deben tener los niños para ser admitidos en el jardín infantil?

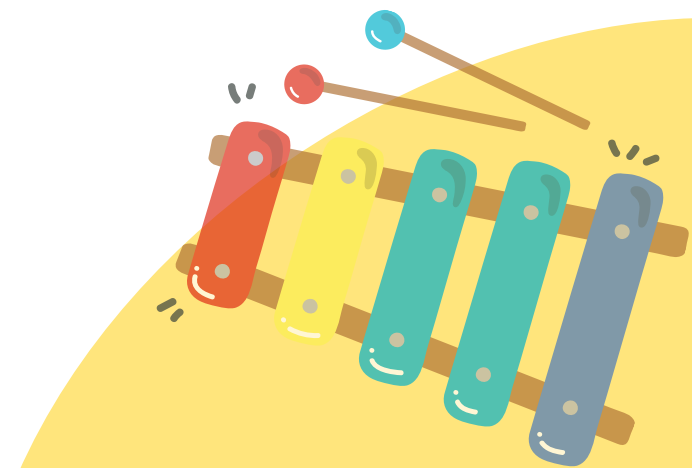
Respuesta: Aceptamos niños desde los meses hasta los 5 años de edad.

- ¿Qué programas educativos y actividades ofrecen para los niños?

Respuesta: Ofrecemos programas educativos adaptados a cada etapa de desarrollo, incluyendo actividades de estimulación temprana.

- ¿Dónde está ubicado el jardín infantil?

Respuesta: Nos encontramos ubicados en la Calle 83 A N° 22 – 25 BARRIO POLO CLUB



- **¿Cómo es el proceso de inscripción y cuáles son los costos asociados?**

Respuesta: Para inscribir a su hijo(a), debe completar un formulario de inscripción disponible en nuestra página web o en nuestras instalaciones. Para más detalles, le recomendamos contactarnos directamente.

- **¿Qué servicios adicionales ofrece el jardín?**

Respuesta: Ofrecemos servicios de alimentación con menús balanceados y adaptados a las necesidades nutricionales de los niños, vacaciones recreativas: mitad y final de año, asesorías de tareas, Acompañamiento terapéutico familiar, Fonoaudiología-



Preguntas Frecuentes



Para la página web del jardín se implementará una nueva sección que corresponderá a las preguntas frecuentes con sus respectivas respuestas. Fuente: (LukasKindergarten, 2024)

En el caso del perfil de Instagram, se implementará una sección en historias destacadas la cual corresponderá a las preguntas frecuentes. (@lukaskindergarten, 2024)



lukaskindergarten

Siguiendo ▾

Enviar mensaje



33 publicaciones

76 seguidores

53 seguidos

Lukas Kindergarten

Educación

¡Bienvenido a un mundo de aprendizaje excepcional!

Calle 83a 22 25, Bogotá, Colombia

www.lukaskindergarten.com



Matriculas



Actividades



Lonchera



Días especiales





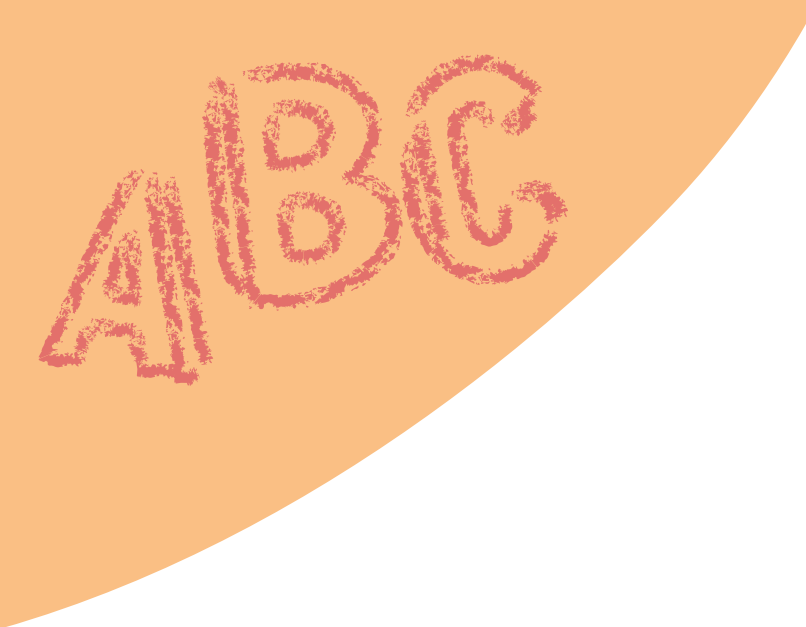
- **Programa de recompensas por recomendaciones**

“punticos lukas” el objetivo de este programa es incentivar a los padres a recomendar Lukas Kindergarten a otros padres. Los padres ganan puntos por cada nueva familia que inscriba a su hijo, estos puntos se podrán canjear en descuentos de matriculo, material o actividades extracurriculares.

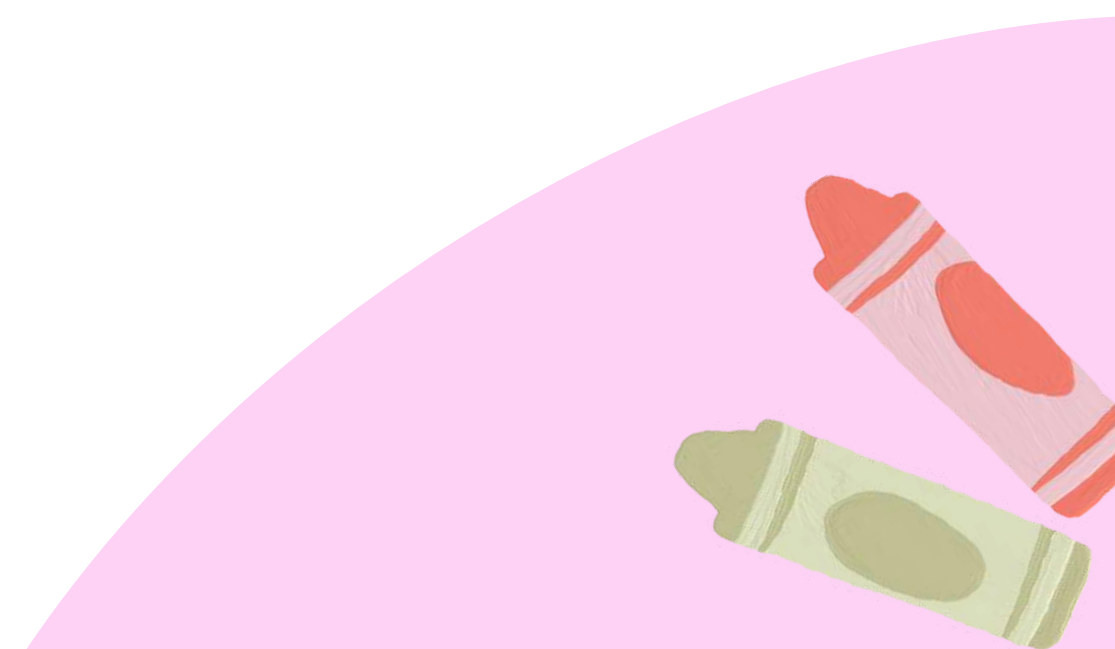
- **Fraternidad de padres:**

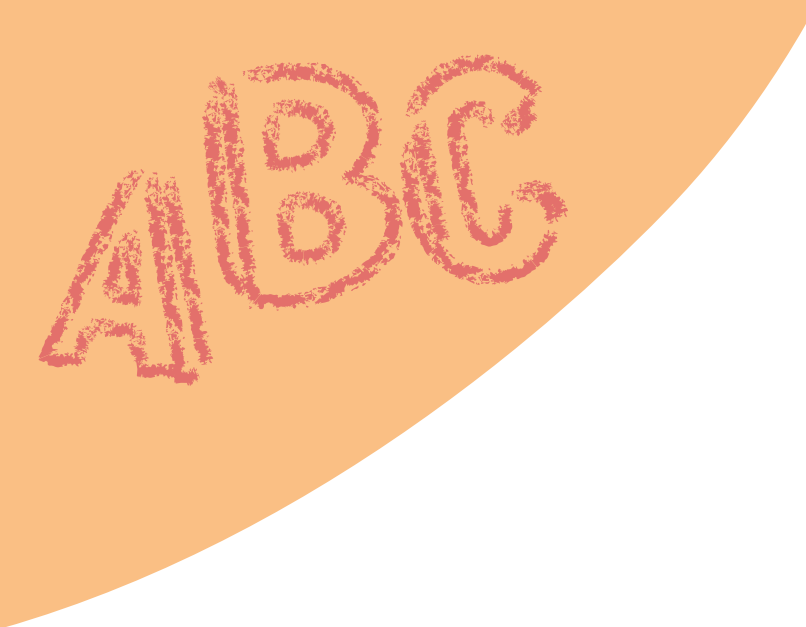
La idea de esta fraternidad es proporcionar un programa continuo de aprendizaje y apoyo para los padres, donde hayan cursos interactivos con temas de valor no solo para la educación de sus hijos sino para ellos como padres, red de apoyo en donde se hagan distintas actividades de integración y se pueda crear esa comunidad de padres que pueden hablar de cualquier tema y hacer cualquier actividad.



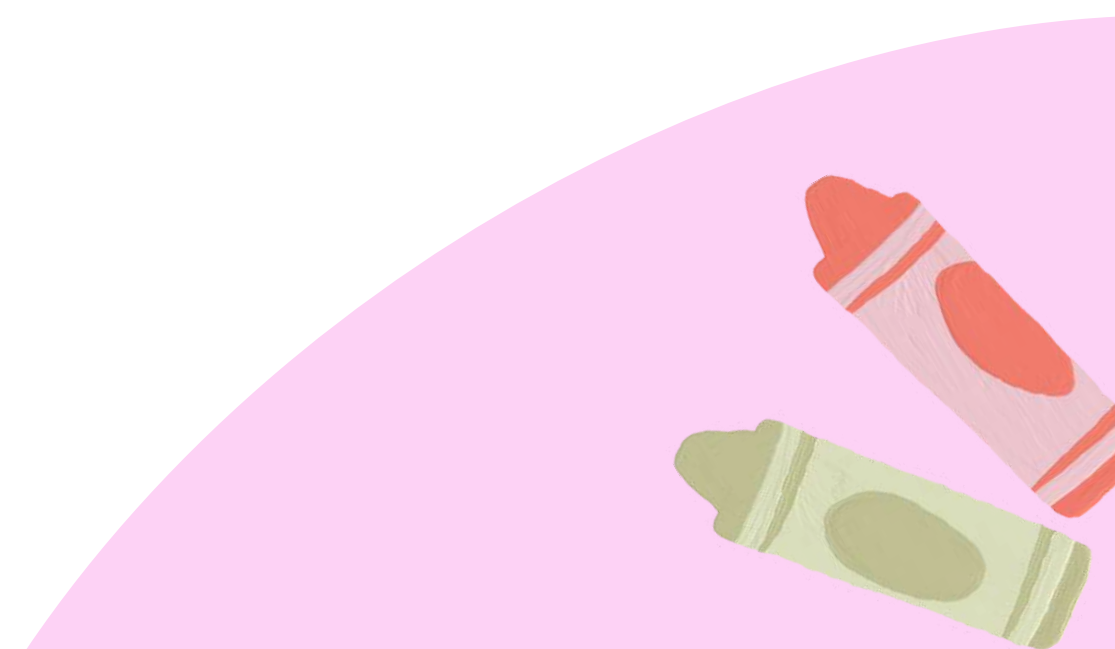


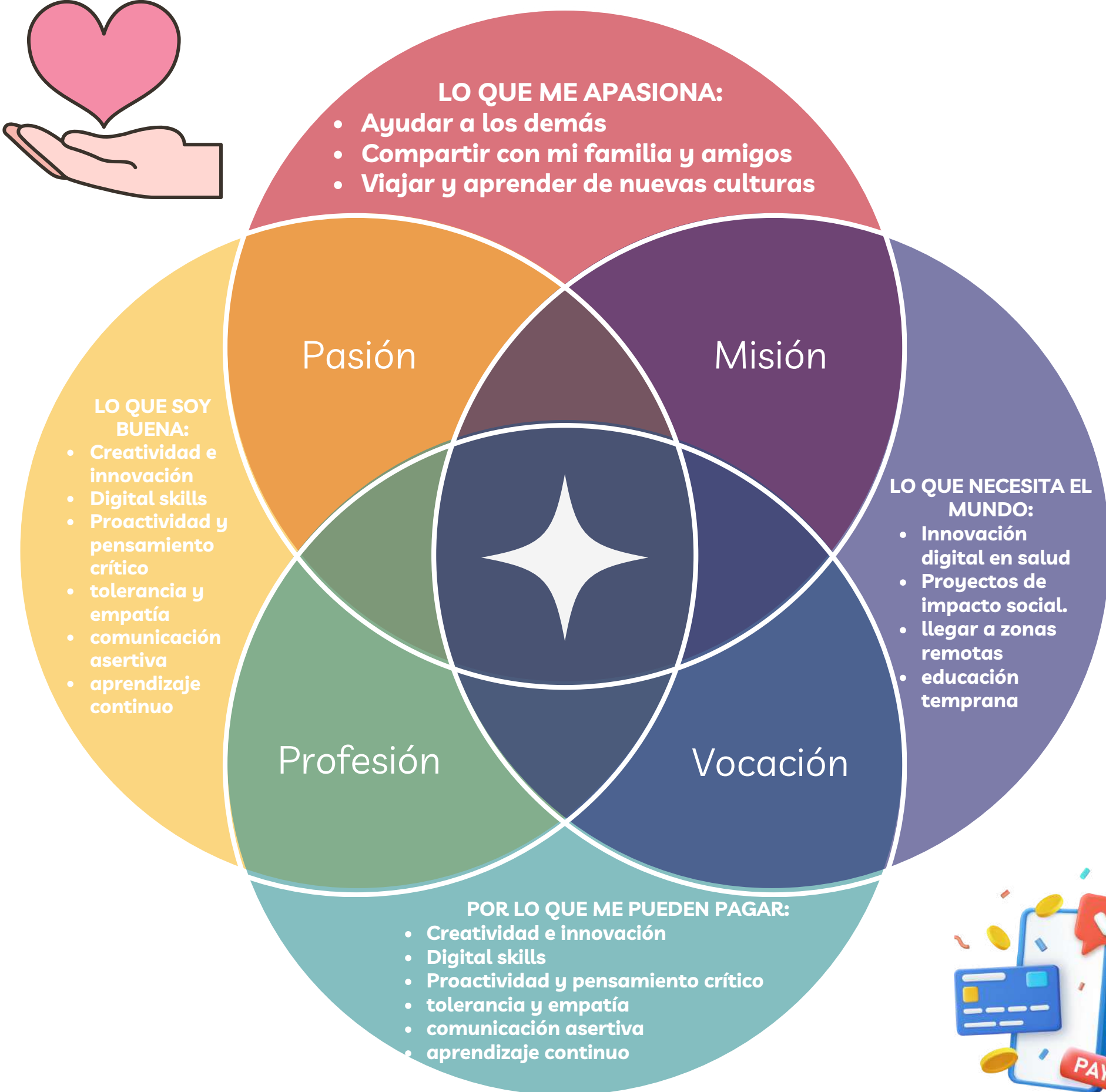
E-COMMERCE





ETAPA I







LO QUE ME APACIONA

Me gusta ayudar a los demás, siento que esto me apasiona y lo que hago siempre intento impactar a las personas, con mi trabajo hoy en día me doy cuenta como en cierta medida lo que hago impacta de manera indirecta o directa a los pacientes que tienen alguna comorbilidad. Por otro lado me gusta estar con mi familia y amigos disfruto mucho compartir con las personas que quiero valoro mucho las "conexiones" o amistades por lo cual me gusta conocer personas y el trabajo en equipo. Por último me gustaría destacar mi gusto por viajar y aprender de nuevas culturas al trabajar en una multinacional he podido conocer personas de muchas partes del mundo lo que me ha permitido explorar el mundo de manera

EN LO QUE SOY BUENA

Me considero buena en tener creatividad con mi trabajo en los diferentes proyectos que he tenido siempre tengo que innovar y ser creativa con ideas que puedan ser de impacto y lleguen a nuestros públicos como lo son pacientes y profesionales de la salud, en la era digital que nos encontramos me he dado cuenta que mis digital skills han tenido gran impacto y me han abierto muchas puertas, adicional a esto todas mis habilidades de marketing han ayudado en mi toma de decisiones y que la gente también reconozca todo lo que hago, mi proactividad y pensamiento crítico me ha llevado a ser tenida en cuenta para muchos proyectos que son de impacto y requieren de toma de decisiones basada en datos o bien informadas. por otro lado, destaco mi tolerancia y empatía no solo en ámbitos laborales sino personales, soy tía y siempre intento ser lo más cercana a mis sobrinas en su parte educativa como integral teniendo una comunicación asertiva dando consejos pues ven en mí una persona cercana, me gusta mantenerme a la vanguardia de muchas cosas y me gusta aprender siempre teniendo un aprendizaje continuo, esta es una de las razones por las que decidí comenzar mi especialización

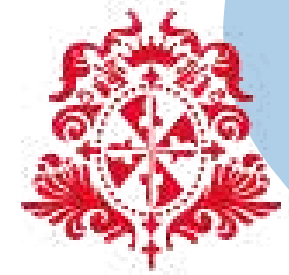
POR LO QUE ME PUEDEN PAGAR

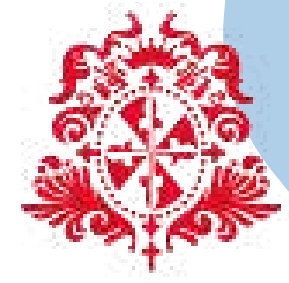
En lo que llevo de mi vida laboral siempre he querido que tenga relación con lo que quiero a futuro y me he esforzado por lograrlo, actualmente me encuentro trabajando como digital specialist en AstraZeneca lo cual me pone en una posición con mucho potencial alineada a todo lo que he mencionado anteriormente, sin embargo sé que aún me falta mucho por crecer pero tengo claro que quiero continuar en la industria y que como compañía sé que puedo desempeñarme y explotar todas mis capacidades un ejemplo claro es la innovación digital en salud a la que quiere llegar la empresa y que sin duda mi rol ayudara a que este proyecto salga, por otro lado estoy trabajando en proyectos de comunicación y educación en salud pues es lo importante que es consientizar tanto a los pacientes como a los médicos de las enfermedades, por otro lado los proyectos que para mí son los de más impacto que son los de impacto social en zonas remotas y educación temprana de niños

LO QUE NECESITA EL MUNDO

En lo que llevo de mi vida laboral siempre he querido que tenga relación con lo que quiero a futuro y me he esforzado por lograrlo, actualmente me encuentro trabajando como digital specialist en AstraZeneca lo cual me pone en una posición con mucho potencial alineada a todo lo que he mencionado anteriormente, sin embargo sé que aún me falta mucho por crecer pero tengo claro que quiero continuar en la industria y que como compañía sé que puedo desempeñarme y explotar todas mis capacidades un ejemplo claro es la innovación digital en salud a la que quiere llegar la empresa y que sin duda mi rol ayudara a que este proyecto salga, por otro lado estoy trabajando en proyectos de comunicación y educación en salud pues es lo importante que es consientizar tanto a los pacientes como a los médicos de las enfermedades, por otro lado los proyectos que para mí son los de más impacto que son los de impacto social en zonas remotas y educación temprana de niños







Análisis Laura Martinez

Con Lukas Kindergarten y mi ikigai puedo ver una relación muy alineada puesto que uno de mis pilares esta en ayudar a las personas e intentar aportar al mundo, con la educación temprana se que se puede iniciar a cumplir este propósito pues en un jardín infantil como lo es Lukas puedo ver la importancia de educar a niños desde la temprana edad, la importancia de una buena educación desde la primera infancia lo es todo pues estas son las bases que necesitan los niños para crecer en una sociedad que lo primero que necesita es educación, el proyecto de Lukas me ha llevado a explotar todos mis conocimientos al máximo pues siento que todo lo que he aprendido a lo largo de mi carrera o vida profesional he podido poner en práctica y que todo esto será usado para lograr que Lukas Kindergarten pueda llegar a ser muy competitivo en comparación con otros jardines que ya están muy bien posicionados en el marketing tanto de la parte digital como tradicional.

Análisis Laura Riveros

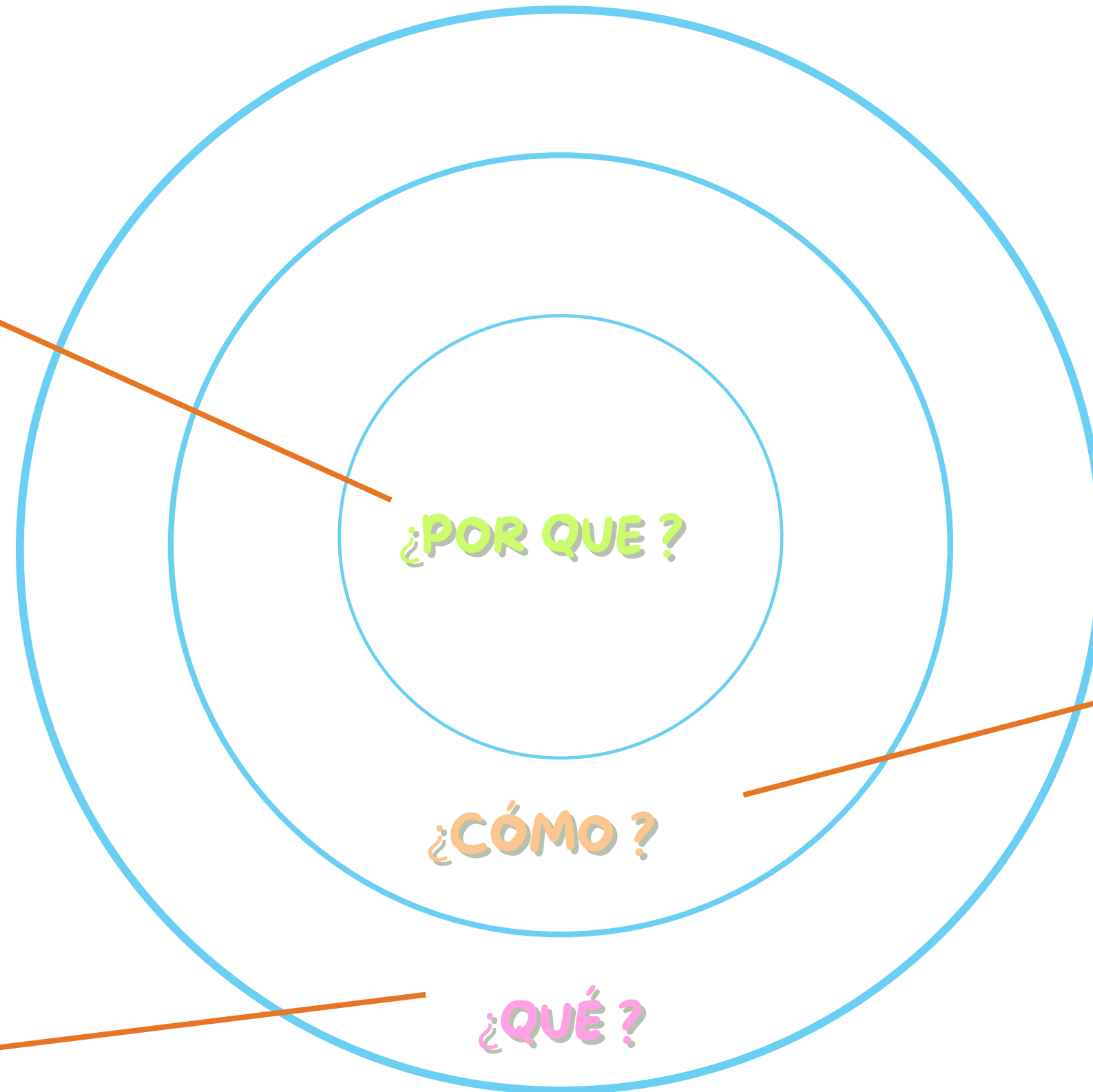
Con mi Ikigai puedo evidenciar una coincidencia mas exacta a los principales objetivos que tiene el jardin , esto relacionado al bienestar de las personas y en especial de los niños en edades tempranas , esto para darle una mayor importancia al optimo desarrollo de habilidades emocionales y sociales que les ayudaran a convertirse en personas de bien. Siendo Lukas kindergarten una empresa familiar logre tener un mayor entendimiento que uno de los pilares fundamentales en la vida de un niño es la familia y es por esto que Lukas se a convertido en una isntitucion que se preocupa por el binestar de cada niño involucrando a los padres en cada etapa del desarrollo educativo de sus hijos. Entendiendo uno de los principales proposito del jardin y el porque siguen despues de tantos años, pude centrar mis objetivos y desarrollar mis capacidades para poder aportar nuevas estrategias que seran de gran valor para que el jardin infantil Lukas kindergarten tenga un mayor posicionamiento y con esto un mayor diferencial frente a la competencia.





Queremos ser la fuente de inspiración de los niños para que puedan descubrir y desarrollar su potencial frente a la creatividad, valores, curiosidad y la interacción social en un entorno seguro y enriquecedor. Con ello queremos formar a nuestros hombres y mujeres del futuro con una excelente calidad personal y académica, preparados para afrontar el reto de ingresar al "colegio grande", libres de temores, capaces de liderar procesos de cambio en la familia y en la sociedad, alegres y afectivos, seguros de si mismos.

Ofrecemos programas educativos de alta calidad con actividades que incluyen arte, música, ciencia, desarrollo del lenguaje y habilidades sociales, todo en un ambiente acogedor y seguro que genera tranquilidad a los padres



Fomentamos el aprendizaje por medio del juego, utilizando métodos de enseñanza enfocados en la exploración y la experimentación. Creemos en el aprendizaje personalizado, atendiendo a las necesidades individuales de cada niño y promoviendo un sentido de comunidad y cooperación con los padres de familia.



En Lukas Kindergarten, creemos que la felicidad es el motor más poderoso para el desarrollo de los niños. Pero, ¿qué pasa cuando esa felicidad no tiene dirección? Imaginen que la vida de su hijo es como un río, el río es libre corre rápido y sin preocupaciones en cierto modo "disfrutando de su libertad" Esa es la felicidad sin límites. En cambio, cuando el río tiene puentes y direcciones que lo guíen puede evitarse que se desborde, que se pierda e incluso que un cauce su detención, así puede llegar más lejos, con más fuerza y, sobre todo, con un propósito.



VS



Aquí, en Lukas Kindergarten, enseñamos a nuestros pequeños a ser felices dentro de un marco de valores y disciplina. Porque sabemos que la verdadera felicidad no es solo correr sin rumbo, sino avanzar hacia un objetivo. Les enseñamos a disfrutar de la libertad de ser niños, pero también a entender los límites que los ayudarán a crecer seguros, responsables y respetuosos.

Imagina a tu hijo riendo, aprendiendo y jugando, pero también entendiendo cuándo es el momento de parar, cuándo es el momento de compartir, cuándo es el momento de escuchar. Esa es la felicidad con límites. Es un equilibrio perfecto que les permitirá navegar por la vida con confianza y con la capacidad de disfrutar de su propia felicidad sin invadir la de los demás.

Porque en Lukas Kindergarten, no solo educamos, formamos hombres y mujeres del futuro.



Alimentación



En el jardín infantil no solo nos enfocamos en proporcionar comidas saludables sino también en ser el apoyo frente al desarrollo de las habilidades de independencia y autonomía en los niños. Creemos que la hora de comer es un momento fundamental para el aprendizaje y la socialización. **\$270.000**

Vacaciones recreativas



Nuestras vacaciones recreativas están diseñadas para ofrecer a los niños una experiencia educativa, divertida y enriquecedora, esto durante los momentos de vacaciones escolares. Nuestros programas de vacaciones manejan todo tipo de juegos, actividades creativas y aprendizaje, proporcionando así un ambiente seguro y estimulante donde los niños puedan explorar, descubrir y desarrollar nuevas habilidades. **\$690.000**

Acompañamiento terapéutico Familiar



En nuestro jardín infantil, creemos que el bienestar de los niños está relacionado con el bienestar de sus familias. Por esto, ofrecemos este servicio de acompañamiento terapéutico familiar que brinda apoyo y orientación a las familias, ayudándolas a enfrentar los mayores desafíos del día a día y con ello fortalecer sus vínculos. **\$100.000**

Asesoría de Tareas



Entendemos que el apoyo en las tareas escolares es un aspecto fundamental para el éxito académico y el desarrollo de hábitos de estudio más efectivos. Por ello, brindamos el servicio de asesoría de tareas que está diseñado para ayudar a los niños a elaborar sus trabajos escolares de una forma más organizada y comprensiva, mientras fomentamos la confianza en sí mismos y su propia autonomía. **\$200.000**

Fonoaudiología

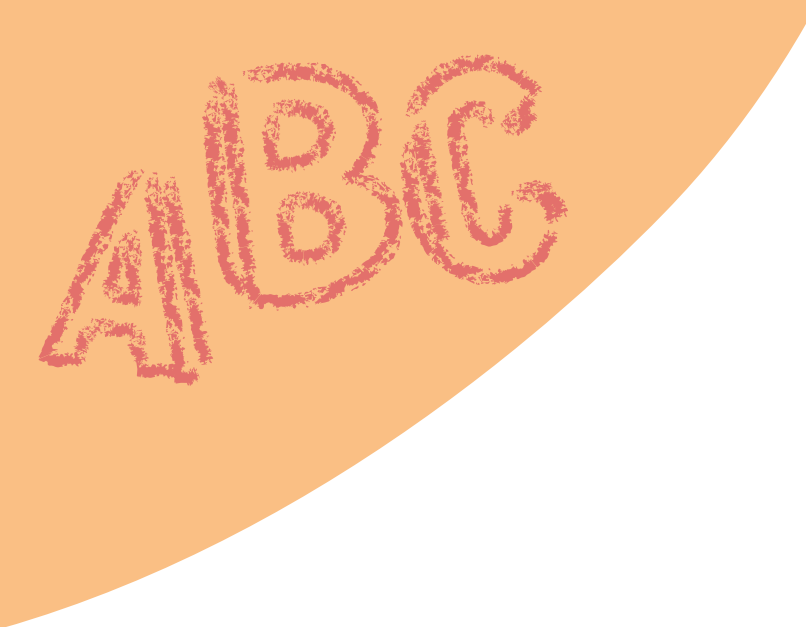


Ofrecemos un servicio especializado de fonoaudiología para apoyar el desarrollo del lenguaje, la comunicación y la pronunciación de los niños. Entendemos que una comunicación efectiva es de gran importancia para el aprendizaje y la interacción social, por lo que ofrecemos una atención integral para asegurar que cada niño pueda expresarse con confianza y claridad. **\$100.000**

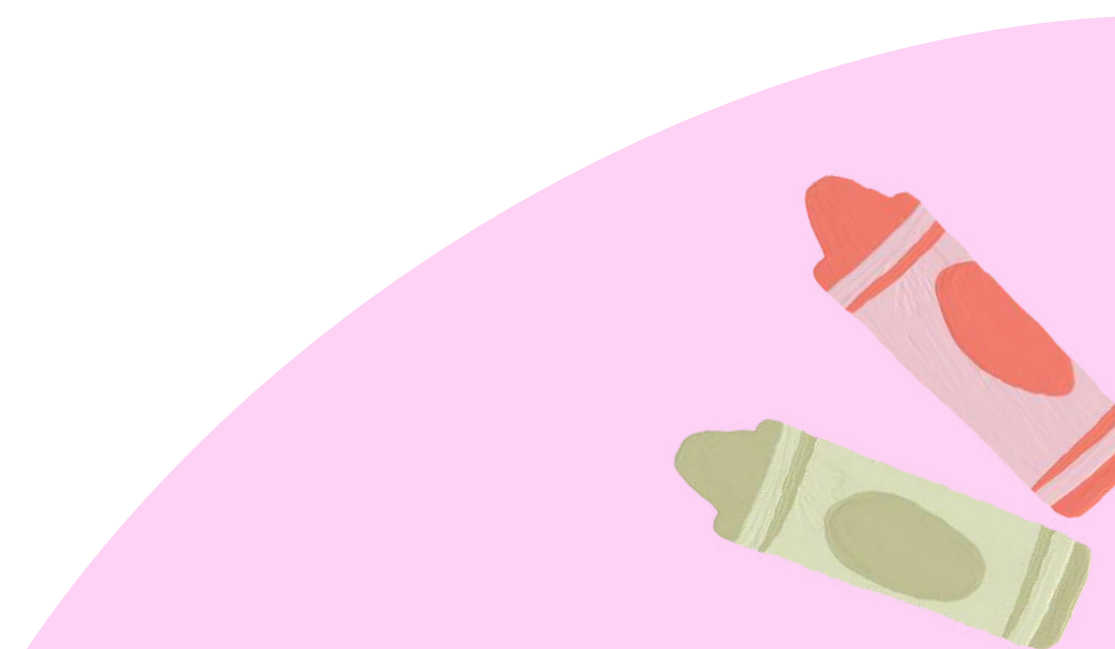
Horarios Flexibles



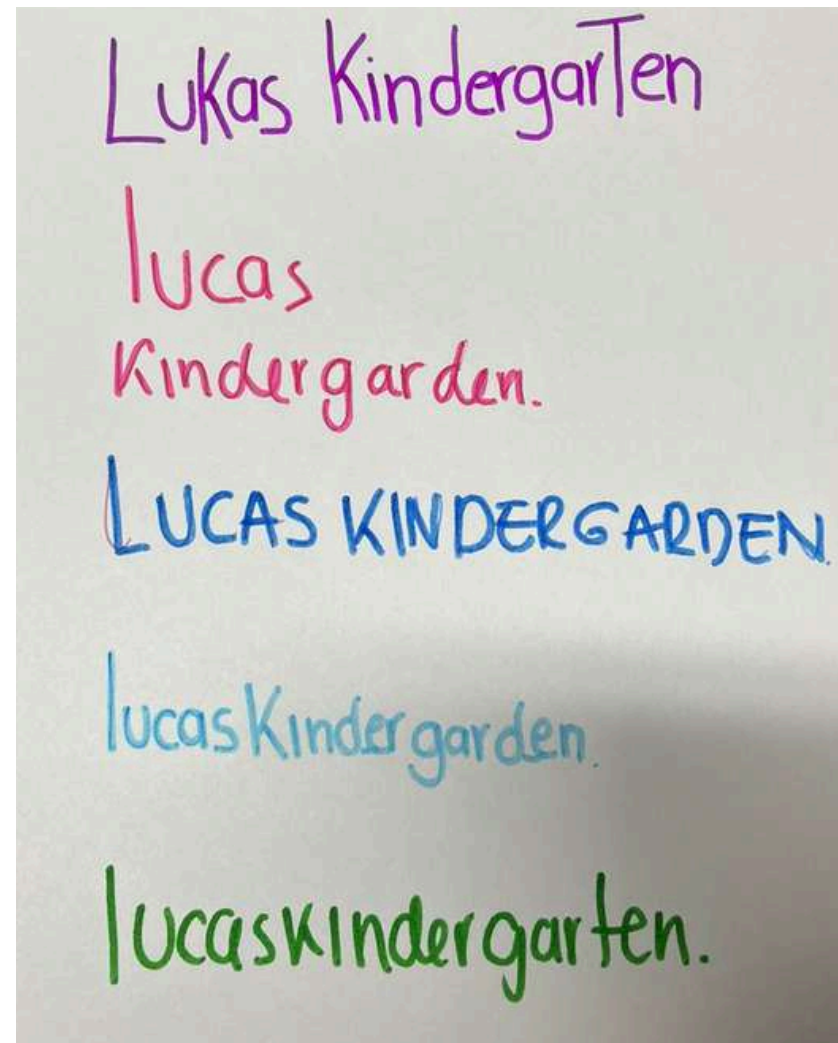
Entendemos que cada familia tiene necesidades y horarios distintos. Es por eso que ofrecemos horarios flexibles que se adaptan a las rutinas y compromisos de los padres, asegurando que sus hijos reciban el cuidado y la educación que necesitan.



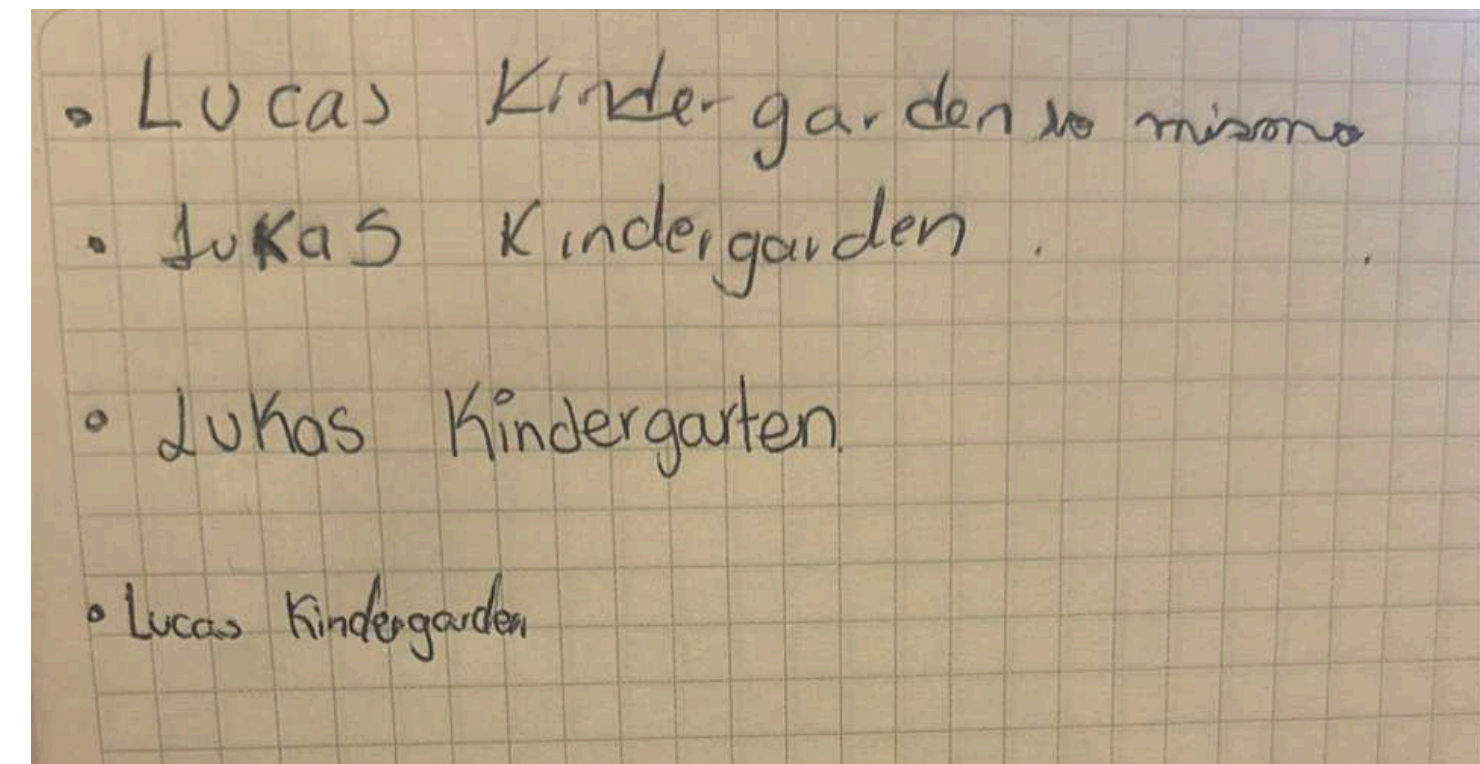
ETAPE 2



• Escenario 1



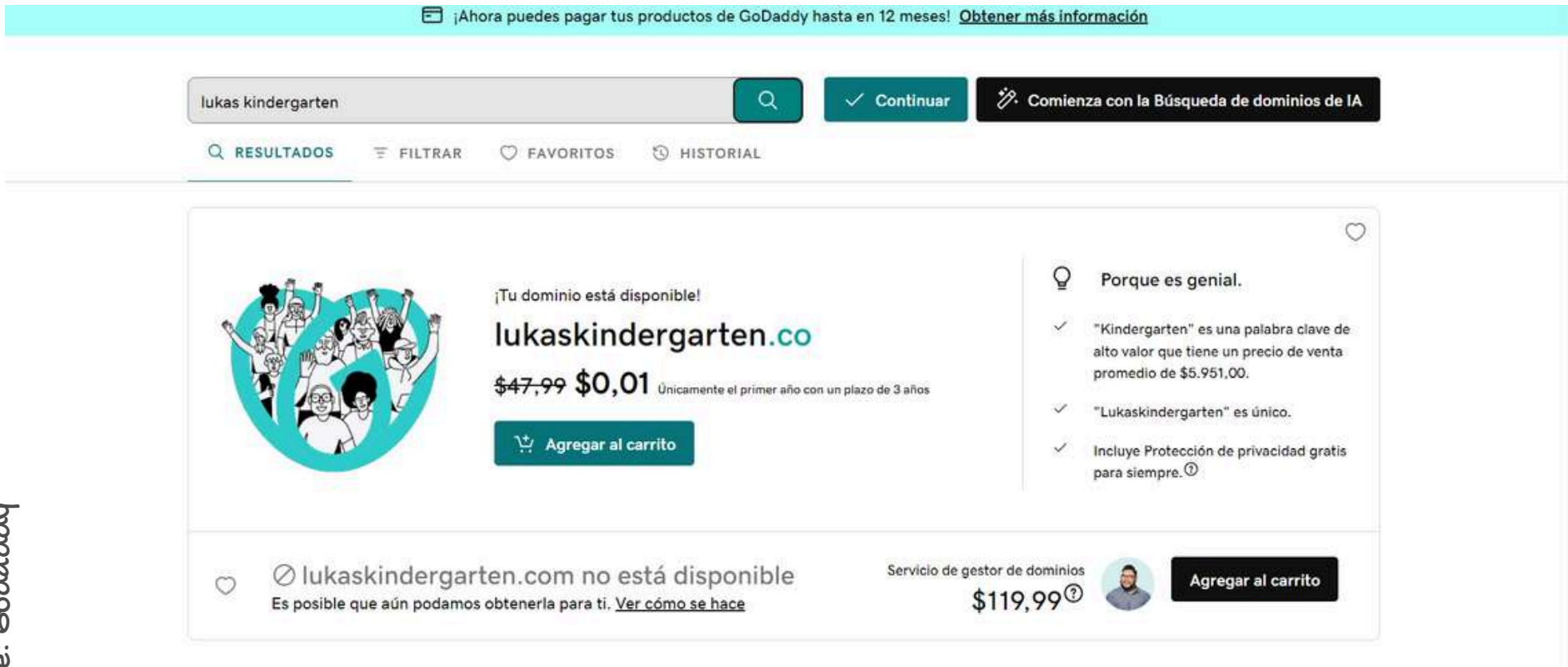
• Escenario 2



Se quiso hacer la prueba con nuestro grupo objetivo "padres de familia" en donde ellos escribían el nombre del jardín como evidencian las imágenes se logra evidenciar que muy pocos lograron escribir el nombre correctamente, por otro lado pudimos ver que la manera en que más comúnmente lo escribían era "Lucas Kindergarten" lo cual nos da una guía pues podríamos hacer uso del dominio con este nombre para que el tráfico que escriba incorrectamente el nombre también pueda llegar a la página sin ningún problema. Finalmente también quisimos hacer el experimento con los niños pues es importante que ellos tengan en cierto sentido presente la marca y sepan escribir el nombre de su jardín esto también ayudaría a impulsar la marca pues si los niños reconocen su jardín podrá transmitir a las demás personas la forma en la que se identifican todos como comunidad.

- **Godaddy**

- **Hostinger**



¡Ahora puedes pagar tus productos de GoDaddy hasta en 12 meses! [Obtener más información](#)

lukaskindergarten

RESULTADOS FILTRAR FAVORITOS HISTORIAL

¡Tu dominio está disponible!

lukaskindergarten.co

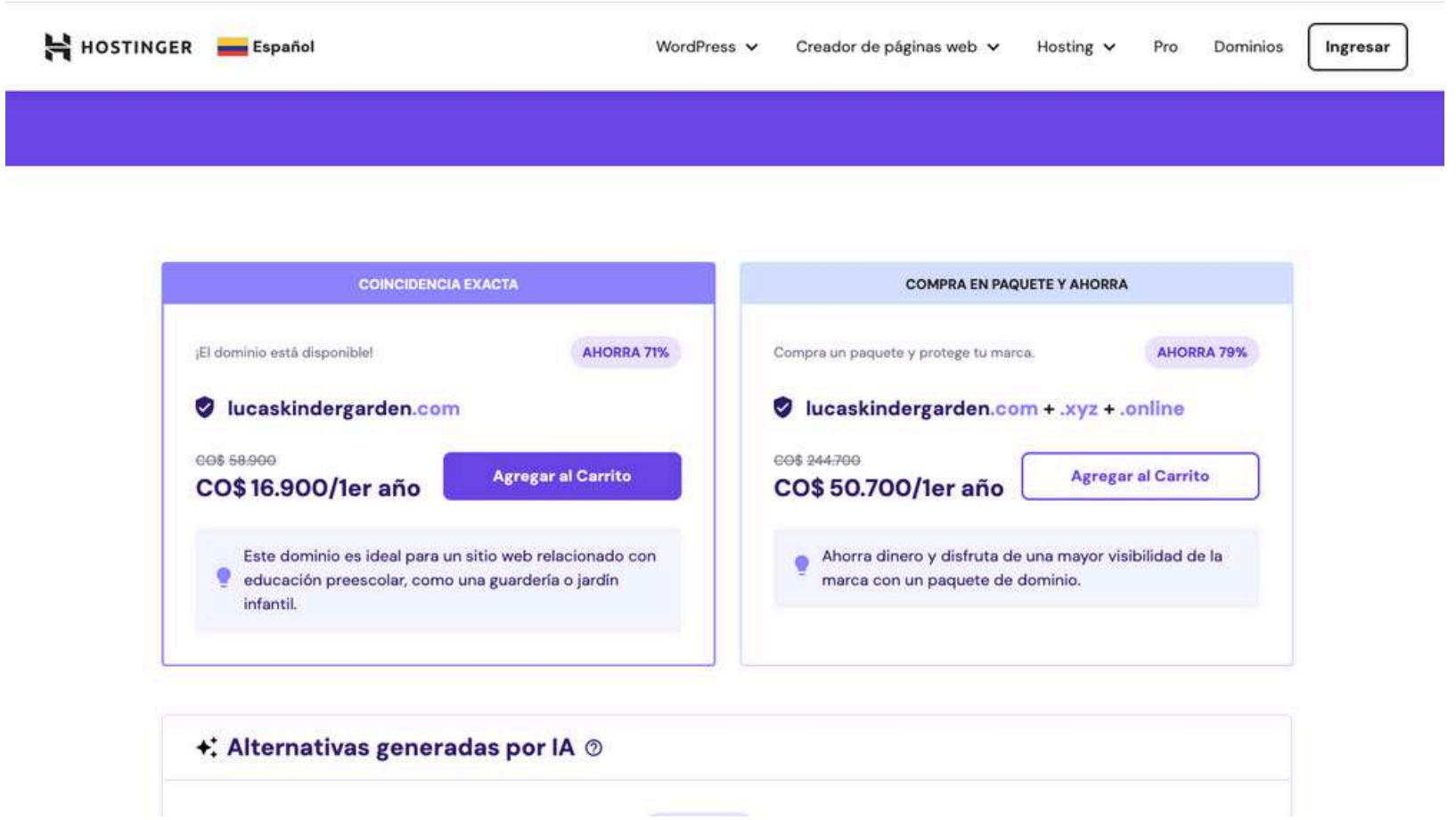
~~\$47,99~~ **\$0,01** Únicamente el primer año con un plazo de 3 años

Porque es genial.

- ✓ "Kindergarten" es una palabra clave de alto valor que tiene un precio de venta promedio de \$5.951,00.
- ✓ "Lukaskindergarten" es único.
- ✓ Incluye Protección de privacidad gratis para siempre.

lukaskindergarten.com no está disponible
Es posible que aún podamos obtenerla para ti. [Ver cómo se hace](#)

Servicio de gestor de dominios **\$119,99**



HOSTINGER Español WordPress Creador de páginas web Hosting Pro Dominios

COINCIDENCIA EXACTA

¡El dominio está disponible! **AHORRA 71%**

✓ **lucaskindergarten.com**

CO\$ 59.900 **CO\$ 16.900/1er año**

Este dominio es ideal para un sitio web relacionado con educación preescolar, como una guardería o jardín infantil.

COMPRA EN PAQUETE Y AHORRA

Compra un paquete y protege tu marca. **AHORRA 79%**

✓ **lucaskindergarten.com + .xyz + .online**

CO\$ 244.700 **CO\$ 50.700/1er año**

Ahorra dinero y disfruta de una mayor visibilidad de la marca con un paquete de dominio.

Alternativas generadas por IA

Fuente: godaddy

Fuente: hostinger

Validando el dominio de lukaskindergarten.com no se encuentra disponible ya que como hemos mencionado a lo largo del trabajo el jardín ya cuenta con una pagina web y un dominio propio que les pertenece. Ahora queremos evaluar la opcion de poner "lucaskindergarten.com" que como se evidencia en las fotografias aun esta disponible, la oportunidad que vemos con comprar este dominio nos ayudaria a que las personas que escriban de esta manera el dominio no sean un posible cliente y podamos perderlo por el simple hecho que no saben escribir el nombre de manera correcta.





• Fraternidad de Padres Lukas

lukas kindergarten - fraternidad de padres

RESULTADOS FILTRAR FAVORITOS HISTORIAL

- * Fraternidad Padres Lukas**
fraternidadpadreslukas.com \$0,01 ~~\$21,99~~
Únicamente el primer año con un plazo de 3 años
- * Fraternity Lukas Legacy**
fraternitylukaslegacy.com \$0,01 ~~\$21,99~~
Únicamente el primer año con un plazo de 3 años
- * Fraternity Of Lukas Parents**
fraternityoflukasparents.com \$0,01 ~~\$21,99~~
Únicamente el primer año con un plazo de 3 años

Contáctanos

• Familia Lukas

¡Ahora puedes pagar tus productos de GoDaddy hasta en 12 meses! [Obtener más información](#)

familialukas.com

RESULTADOS FILTRAR FAVORITOS HISTORIAL

Los dominios incluyen Protección de privacidad gratis para siempre.

- COINCIDENCIA EXACTA**
familialukas.com \$0,01 ~~\$21,99~~
Únicamente el primer año con un plazo de 3 años
Agregar al carrito
Porque es genial: "Familia" es una palabra clave de alto valor que tiene un precio de venta promedio de \$6.733,00.
- HAZ UN PAQUETE Y AHORRA 86%**
familialukas .store + .org + .net + .xyz \$20,57 ~~\$149,96~~
por el primer año
Obtener Paquete
Porque es genial: Protege tu negocio de imitadores registrando estas terminaciones populares: STORE, ORG, NET, XYZ.

Contáctanos

El crear una fraternidad de padres que va mas alla de crear experiencias que puedan compartir, queremos que el dominio tenga la palabra "Familia" pues puede transmitir la comunidad unida el y el apoyo entre los padres, lo que es un aspecto único de Lukas Kindergarten, adicional esto genera una conexion emocional que resuena con lo padres que valoran un entorno de apoyo y colaboración, queremos que tenga el nombre del jardin para que tambien sea destacado como identificacion de nuestra marca. En cuanto a contenido este espacio que estara en el sitio web donde los padres pueden interactuar, compartir experiencias y acceder a recursos y eventos de la comunidad, compartir iniciativas de la fraternidad donde se promueva las actividades la participacion etc.

Fuente: Godaddy

• Aventuras Lukas

¡Ahora puedes pagar tus productos de GoDaddy hasta en 12 meses! [Obtener más información](#)

Aventurasenlukas.com

RESULTADOS FILTRAR FAVORITOS HISTORIAL

Los dominios incluyen Protección de privacidad gratis para siempre. ⓘ

COINCIDENCIA EXACTA

aventurasenlukas.com

\$ 0,01 ~~\$ 21,99~~

Únicamente el primer año con un plazo de 3 años ⓘ

💡 Porque es genial: Utiliza la extensión .com.

HAZ UN PAQUETE Y AHORRA 86%

aventurasenlukas + + +

\$ 20,57 ~~\$ 149,96~~

por el primer año ⓘ

💡 Porque es genial: Protege tu negocio de imitadores registrando estas terminaciones populares: STORE, ORG, NET, XYZ.

Con este dominio queremos transmitir con la palabra "aventura" el ambiente divertido y explorativo, lo cual puede ser atractivo para los padres que buscan un entorno estimulante para sus hijos, es fácil de recortar y puede generar algún impacto en los padres puesto que puede transmitir emoción lo cual puede atraer tanto a niños como a padres. Por otro lado, el incluir el nombre del jardín "Lukas" nos ayuda a tener una identificación de la marca. En cuanto al contenido que se generaría en este espacio sería destacar las actividades y experiencias únicas que ofrece el jardín logrando posicionarlo como un lugar de aprendizaje a través de la aventura, lo cual puede captar la atención de padres que buscan un lugar con enfoque educativo diferente al convencional.

GOV.CO

Superintendencia de
Industria y Comercio

Comercio,
Industria y Turismo

[INICIO](#) > Buscar Signos Distintivos

Introduzca el número de expediente de la solicitud para realizar una búsqueda simple.
Para una búsqueda más detallada, seleccione **Búsqueda Avanzada** y estarán disponibles más criterios de búsqueda.

- Criterio de búsqueda

Número de expediente

Certificado de Registro N°

Denominación

Puede utilizar como comodín los caracteres (*) y (?) para ampliar su búsqueda.

Utilice AND para realizar búsquedas por combinación de palabras. Por ejemplo: LIMÓN AND VERDE o QUESO AND LECHE AND CHOCOLATE. Recuerde incluir el operador AND entre cada palabra que desea combinar.

Utilice OR para realizar búsquedas con alguno de los términos utilizados. Por ejemplo la búsqueda LIMÓN OR VERDE mostrará resultados que contengan la expresión LIMÓN o la expresión VERDE. Recuerde incluir el operador OR entre cada palabra que desea buscar.

Utilice comillas para realizar búsquedas de expresiones exactas. Por ejemplo: "LIMÓN VERDE" mostrará como resultado LIMÓN VERDE únicamente.

Utilice asteriscos ** para obtener resultados que contengan los términos buscados así se encuentren incluidos o acompañados de otras palabras. Por ejemplo la búsqueda *QUESO* mostrará resultados como: reyqueso; deliqueso; quesopresa; quesos.

Tipo de solicitud

Tipo de Signo

Naturaleza

Estado(s)

Ok

Cerrar

Tenga en cuenta
Su búsqueda no produjo resultados.

Para el caso del Jardín Infantil Lukas Kindergarten pudimos evidenciar que este no se encuentra registrado, siendo así un gran problema puesto que se podría generar la creación de marcas idénticas o similares rompiendo con la trascendencia que lleva el jardín en tanto tiempo. La persona que tiene el registro de su marca, puede instaurar una acción de infracción de marca contra cualquier competidor que esté usando una marca idéntica o similar a su marca registrada. En el caso del jardín este deberá estar registrado en la clase 41 que comprende los servicios que consisten en todo tipo de formas de educación o formación.

Haciendo un análisis de los diferentes competidores, se pudo evidenciar que ninguno de los jardines infantiles e incluso colegios consultados aun no cuentan con una presencia de e-commerce tan desarrollada. Sin embargo, es importante mencionar que podríamos evaluar competidores indirectos en el mercado, como tiendas de productos educativos, plataformas de aprendizaje online, o incluso otros jardines que podrían estar comenzando a explorar el espacio digital. Por ahora Lukas Kindergarten sera pionero en integrar un enfoque de e-commerce en la educación preescolar sin dejar de un lado la existencia de competidores indirectos, ofreciendo una experiencia única y digitalmente avanzada para padres que buscan lo mejor para sus hijos pero sobre todo que buscan facilidad y accesibilidad en un solo lugar donde no tengan que recorrer muchas tiendas o lugares para conseguir todos los materiales de sus hijos sino que al contrario tengan todo a la mano de manera facil y efectiva. Aunque existan proveedores de productos educativos y servicios en línea, nuestra plataforma se destacara por ser la primera en ofrecer un ecosistema completamente digitalizado en un solo lugar para la educacion de los niños lo cual facilitara en cierto sentido la interacción, el aprendizaje y la satisfacción de los padres desde cualquier lugar.





envato Plantillas Web Licencia Precios [Obtén descargas ilimitadas](#) Iniciar sesión

Videos de Stock Plantillas de Video Música Efectos de Sonido Plantillas de Gráficos Gráficos Plantillas de Presentación Fotos Más Aprender

Kinter – Kids Kindergarten & School HTML5 Template

Kinter – Plantilla HTML5 para niños de jardín de infantes y escuelas
Por XpressBuddy

Descargas ilimitadas desde 16,50 US\$/mes

- ✓ 19+ millones de recursos y plantillas premium: video, audio, gráficos, fotos y mucho más.
- ✓ Licencia comercial de por vida
- ✓ Cancela la suscripción en cualquier momento.

[Suscríbete para descargar](#)

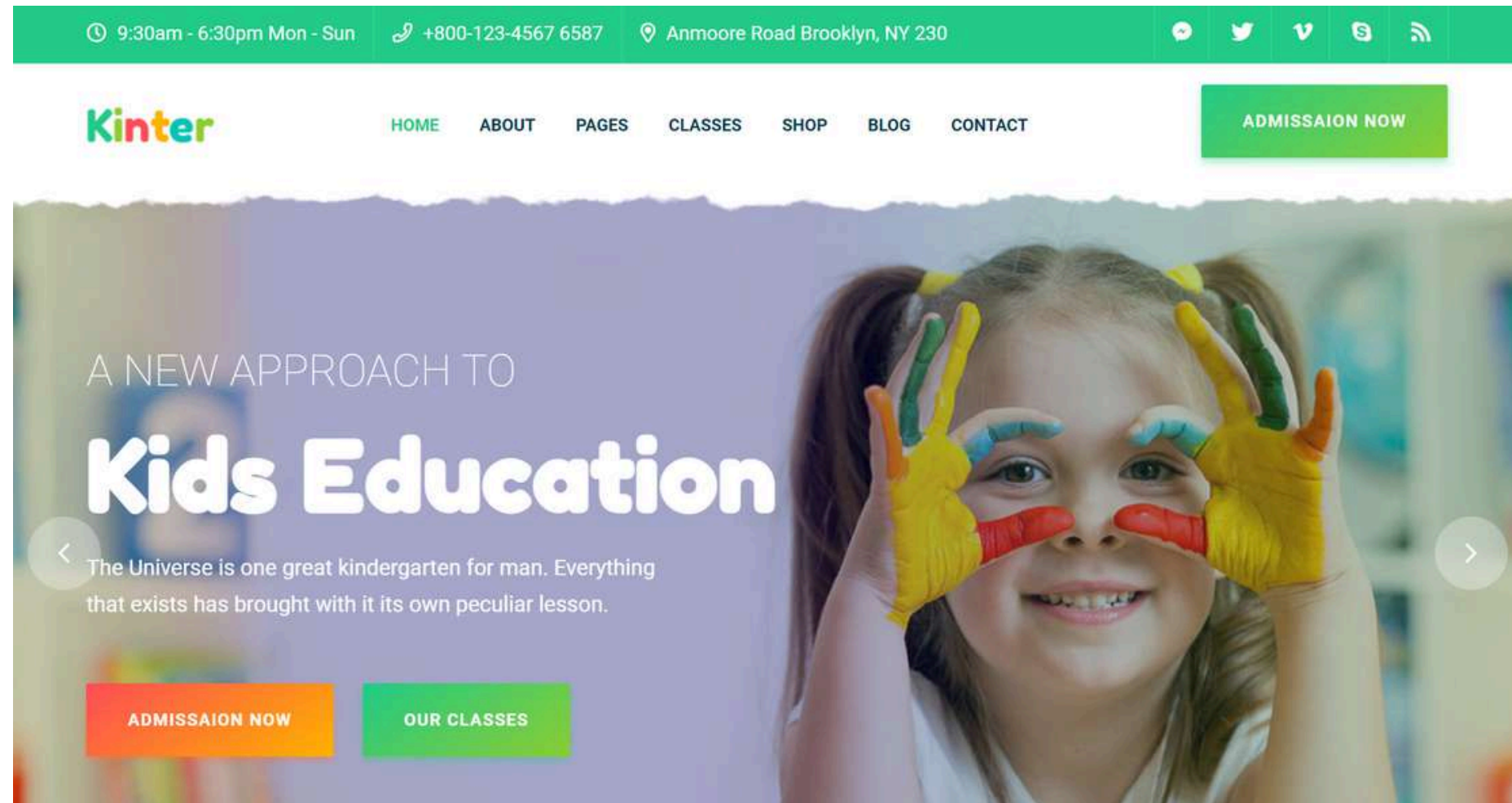
¿Quieres este recurso? Descarga esto y todos los recursos creativos que necesites desde 16,50 US\$/mes.

[Obtén descargas ilimitadas](#)

Elegimos esta plantilla ya que es la que va más acorde a la marca y lo que se quiere transmitir, dando paso a tener nuevas secciones y botones que serán útiles en los siguientes pasos como lo es la implementación del e-commerce dentro del jardín



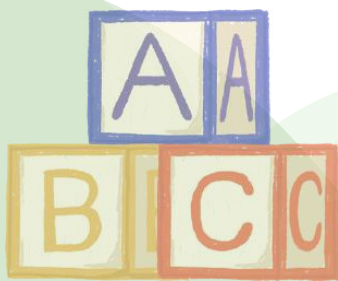
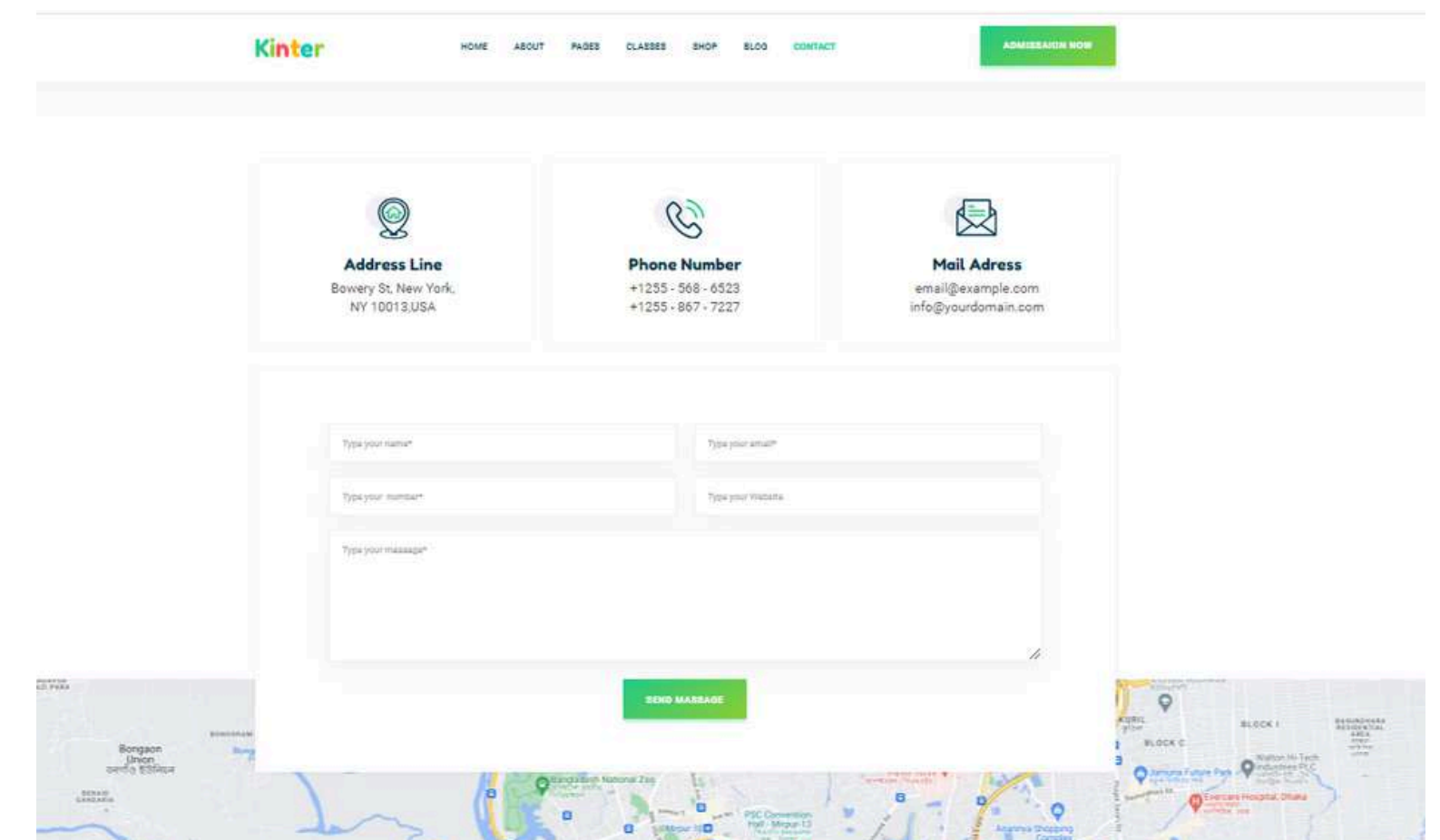
Analisis plantilla



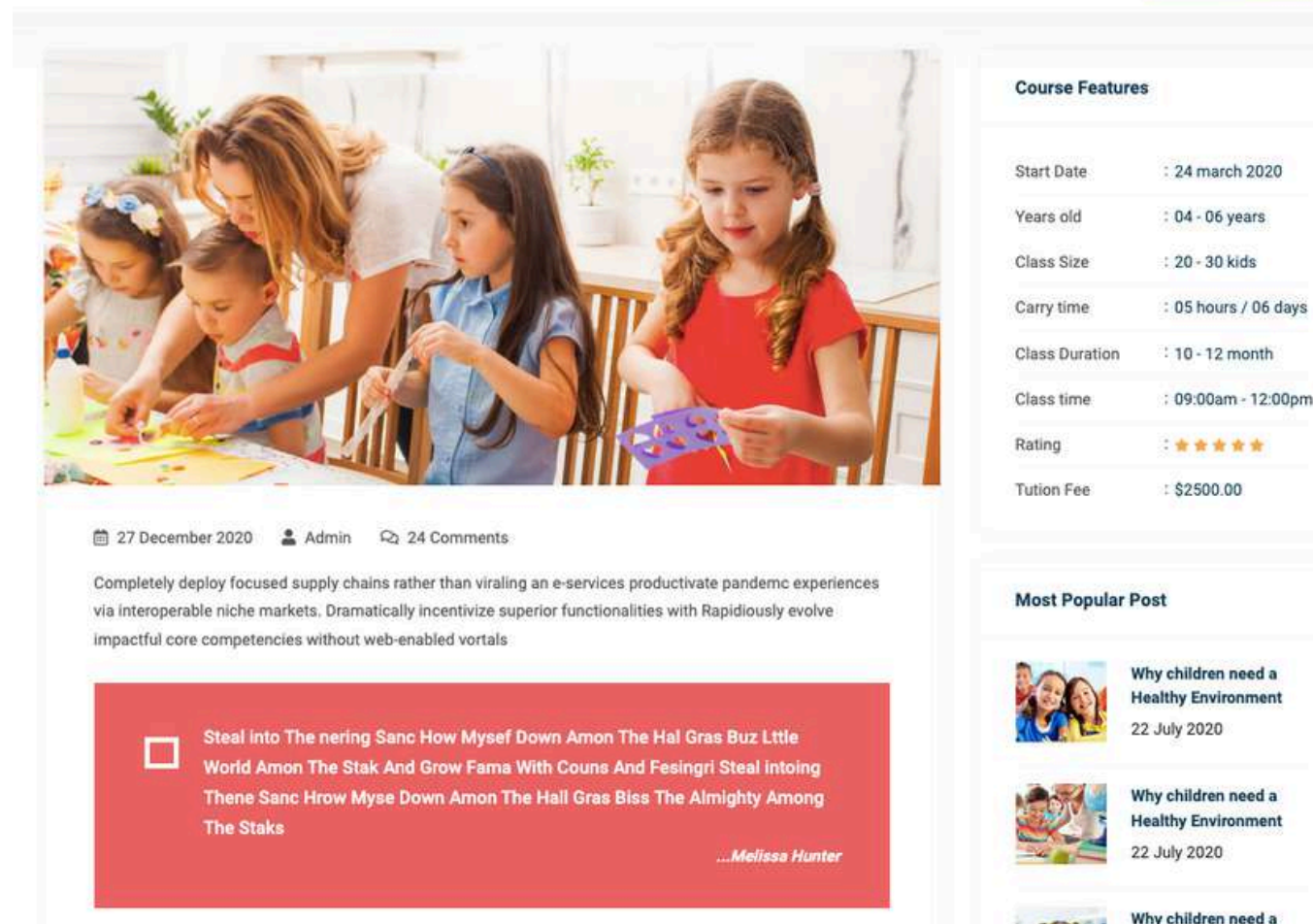
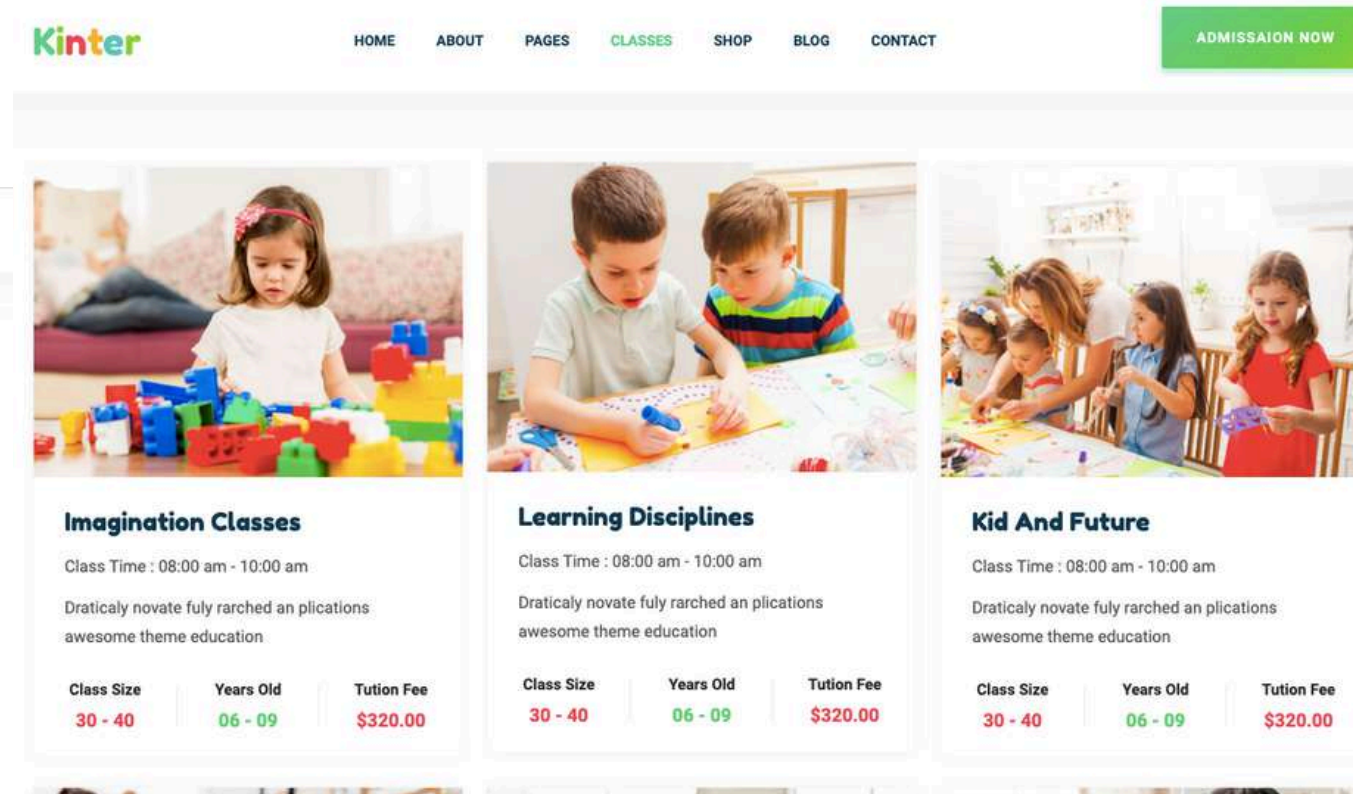
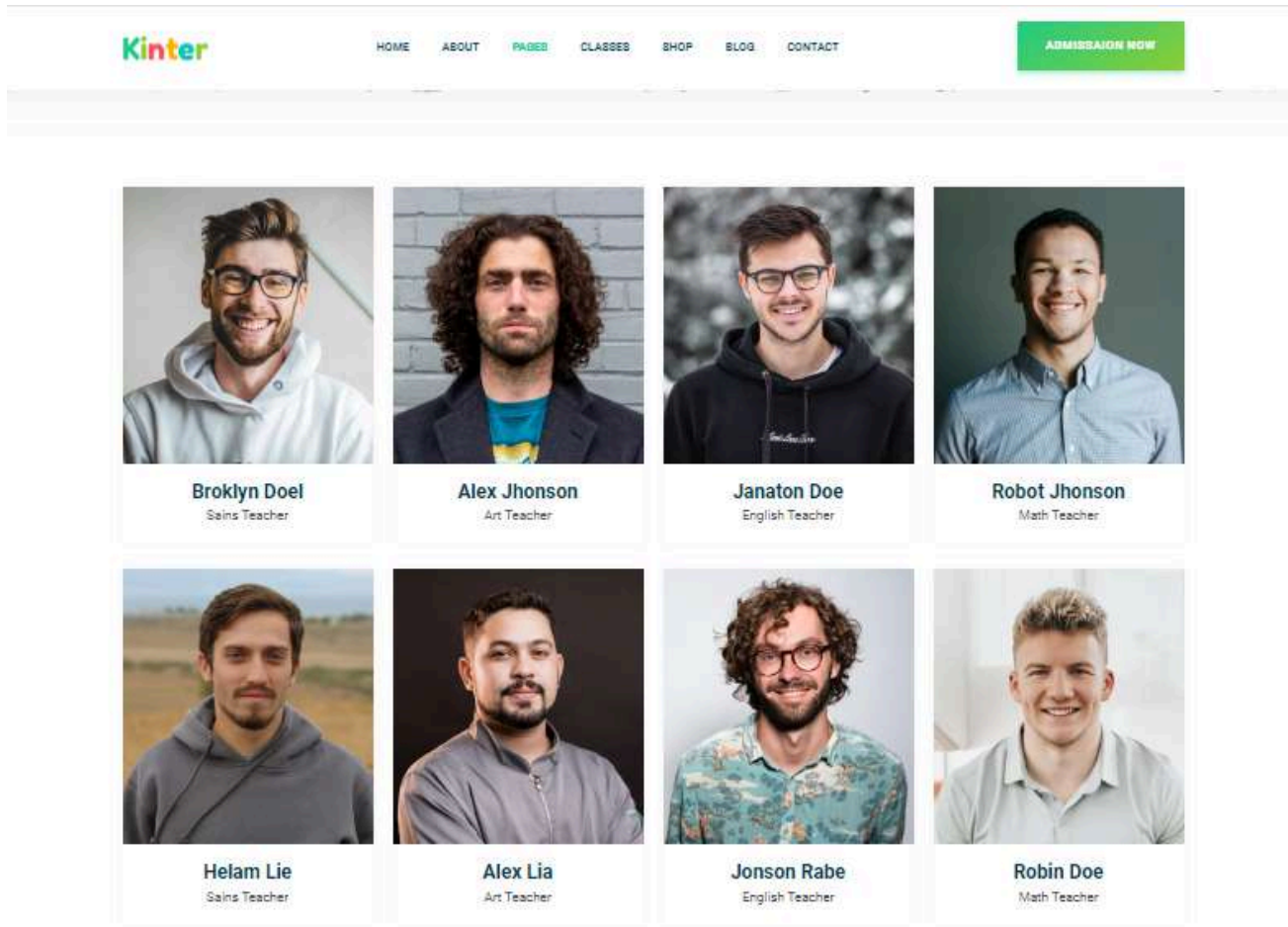
Tomado de: [https //www.elements.envato.com](https://www.elements.envato.com)

Banner principal: para esta sección se solicitaria a la agencia copys que tengan call to action y en producción fotos que conecten y transmitan "felicidad con limites", al ser banners moviles se necesitaran aproximadamente 3 banners e incluir copys o textos publicitarios

Formulario de informacion de contacto con programacion de botones para google maps e informacion de contacto para que las personas que necesiten obtener informacion de manera mas personalizada logren tener un contacto mas cercano. Los clientes deben brindar informacion de contacto



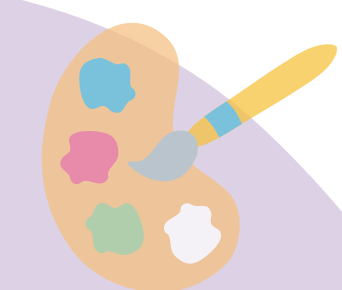
Analisis plantilla



Para brindar información mas completa necesitamos informacion detallada, con esta informacion necesitamos copywritting para realizar textos llamativos que de verdad conecten con las personas interesadas en saber a profundidad de esta seccion realizar fotos y videos

Darle cara a los profesores para asi generar una cercania tanto para los padres e incluso los niños. se deben tomar las fotos e informacion basica de cada uno de los profesores o staff

Tomado de: [https //www.elements.envato.com](https://www.elements.envato.com)



Analisis plantilla



Our Products

Home - Products

Showing 1-12 of 70 results



Default sorting

Search...



Kids Backpack
★★★★★ 12 review
\$45.14



Boys Backpacks
★★★★★ 8 review
\$45.14 - 57.15



High Sierra Loop
★★★★★ 3 review
\$79 \$129

Filter By Price

Price: \$12 - \$100

Filter

Product Categories

- Clothing
- Accessories
- Hoodies
- Tshirts
- Decor
- Music
- Uncategorized

Products

Kinter

HOME ABOUT PAGES CLASSES SHOP BLOG CONTACT

ADMISSION NOW



27 December 2020 Kinter 24 Comments

Planting Seeds in the Hearts of Preschoolers

Completely deploy focused supply chains rather than viraling an e-services productivate pandemc experiences via interoperable niche markets. Dramatically incentivize superior functionalities with Rapidiously evolve impactful core competencies without web-enabled vortals

READ MORE

Search Here...

Post Category

» Themeforest	05
» Codecanyon	27
» Graphicriver	07
» Photodune	09
» Videohive	08
» 3docean	25
» WordPress	20
» Joomla	30

Most Popular Post

 Why children need a Healthy Environment

Finalmente para nuestro e-commerce necesitamos fotos de alta calidad de los productos a ofrecer, promoviendo guías de estilo, incluyendo colores corporativos, tipografía y otros elementos de branding.

Por otro lado, para los blogs es importante que en un trabajo en conjunto con la agencia se logre identificar palabras clave y términos relevantes que deben ser optimizados en el sitio web, lo cual ayudaría a posicionar el sitio web

Tomado de: [https //www.elements.envato.com](https://www.elements.envato.com)





Para la página web del Jardín Lukas Kindergarten se tendrán en cuenta las funcionalidades de los siguientes servidores que serán de gran utilidad para los requerimientos que se van a implementar en el sitio web, dando una mayor efectividad en la operatividad diaria.

- Soportes al cliente 24/7 para los clientes actuales y potenciales..
- Certificado SSL y copias de seguridad automáticas
- Integración de marketing y SEO
- Constructor de sitios web
- Protección de privacidad de datos.
- Sistema de gestión de contenidos acordes a las necesidades del jardín infantil.
- Panel de administración para poder gestionar el contenido y los requerimientos que se tengan del sitio web.



Go Daddy nos garantiza simplicidad y conveniencia en la gestión de la página web del jardín infantil, puesto que ofrece un entorno sencillo de utilizar con herramientas que están integradas para el registro de dominios y alojamiento, lo que nos facilita la creación y mantenimiento del sitio web del jardín infantil. De igual forma GoDaddy asegura que la página web del jardín infantil esté siempre protegida y operativa, brindando una mayor tranquilidad a los administradores y confianza a los padres.



- Copias de seguridad para asegurar la protección de datos.
- Dirección IP dedicada
- Soporte prioritario para los clientes actuales y potenciales.
- Sistema de gestión de contenido acorde a las necesidades del jardín infantil.
- Certificado SSL y un CDN
- Diseño del sitio web para generar un mayor atractiva a los clientes.
- Gestión de bases de datos tanto de padres de familia como alumnos.



Hostinger garantiza eficiencia y accesibilidad sobre el servicio de alojamiento del sitio web del jardín infantil ya que maneja un rendimiento eficaz con precios accesibles. Con el soporte técnico que maneja y sus principales características de seguridad, Hostinger permite al jardín manejar su sitio web de manera eficiente y segura, asegurando que la información y las interacciones en línea se manejen sin problemas y con total confianza.

Plataforma que más nos sirve



\$1 por tu primer mes

Basic

Más popular

Para emprendedores individuales

\$14 USD
al mes

facturación anual

Gana hasta \$5,000 en créditos de suscripción¹

Tarifas de tarjetas a partir de

- ✓ 2 % proveedores de pagos externos

Funciones destacadas

- ✓ 10 sucursales de inventario
- ✓ Atención al cliente personalizada mediante chat
- ✓ Ventas globales localizadas (3 mercados)
- ✓ POS Lite

Analizando las diferentes plataformas disponibles la plataforma seleccionada para Lukas Kindergarten teniendo en cuenta la facilidad de uso, las características necesarias para un jardín infantil, el soporte disponible, entre otras, elegimos Shopify ya que queremos ofrecer un e-commerce único y atractivo pero sin la necesidad de una infraestructura compleja, ya que sabemos que puede que sea muy usado como a la vez no por parte de los padres de familia. Shopify se nos hizo fácil de usar, tiene un diseño amigable, cuenta con muchas plantillas y temas que pueden personalizarse para crear una tienda atractiva, y sobre todo nos permite lanzar la tienda rápidamente sin mucha complicación, adicional a esto vimos que se puede integrar a muchas aplicaciones y tiene el sistema de pagos integrado, averiguando el costo mensual esta en 14 USD lo cual es accesible y sería una inversión que estaría contemplada dentro de nuestro presupuesto, por último Shopify nos ofrece todo lo necesario para gestionar un negocio de comercio electrónico con un enfoque en servicios educativos y productos relacionados con la educación infantil.



Para el jardín Infantil Lukas Kindergarten la opción más viable a como pasarela de pago será "Mercado Pago", esto por las razones que mencionaremos a continuación:

- **Popularidad y reconocimiento :**

Para muchos padres es de gran importancia hacer uso de plataformas que sean reconocidas tal como lo es Mercado Pago en América Latina, esto porque les da una mayor confianza a la hora de realizar un pago.

- **Variedad de métodos de pago:**

Mercado Pago tiene una gran variedad de métodos de pago, (tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias y efectivo mediante puntos físicos). Esto es de gran ayuda para el jardín ya que le proporciona a los padres mayor flexibilidad con las opciones de pago.

- **Seguridad:**

Mercado Pago maneja un centro de privacidad para la protección de datos de los mismos padres a la hora de realizar un pago, lo que genera mayor confianza en el jardín como en los padres al hacer uso de esta plataforma.

- **Recepción de pagos en línea**

Los padres pueden realizar pagos de manera remota, lo que ahorra tiempo y es conveniente.



Mockup de website



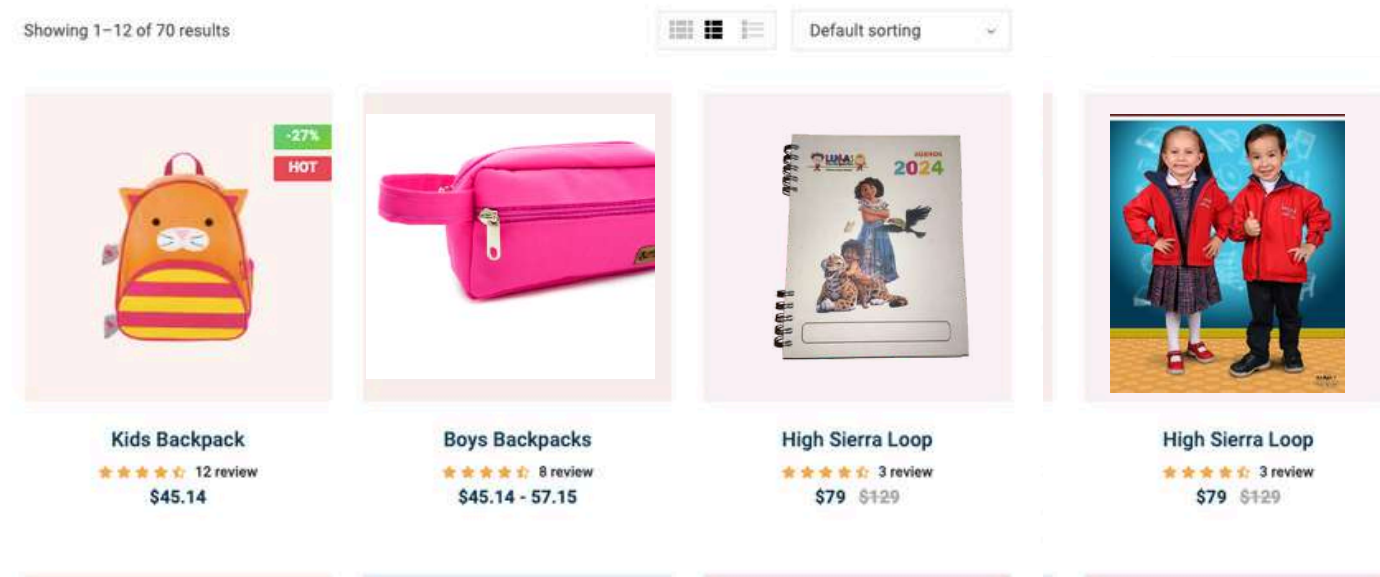
Paleta de colores

Tipografía : Gochi Hand

Menú de Navegación



CTA



E-commerce
maletas, cartucheras,
uniformes, agendas



Mockup



Para el jardín infantil Lukas Kindergarten es de suma importancia adaptar diferentes modelos de negocio enfocados en e-commerce son de gran ayuda en la optimización y gestión para poder ofrecer un mayor valor a los padres y alumnos.

1. Venta de materiales educativos:

El jardín infantil Lukas Kindergarten implementará una tienda online en la cual venderá materiales educativos, libros y juguetes didácticos que enriquezcan el aprendizaje en casa, complementando las actividades realizadas en el jardín infantil.

Modelo de Ingresos: Venta directa de productos, con posibilidad de suscripciones para recibir material nuevo cada mes.

2. Recursos para padres Lukas:

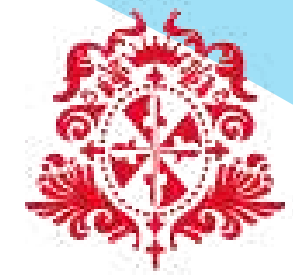
Se desarrollará una plataforma en la cual los padres tengan acceso a los diversos recursos educativos, guías de actividades para hacer en casa, consejos de crianza y muchos más. Parte del contenido será gratuito y el restante será contenido premium para los padres que quieran suscribirse.

Modelo de Ingresos: Suscripción mensual o anual para acceder al contenido premium.

3. Merchandising de productos personalizados:

Se creará un marketplace para la venta de productos del jardín infantil Lukas Kindergarten donde los padres puedan comprar productos personalizados para sus hijos, como maletas, uniformes, gorras, camisetas, termos y otros artículos escolares. Generando ingresos adicionales y con ello lograr una mayor promoción del jardín fortaleciendo el sentido de pertenencia a la comunidad.

Modelo de Ingresos: Comisión por venta o ingresos por productos propios.



INICIO

Comunicación

Enviar un comunicado a los padres proporcionando la mayor información sobre la fecha y forma de entrega de los productos seleccionados en la página web del jardín.

Entrega

Designar un espacio del jardín como punto de entrega para que los padres puedan recibir los productos, con ello se establecerán franjas horarias para la entrega de los productos que sean útiles para los padres.

Instrucciones

Todos los productos proporcionará una guía de consejos o sugerencias sobre cómo integrar estos productos en las actividades diarias de los niños

Documentación

Tener un registro de la cantidad de productos entregados y a quién. Esto por medio de firmas o del uso de una aplicación digital.

Hacer participes a los niños

Tener otras alternativas de entrega pensadas en hacer participes a los niños en los procesos de entrega, haciéndolos divertidos y emocionantes para ellos

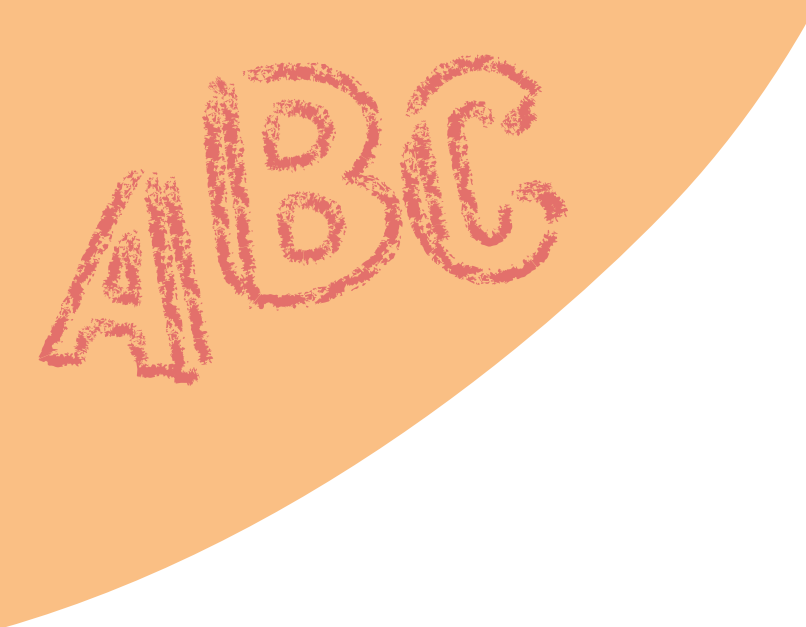
Feedback de los Padres

Solicitar feedback de los padres para tener un mayor entendimiento sobre la efectividad y la comodidad en la entrega de los productos y el cumplimiento de expectativas de los mismos.

FIN



Categorías	Productos y servicios	Precio Unitario	Comentarios
1. Material Educativo	<ul style="list-style-type: none"> • Cartillas educativas 	\$37.500 cada una	Con este precio se ven reflejados los costos de producción asociados con materiales de alta calidad
2. Utilies Escolares	<ul style="list-style-type: none"> • Colores • Marcadores • Temperas • Plastilina • Pegante 	<ul style="list-style-type: none"> • \$19.500 • \$22.450 • \$18.500 • \$16.900 • \$10.500 	Precios acordados con el proveedor por la compra al por mayor, asegurando la calidad de los materiales
3. Uniformes y accesorios	<ul style="list-style-type: none"> • Uniformes • Maletas • Cartucheras 	<ul style="list-style-type: none"> • \$525.000 • \$95.000 • \$25.000 	Precios acordados con el proveedor asegurando la calidad de las telas usadas. Precios acordados con el proveedor por la compra al por mayor, asegurando la calidad de los productos.
4. Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> • Gorras • Agendas • Llaveros • Termos 	<ul style="list-style-type: none"> • \$35.000 • \$60.000 • \$15.000 • \$35.000 	Precios acordados con los proveedores asegurando la calidad de sus insumos y la compra al por mayor, con ello obteniendo mayores ganancias sobre las ventas.



ETAPA 3



KPIs	Herramienta	Objetivo
1. Tráfico del Sitio Web	Google Analytics	Monitorear número total de visitas al sitio web
2. Tasa de Conversión	Google Analytics	Medir el porcentaje de visitantes del sitio web que completan una inscripción o la compra de servicios adicionales
3. Valor Medio del Pedido (AOV)	Shopify	Calcular el promedio del valor de las transacciones realizadas en el e-commerce.
4. Tasa de Carrito Abandonado	Google Analytics y plataforma de e-commerce seleccionada	Monitorear el porcentaje de usuarios que añaden productos o servicios al carrito pero no completan la compra.
5. Customer Lifetime Value (CLTV)	Plataforma de E-commerce seleccionada	Estimar el valor total que un cliente generará a lo largo de su relación con el jardín

Para la ejecución del e-commerce de Lukas Kindergarten, es importante tener en cuenta los distintos canales digitales para maximizar la visibilidad, mejorar la experiencia del usuario, y fomentar la interacción con los clientes.

- **Página Web:** <https://www.lukaskindergarten.com>

El sitio web es el canal central para el e-commerce. Aquí es donde los padres podrán explorar servicios, inscribir a sus hijos, y realizar pagos de los diferentes productos ofrecidos en el e-commerce con el refresh que se hara se quiere que este canal tan importante tenga una experiencia de usuario mucho mas amigable y completa, con plataforma de e-commerce integrada (Shopify), pasarela de pagos (mercadopago), las optimizaciones necesarias y el contenido para que el cliente tenga la mejor experiencia en la pagina web.

- **Social Media:** @lukaskindergarten

Con las redes sociales como lo son instagram y facebook queremos aumentar la visibilidad, generar tráfico al sitio web, y crear una comunidad alrededor del jardín queremos realizar publicación regulares de contenido visual atractivo (fotos, videos de actividades, testimonios). Campañas de anuncios pagados segmentados para padres en la región, pero sobre todo queremos lograr la integración de la tienda en Facebook/Instagram para permitir compras directas, esto con el fin de que los padres que esten navegando por nuestra redes tambien tengan el servicio a la mano si quieren realizar alguna compra.

- **Correo Electrónico:** Lukaskindergarten@hotmail.com

En el caso del Email marketing creemos que es una herramienta esencial para la comunicación directa con los padres. Se puede utilizar para enviar newsletters, promociones, y actualizaciones. Por medio de los correos estos pueden ser automatizados para nuevos clientes (bienvenida, información sobre inscripciones, etc.); Envío de newsletters mensuales con noticias, eventos y contenido de valor; promociones exclusivas para suscriptores y campañas de remarketing. Cabe resaltar que todas estas comunicaciones lo ideal es que lleven algún call to action para tener tráfico en nuestra página web.

- **Whatsapp Business:** 3102760840

En este caso los canales de comunicación directa y rápida con los padres para consultas y soporte ayudaran a una comunicacion mas cercana y rapida con los padres, en este caso queremos que WhatsApp Business nos ayude a la atención personalizada y envío de información sobre inscripciones o compra de listas de productos escolares como las listas de libros, uniformes y demas material que los padres deben comprar para sus hijos.

Con la integración omnicanal en la ejecución del e-commerce para Lukas Kindergarten lo que se quiere lograr es una experiencia de compra y comunicación fluida y coherente a través de todos los canales digitales y físicos.

- **Integración del Sitio Web y Redes Sociales**

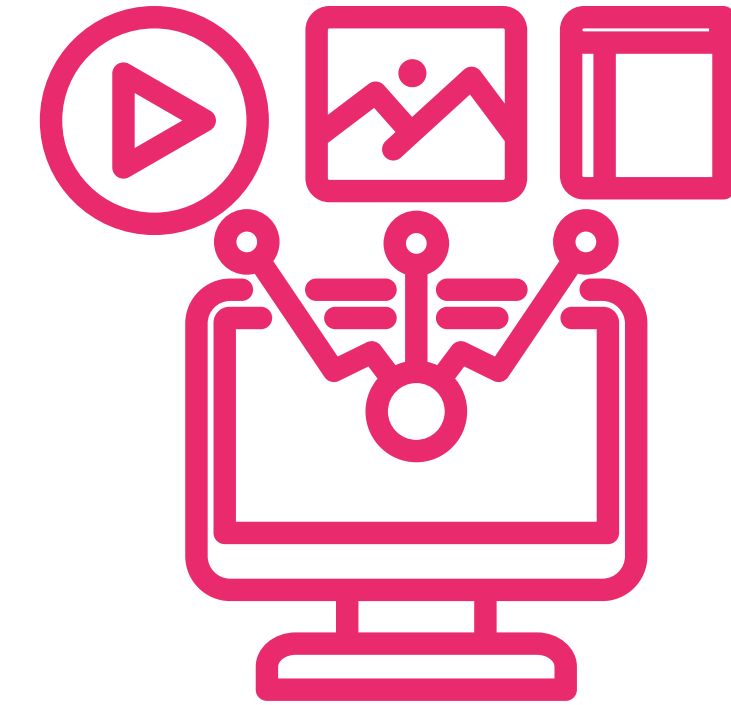
El sitio web del jardín es la base de nuestro e-commerce, pues allí es donde se encontrara todo, es por esto que consideramos importante una integración con las redes sociales para atraer tráfico y fomentar la interacción. Aquí queremos que los padres puedan realizar pagos e incluso gestionar las inscripciones directamente desde las redes sociales sin necesidad de salir y evitar que se pierdan posibles clientes; para esto es importante transmitir a los padres sin importar el canal, la visual, la experiencia de usuario, las paletas de colores, tipografías y estilos. Queremos que los padres logren evidenciar las políticas de inscripción, descuentos, y promociones consistentes en todos los canales. Si un padre ve una oferta en redes sociales, podrá acceder a la misma en el sitio web o en cualquier otro canal que quiera consultar.

- **Comunicación (Email, WhatsApp, Messenger)**

Los padres podrán interactuar con el jardín a través del canal de su preferencia, con una experiencia eficiente antes o después de su compra la idea es que todos los mensajes que se transmitan tengan coherencia entre si, por ejemplo si una comunicación va a transmitir las promociones por inicio de clases lo ideal seria que se transmita el mensaje por email, whatsapp, e incluso circulares físicas que lleven los niños a sus casas de manera sincronizada, esto con el fin de que la comunicación realmente sea coherente pero sobre todo informe a los padres para que lleguen al accionable que seria la compra dentro de nuestro e-commerce. Por otro lado es importante mencionar la importancia de que estos mensajes tengan en cierta medida una personalización ya que lo que necesita un padre de párvulos no es lo mismo que necesita un padre de transición al menos en términos de materiales, además es importante tener el historial con nombre del niño para así saber que padres ya usan o conocen todo el ecosistema de nuestro e-commerce.

- **Integración de la Experiencia Física y Digital**

La experiencia digital debe complementar la experiencia física en el jardín, creando una conexión entre los dos ecosistemas. Por ejemplo se puede promocionar algún evento por todos los canales digitales y tradicionales donde se pueda después de una inscripción mandar recordatorios automáticos para que los padres sepan la lista de útiles que necesitan sus hijos y en este sentido sepan los servicios que ofrece el jardín, después de finalizado el proceso es importante recibir el feedback por parte de los padres para así crear mas confianza pero sobre todo analizar estos comentarios y mejorar en todo lo que estamos de pronto fallando .



- **Logística y Seguimiento Omnicanal**

La logística y el seguimiento de pedidos, inscripciones, y servicios deben ser consistentes y accesibles desde cualquier canal, permitiendo a los padres seguir el estado de las inscripciones o pagos realizados a través de una cuenta en el sitio web, con notificaciones enviadas a través de su canal de preferencia. Ofreceremos productos físicos (como uniformes o materiales educativos) y los padres podrán seleccionar entre recogida en el jardín o entrega a domicilio, y seguir el estado de su pedido en línea; si llegan a presentar algún inconveniente ofreceremos soporte asegurandonos que los padres puedan iniciar un proceso en un canal y finalizarlo en otro sin inconvenientes si así lo desean.



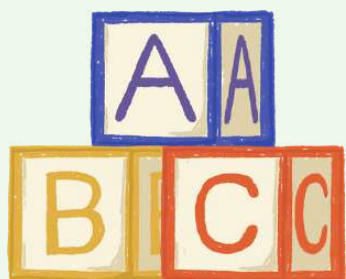
Fechas comerciales



Universidad del
Rosario



1. Emailing para el Inicio de Año y Nuevas Inscripciones (Enero)
Asunto: ¡Comienza el Año con el Pie Derecho en Lukas Kindergarten!



¡Feliz Año Nuevo, Familias Lukas!

El 2025 ha llegado, y en Lukas Kindergarten estamos más que listos para recibir a tus pequeños con los brazos abiertos. Si estás buscando un lugar donde tu hijo pueda aprender, crecer y ser feliz, ¡este es el momento perfecto para inscribirlo!

¿Por qué Lukas Kindergarten?

-  Educación Integral
-  Entorno Seguro
-  Actividades diversas
-  Felicidad con límites



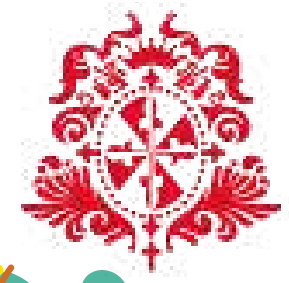
No pierdas tiempo, inscribe a tu hijo antes del 31 de enero de 2025 y recibe un descuento en la matrícula.

Descuento en la matrícula

REGISTRATE AHORA!

 llámanos **3102760840**

 Ubicación **123 Anywhere St., Any City**



¡Hola, Familias Lukas!



2. Emailing para el Día del Niño (Marzo)
Asunto: ¡Celebremos el Día del Niño con
Diversión y Aprendizaje en Lukas
Kindergarten!

El 20 de marzo es un día muy especial: ¡es el Día del Niño! Y en Lukas Kindergarten, creemos que todos los días deben estar llenos de sonrisas, aprendizaje y alegría.

Para celebrarlo, hemos preparado un día lleno de actividades divertidas y educativas donde los niños disfrutarán mientras aprenden queremos invitarte a compartir con nosotros este gran día!

★ Talleres de Creatividad

★ Juegos en Grupo

★ Pequeñas Sorpresas

Reserva tu lugar ahora y asegúrate de que tu hijo no se pierda este día tan especial. Además, si inscribes a tu hijo durante marzo, ¡te ofrecemos un descuento del 15% en actividades extracurriculares!

¡Celebremos juntos el Día del Niño en Lukas Kindergarten!

ESTOY INTERESADO →

3102760840

@Lukaskindergarten

www.lukaskindergarten.com

15%
OFF



1. Objetivo:

Incrementar el tráfico hacia el jardín Lukas Kindergarten con el objetivo de conseguir al menos el 20% de padres interesados en inscribir a su hijo a este jardín, logrando incrementar el número de inscripciones en el próximo trimestre.

2. Público Objetivo:

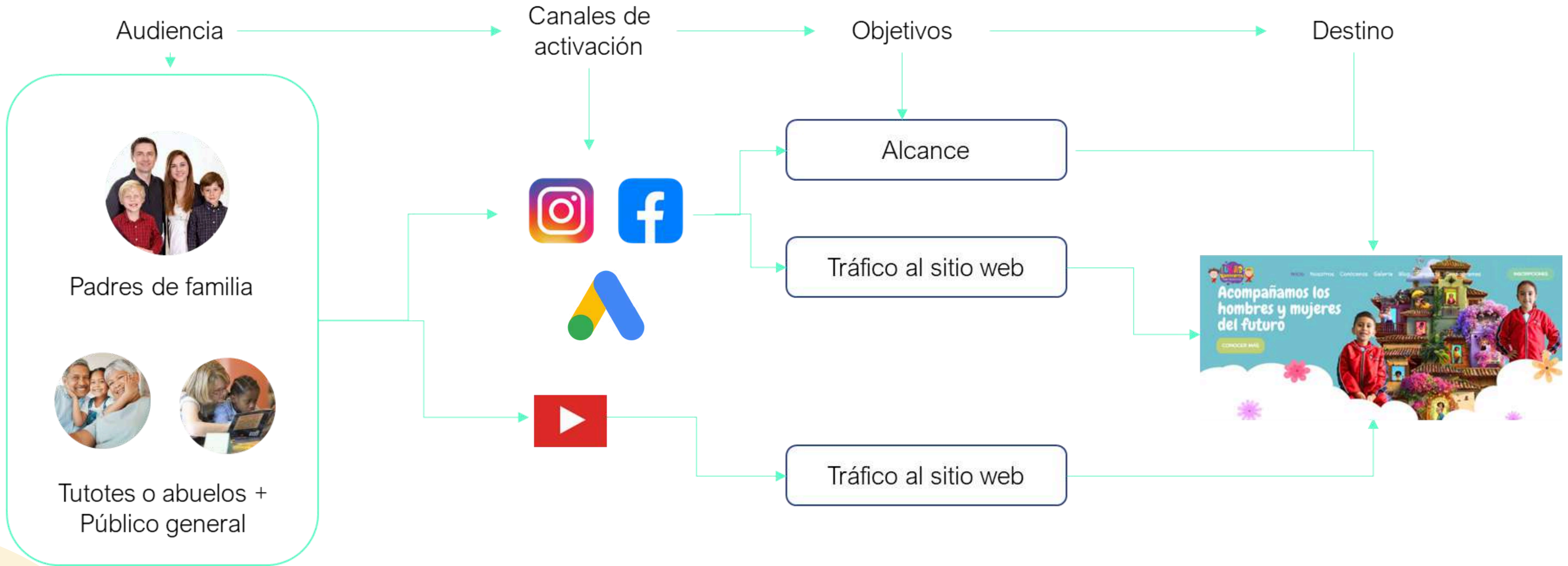
- **Segmento Principal:** Padres de familia de entre 25 y 45 años, residentes en Bogotá, con hijos entre 2 y 5 años.
- **Segmento Secundario:** Abuelos o tutores que participen activamente en la crianza de los niños.

3. Canales de pauta:

- **Meta:** Llegaremos a padres jóvenes y modernos, mostrando el entorno educativo y seguro del jardín.
- **Google ads:** vamos a llegar a búsquedas relacionadas con jardines infantiles en Bogotá, actividades educativas, etc.
- **Youtube ads:** Mostraremos videos cortos que capturen la experiencia y testimonios de padres satisfechos.

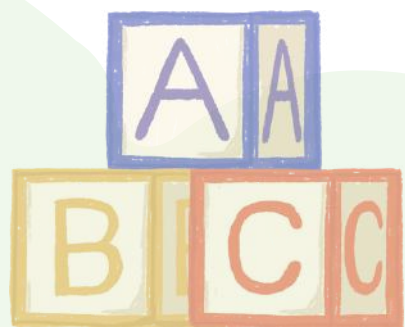


Plan de pauta: ¿Cómo será la ruta la campaña?



Presupuesto de la campaña:

11 11		INVERSIÓN	11 11	11 11
11 11	1	11 1OKKK KKK 11	11 11	T VSS
11 11		11 1ORKK KKK 11	11 11	11 1OKKK 11
11 11	1	11 1TKKK KKK 11	11 11	11 1TKKK 11
11 11	1		11 1T KKK KKK 11	



Celebrity Modelos

Carolina Cruz ★5

Modelo, empresaria, presentadora y mamá.

Soy Carolina Cruz, modelo, empresaria, presentadora y mamá. Embajadora de marcas reconocidas a nivel nacional, autora del libro: Mi mundo, mis huellas y creadora de formatos digitales como #CaroCruzSinExcusas #EmprendeCC entre otros. Mi trayectoria en el mundo del entretenimiento me ha perfilado pa... [Ampliar información](#) ▾

ReallInsights


Por qué contratar a Carolina Cruz

- ✓ Pionera emprendedora digital con autoridad
- ✓ Motiva e inspira a sus seguidoras
- ✓ Celebridad con credibilidad y buena reputación
- ✓ Poder de convocatoria y activación de su audiencia

Ubicación
📍 Bogotá, Colombia



Nacionalidad
🇨🇴 Colombia

Idiomas que habla
🇪🇸 Español



Solicita ahora

Solicitado frecuentemente

	Contenidos y publicación Creación del contenido y publicación en sus redes	10.011.194 COP
	Sólo Contenido Creación de un video o imagen y enviado a ti	--

Aún no se te cobrará

Más opciones para tu negocio

El Jardín Infantil Lukas Kinergarten tomara como una de los influencer a Carolina Cruz por ser una figura publica reconocida en Colombia, además se ha convertido en una de las personas mas influyentes, lo que asegura que cualquier producto o servicio que recomiende sea tomado en serio por su audiencia. Carolina Cruz da a conocer su experiencia como madre en sus redes sociales. Esto ha generado una relación de confianza con sus seguidores, quienes toman en cuenta sus opiniones y recomendaciones sobre temas de crianza y bienestar infantil lo que aumenta la credibilidad de la recomendación.

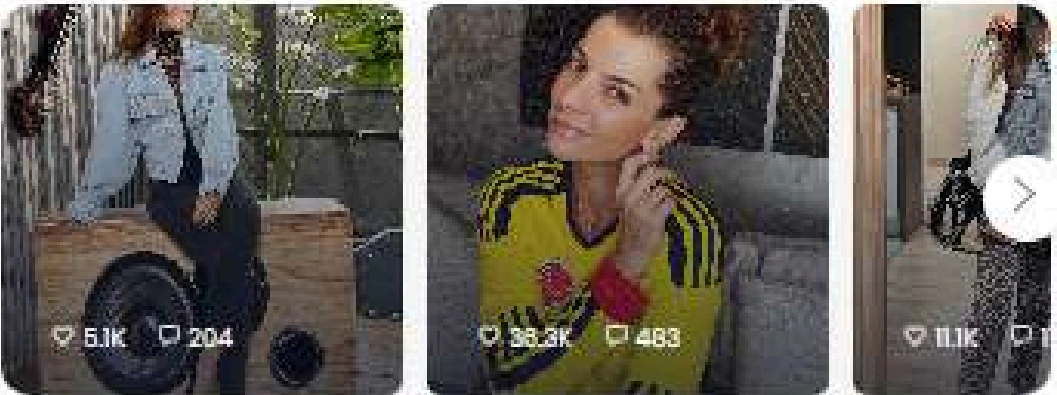
Redes sociales

Instagram

7.6M

carolinacruzorios
MAMÁ - DíaDía - Calzados - Kallej - Unicef /// @gustavianazuluagal CEO

Seguidores	7,612,238	Engagement rate	0.22 %
Alcance promedio	--	Likes promedio	18,414
Comentarios promedio	313	Quality Score Regular	43.48 / 100



Género de Audiencia

Femenina	72.58 %
Masculina	27.42 %

Edad de Audiencia

35 a 45 años	29.03 %
30 a 35 años	25.81 %
45 a 100 años	17.74 %

País de Audiencia

Colombia	48.85 %
United-states	10.81 %
Armenia	10.81 %
Spain	8.11 %
Russia	5.41 %

Ciudad de Audiencia

Bogota	100.00 %
--------	----------

Última actualización: Aug 5, 2024

Para Lukas Kindergarten es de gran importancia la audiencia manejada por esta influencer ya que compuesta principalmente por mujeres entre los 35 a 45 años de edad, muchas de las cuales son madres, madres primerizas o están en la etapa de formar una familia. Esto se ajusta con el público objetivo manejado por el jardín infantil, optando por un mayor alcance para que el mensaje llegue a una mayor cantidad de padres de familia interesados en los servicios de educación y cuidado infantil del jardín.

Tomado de: <https://go.heepsy.com/pricing>

Todos / Salud & Bienestar

Macro Coaches

Ana María Franco ★ 5

Entrenadora de padres en disciplina positiva

Mamá desde el 2014, entrenadora de padres y parejas en Disciplina Positiva, con cursos y talleres con más de 4,000 participantes. Herramientas prácticas para con-vivir de la mejor manera dentro del hogar: el proyecto más importante.


RealInsights

Por qué contratar a Ana María Franco

- ✓ Obtener asesoría, orientación o consejos
- ✓ Recibir retroalimentación en temas puntuales



Ubicación
📍 Colombia

Nacionalidad
🇨🇴 Colombia



Solicita ahora

Solicitado frecuentemente

	Contenidos y publicación Creación del contenido y publicación en sus redes	1.200.000 COP
	Sólo Contenido Creación de un video o imagen y enviado a ti	--

Aún no se te cobrará

Más opciones para tu negocio

Ana María Franco como madre, tiene una mayor comprensión frente a las preocupaciones y necesidades de los padres en cuanto a educación y cuidado de sus hijos. Su experiencia personal genera una mayor confiabilidad sobre temas que están relacionados con la crianza y educación infantil. Al compartir momentos con sus hijos, genera mayor acercamiento con su audiencia, la cual se encuentra compuesta por padres jóvenes. Las recomendación que pueda proporcionar sobre el Jardín Lukas Kindergarten lograra ser genuina al estar enfocada en su propia experiencia como madre.

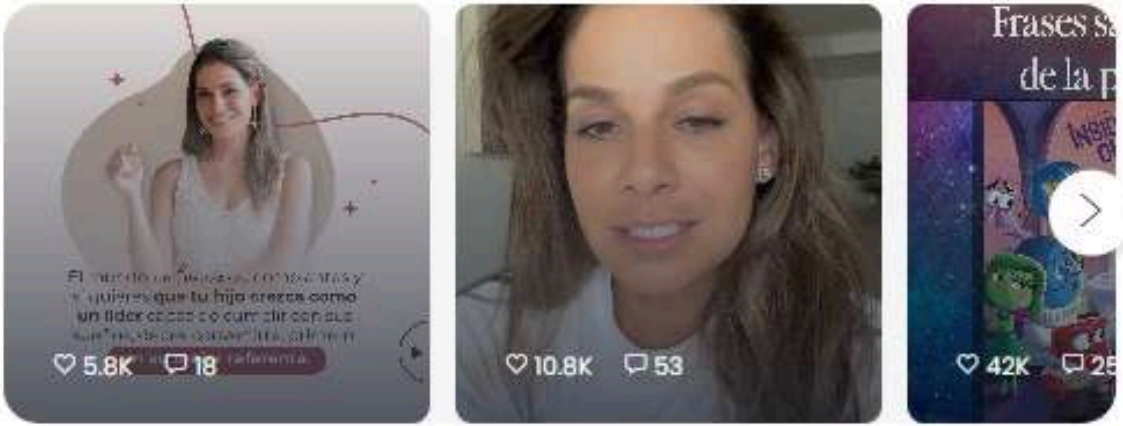
Redes sociales

Instagram

995.4K 707.9K 11.7K

mamaconamor
Mentora de padres 🧡 Tallerista, conferencista y más, todo con el ♥. Descu...

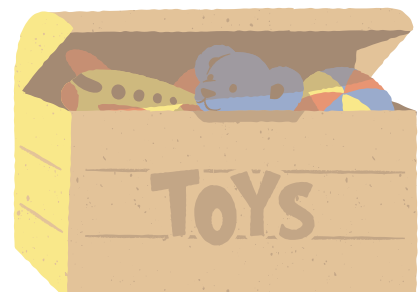
Seguidores	995,409	Engagement rate	1.97 %
Alcance promedio	--	Likes promedio	19,124
Comentarios promedio	276	Quality Score	Alto 61.09 / 100



Ana María Franco cuenta con una audiencia que en su mayoría incluye a muchas madres y padres primerizos que se encuentran en la búsqueda de las mejores opciones para la educación y cuidado de sus hijos. Su recomendación llegarían al público objetivo para el jardín , generando mayores posibilidades de atraer nuevos clientes.

Su conexión con su audiencia es de gran importancia. Cuando habla de temas relacionados con la educación y bienestar infantil, lo hace de la manera mas sincera y esto fortalece la confianza de sus seguidores en sus recomendaciones. La gran habilidad para la creación de contenido atractivo le permite diseñar colaboraciones que vayan más allá de simples publicaciones promocionales esto siendo de gran ayuda para el reconocimiento del jardín.

Fuente: Heepsy



1. Objetivos:

- Generar una mayor visibilidad del Jardín Infantil Lukas Kindergarten sobre el público objetivo
- Aumentar la cantidad de interacciones en sus principales plataformas web (likes, comentarios y compartidos) sobre los servicios ofrecidos por el jardín
- Incrementar el número de visitas y matriculas en el Jardín Infantil Lukas Kindergarten

2. Contenido:

- Historias: Contenido enfocado en la identidad propia del jardín infantil, dando a conocer las actividades, instalaciones, servicios y beneficios.
- Videos en vivo: Visitas guiadas para mostrar el jardín en tiempo real, con ello tener una interacción con el personal, y se puedan responder preguntas de sus seguidores.

3. Análisis de resultados

- Alcance total, interacciones, número de impresiones y conversiones.
- Evaluar lo que funciona y tuvo mayor impacto y con ello lo que no, para esto se tomara un feedback de los influencers y los padres interesados en hacer parte del jardín



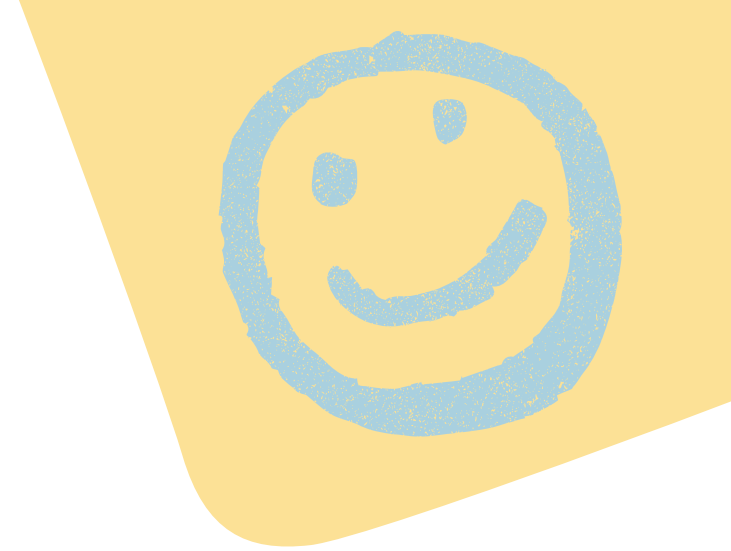
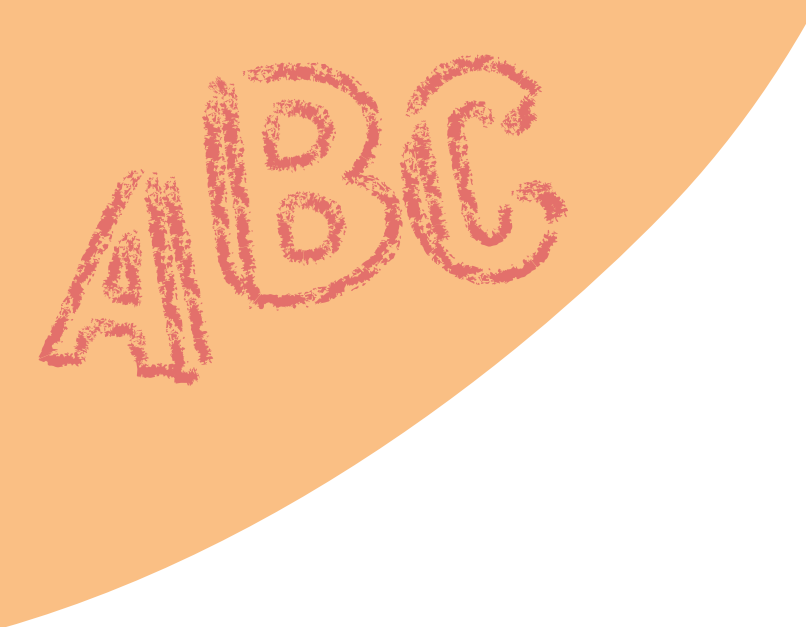
LUKAS
KINDERGARTEN
HOMBRES Y MUJERES DEL FUTURO

¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!

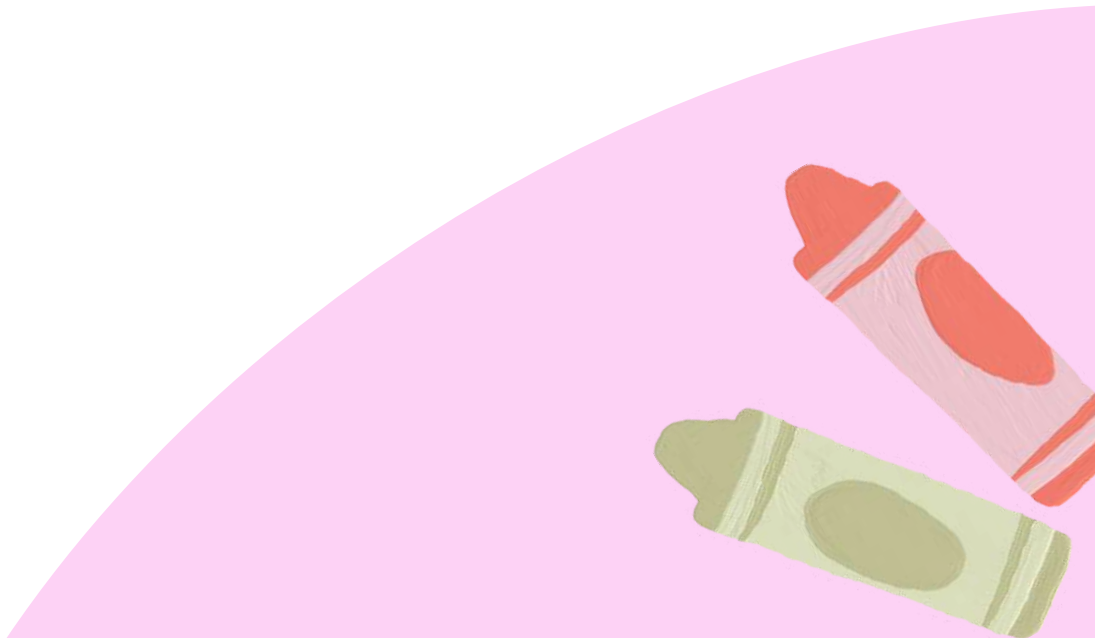
Que tus niños se diviertan y aprendan con nosotros en un ambiente seguro y educativo

Aprovecha nuestras promociones exclusivas.
¡Cupos Limitados!

Tel. 3102760840 | Lukaskindergarten@hotmail.com | @lukaskindergarten



INNOVACIÓN



Competidores	Seguidores Instagram	Seguidores Facebook	Sitio Web	Vende en línea	Comentarios Generales
Lukas Kindergarten	82	116		No	El jardín se encuentra en la implementación de nuevas estrategias de marketing en la era digital, entendiendo que actualmente el público objetivo tiene una mayor cercanía con las plataformas digitales. Generando una nueva oportunidad de crecimiento en el mercado sobre el público objetivo, posicionamiento en línea y experiencia con el usuario.
Pequeños encantos Kindergarten	3026	2.400		Si	Competencia mas fuerte, cuenta con una mayor presencia en sus principales plataformas digitales, generando así gran alcance sobre su público objetivo. Brinda al usuario una experiencia amigable y cercana con contenido de valor y herramientas útiles para el usuario.
Smart World Kids	265	201		No	Actualmente sus plataformas digitales no cuentan con el contenido adecuado y actualizado, por ende su comunicación con el usuario se ve afectada ya que dificulta la navegación y no se siente cercano. La falta de contenidos dinámicos y personalizados limita la sensación de cercanía y confianza que se debería generar.
Mi Cabañita	135	111		No	A pesar que hace énfasis en su pedagogía Montessori, la experiencia al usuario no tiene ningún diferencial por esto se evidencia una expansión poco convencional en términos digitales pues no tiene conexión con sus otras plataformas virtuales. Esta desconexión afecta la coherencia de la marca y la experiencia del usuario, impidiendo que se consolide un entorno digital

- **Contenido personalizado:**

Para garantizar la cercanía del público objetivo con las plataformas digitales utilizadas por el jardín es de suma importancia la creación de contenido educativo, relevante y enfocado con la pedagogía infantil que refleje los valores y principios del jardín. Esto será de gran ayuda sobre la experiencia del usuario , generando así una mayor presencia en redes.

- **Experiencia del Usuario:**

Diseñar una plataforma digital que se destaque por la facilidad en sus uso y navegación, donde los padres puedan obtener información de gran importancia frente a los eventos que se puedan presentar en el jardín, comunicación ágil. La personalización de contenido, incluyendo blogs, testimonios y videos, generara una mayor conexión y confianza con los padres.

- **Enfoque de redes sociales:**

Aprovechar plataformas como Instagram, Facebook para contar historias que reflejen el día a día del jardín, las experiencias de los niños. El uso de videos cortos y gráficos atractivos puede ayudar a conectar emocionalmente con los padres.

- **Indicadores de rendimiento:**

Establecer indicadores de rendimiento (KPI) que sean claves para medir la efectividad de las estrategias implementadas de marketing digital, como el tráfico web, conversiones y la interacción en redes sociales. Esto sera de gran ayuda para ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos.

- **¿Por qué implementaremos un plan de innovación ?**

Actualmente el jardín utiliza estrategias de marketing tradicional es por esto que se necesita una presencia digital sólida y efectiva, por ello queremos implementar un plan de acción de innovación en marketing digital enfocado en la fraternidad de padres para el Jardín Infantil Lukas Kindergarten, implementar esta estrategia no solo ayudara la comunicación y el sentido de comunidad dentro del jardín infantil, sino que también refuerza la relación entre las familias y el jardín. Al adoptar herramientas digitales, se facilita la participación de los padres, se ofrece contenido de valor promoviendo el desarrollo social y emocional de los niños, lo que genera una mayor lealtad, crecimiento del jardín, impacto positivo en la experiencia educativa de los niños y un mejor posicionamiento en el mercado educativo.



¿En qué vamos a innovar?

Innovaremos al crear esta fraternidad de padres que se enfocara en introducir nuevas formas de colaboración, comunicación y participación familiar dentro del entorno educativo. Por medio de esta fraternidad, desarrollaremos **actividades** tales como:

- **Integración digital:**

Se implementarán plataformas digitales y aplicaciones que faciliten la interacción entre padres y profesores generando una comunicación más directa y acertiva.

- **Programas de participación:**

Se llevaran acabo actividades como talleres, eventos educativos y actividades extracurriculares en las que los padres participen de un manera mas activa en el proceso educativo de sus hijos.

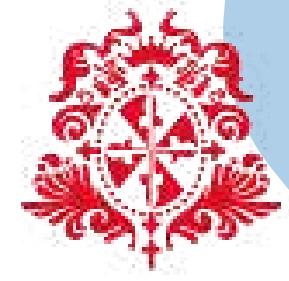
- **Red de apoyo:**

Se implementara un sistema en el cual los padres puedan compartir experiencias y conocimientos, fomentando el apoyo entre los mismos ,dando como resultado una comunidad más unida.

- **Personalización de la experiencia educativa:**

La fraternidad desarrollara las actividades del jardín infantil acorde a las necesidades y expectativas de cada una de las familias, asegurando una educación más personalizada enfocada en el bienestar de los niños.

Objetivo del plan de Innovación



Universidad del
Rosario

El objetivo de esta fraternidad es Proporcionar un programa continuo de aprendizaje y apoyo para los padres, donde hayan cursos interactivos con temas de valor no solo para la educación de sus hijos sino para ellos como padres, generar una red de apoyo en donde se hagan distintas actividades de integración y se pueda crear esa comunidad de padres que pueden hablar de cualquier tema y hacer cualquier actividad.

A través de esta fraternidad, los padres pueden participar de manera más activa en eventos escolares, talleres y actividades relacionadas con el desarrollo de sus hijos. Esto aumenta la percepción de valor de la institución

La innovación tecnológica puede facilitar la creación de una fraternidad de padres, utilizando plataformas digitales para organizar reuniones, compartir contenido educativo y coordinar actividades. Esto añade un componente moderno y accesible a la iniciativa.



Vision Statement

Desarrollar un espacio educativo integral donde los niños crecen con felicidad y límites, apoyados por un ambiente colaborativo entre padres y profesores.

Target Group	Needs	Product	Value
<p>Padres de familia preocupados por el desarrollo educativo de sus hijos.</p> <p>Clientes: Familias que buscan un enfoque de crianza con disciplina positiva y aprendizaje experiencial.</p> 	<p>Los padres buscan un entorno seguro y estimulante donde sus hijos desarrollen habilidades sociales y emocionales. Quieren ser participes en la educación de sus hijos y poder estar en constante comunicación con los profesores.</p> 	<p>Lukas ofrece un enfoque educativo basado en la felicidad con límites, con el apoyo de la Fraternidad de Padres. Por medio de un ambiente estructurado y creativo, los niños aprenden de manera experiencial y los padres colaboran en su crecimiento.</p> 	<p>Desarrollar la confianza y satisfacción de los padres al participar activamente en la educación de sus hijos, consolidando la reputación de Lukas como líder en educación infantil integral.</p> 

Grupo de Usuarios	Públicos	Necesidades	Producto	Funcionalidad	Valor
1. Niños	Estudiantes del jardín infantil (de 2 a 6 años)	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje interactivo • Diversión • Socialización • Seguridad 	Ambiente de aprendizaje integral y dinámico.	Desarrollo de habilidades cognitivas, emocionales y sociales por medio de actividades educativas y lúdicas.	Estimulación del desarrollo integral de los niños en un ambiente creativo, seguro y feliz.
2. Padres primerizos	Padres con niños pequeños que asisten por primera vez al jardín infantil.	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Confianza • Participación activa • Información detallada 	Comunicación acertiva y continua con el jardín infantil de sus hijos.	<ul style="list-style-type: none"> • Notificación de fechas importantes • Reportes diarios de las actividades de sus hijos • Acceso a contenido sobre el desarrollo de sus hijos 	Participación constante en el desarrollo educativo de sus hijos
3. Padres con más de un hijo	Padres con más de un hijo inscrito en el jardín infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Comodidad • Confianza en el sistema educativo • Ahorro 	Descuentos en matrículas para más de un hijo	Incentivos financieros y mayores soluciones logísticas a las familias.	Accesibilidad al jardín, facilitando la educación de varios hijos sin incrementar en los costos de matrícula.
4. Profesores	Encargados de la educación en el jardín infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas pedagógicas efectivas • Ambiente de trabajo colaborativo 	Plataformas para la gestión de clases y actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales educativos • Planificación de clases 	Optimización sobre el proceso educativo, permitiendo que los profesores tengan como principal objetivo el desarrollo pedagógico de cada estudiante.
5. Fraternidad de padres	Comunidad de padres que hacen parte del Jardín Infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio de experiencias • Apoyo emocional y social 	Espacios de conexión y formación	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades para los padres • Grupos de apoyo 	Formación de un programa de aprendizaje y apoyo para los padres, proporcionando cursos interactivos, grupos de apoyo con distintas actividades de integración.

“Lukas Kindergarten es un espacio donde los niños se desarrollan integralmente en un ambiente seguro y creativo, mientras sus padres encuentran tranquilidad al ser parte de la educación de sus hijos. Ofrecemos soluciones personalizadas para las familias, optimizamos el trabajo pedagógico de los profesores y construimos una comunidad fuerte por medio de la fraternidad de padres. Juntos, fomentamos el entorno educativo donde el aprendizaje va mas alla del salon de clase y el apoyo mutuo fortalece a todos sus miembros”.



Caracterización de los Públicos



CLIENTES

Público 1

Padres profesionales ocupados

Padres primerizos

Colegios

Otros cuidadores

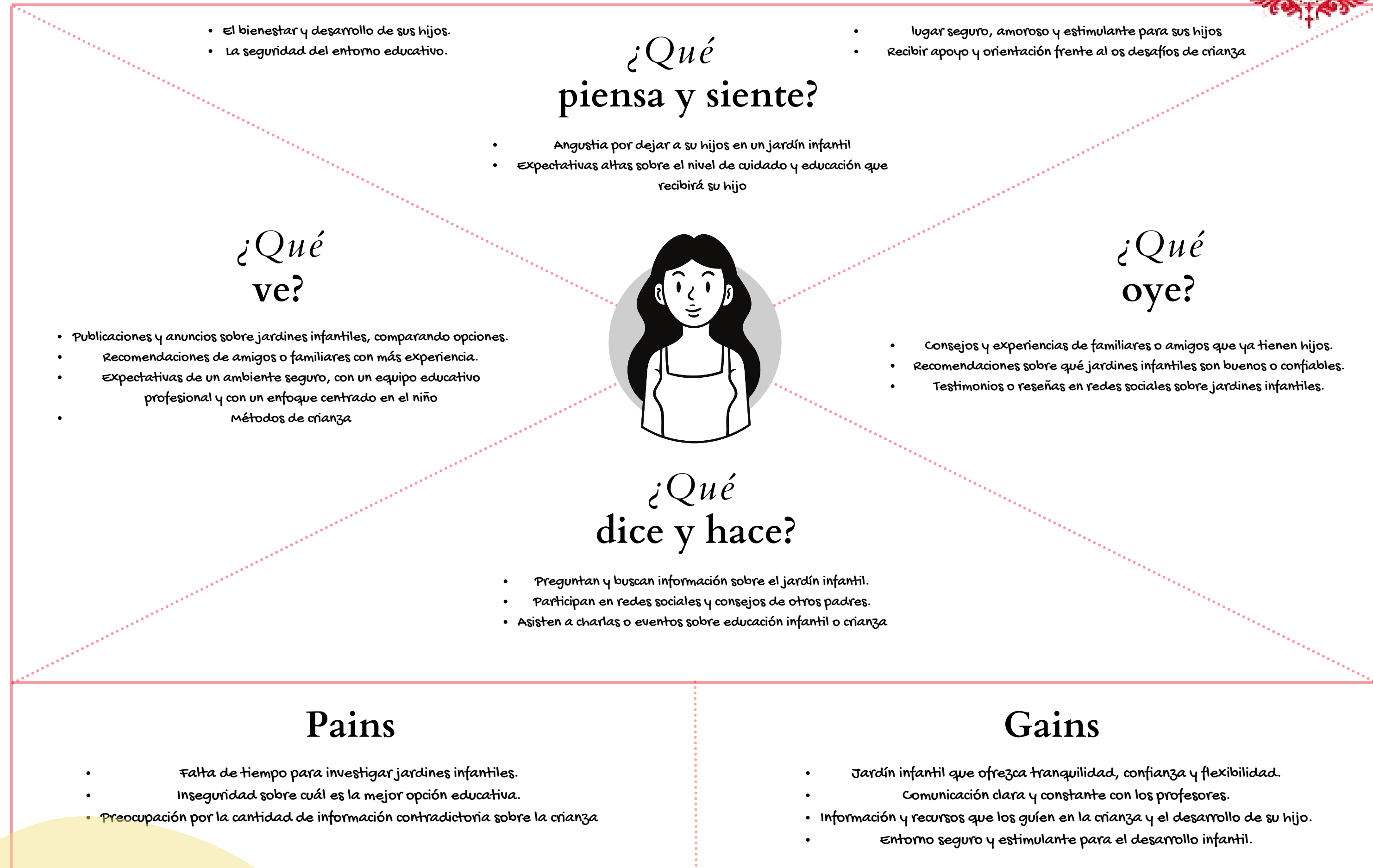
Público 2

Familias con múltiples hijos

Opción económica que cuiden a sus hijos

Padres indecisos





Tensiones, Dolores y Oportunidades



Dolor 1: Falta de confianza de los padres

Los padres pueden sentir inseguridad al no poder estar presentes y no saber cómo se llevan a cabo las actividades que realizan sus hijos en el jardín.

Dolor 2: Desconexión emocional de los niños

Algunos niños pueden sentirse inseguros o poco motivados en un entorno que no les brinda suficiente bienestar emocional y límites claros.

Tensión 1: Equilibrio entre libertad y disciplina

Los padres desean que sus hijos disfruten el poder ser creativos, pero también exigen que haya límites claros para asegurar el óptimo desarrollo de los niños.

Tensión 2: Modernidad vs. Tradición

Existe una tensión entre ofrecer un enfoque innovador de aprendizaje digital y mantener prácticas educativas tradicionales que los padres realmente valoran.

Oportunidad Estratégica 1: Comunicación constante y transparente

Desarrollar una aplicación o sistema de comunicación donde los padres puedan ver las actividades y avances diarios de sus hijos, fortaleciendo su tranquilidad y confianza.

Oportunidad Estratégica 2: Creación de contenido especializado

Producir recursos educativos que expliquen la filosofía de "felicidad con límites" y su impacto positivo en el desarrollo educativo de cada niño, destacando su valor frente a otros jardines.

Oportunidad Estratégica 3: Implementar experiencias sensoriales

Incorporar actividades basadas en el enfoque educativo que promuevan la exploración, el autodescubrimiento y el aprendizaje a través del juego.

Oportunidad Estratégica 4: Capacitación digital para padres y niños

Brindar talleres y recursos digitales para enseñar habilidades tecnológicas tanto a los padres como a los niños, adaptando a la comunidad educativa con las tendencias actuales.

Oportunidad Estratégica 5: Construir una comunidad online

Desarrollar una plataforma o grupo exclusivo donde los padres puedan intercambiar experiencias, compartir consejos, y recibir apoyo emocional, haciendo que el jardín sea más que un lugar físico, sino una red de apoyo.





Definición y presentación del servicio



Lukas Kindergarten* es un jardín infantil que ofrece un enfoque integral y personalizado para el desarrollo infantil, combinando aprendizaje experiencial, creatividad y valores. Con el concepto de "felicidad con límites", Lukas fomenta un entorno donde los niños pueden explorar libremente, mientras desarrollan habilidades sociales y emocionales bajo una estructura de disciplina positiva. Además, Lukas cuenta con la ***Fraternidad de Padres***, un espacio de colaboración activa entre padres y profesores, que fortalece la conexión familiar y garantiza que el aprendizaje continúe en casa. Por medio de metodologías innovadoras, como el juego sensorial y la educación digital, Lukas proporciona una experiencia educativa de alta calidad, donde cada niño puede descubrir su potencial en un ambiente seguro, inclusivo y estimulante.



Customer Journey

Pasos de la experiencia ¿Qué paso de la experiencia estás describiendo?	Busca un jardín	Compara jardines	Decide el jardín	Matricula y Recomienda
Acciones ¿Qué hace el cliente en esta etapa?	Busca información sobre jardines infantiles en línea Escucha recomendaciones de amigos y familiares	Compara diferentes jardines y los clasifica Visita paginas webs lee reseñas Asiste a Open days	realiza preguntas específicas consulta con la pareja evalua los costos y beneficios evalua los beneficios	completa la inscripcion realiza el pago habla del jardín con sus amigos y familiares
Touchpoints: ¿En que medios o canales realiza estas acciones? ¿ Por donde podemos interactuar con el para esas acciones?	redes sociales Página web Anuncios en buscadores Recomendaciones personales	Pagina web visitas al jardín reseñas en línea eventos de puertas abiertas	interacción directa con el personal del jardín consultas telefonicas correos electronicos Pagina web	formularios de inscripcion y pagos comunicacion con el personal del jardín plataformas internas digitales del jardín comparte sus experiencias con sus amigos y familiares por redes sociales
Pensamiento ¿en que esta pensando el cliente en este momento?	" Necesito encontrar un buen lugar para el cuidado y educación de mi hijo"	¿Cual es la mejor opcion para mi hijo? ¿este lugar es seguro y de calidad? ¿ Se sentira bien mi hijo aqui?	¿estoy tomando la mejor decision para mi hijo? ¿sera el lugar mas adecuado en terminos de costos? ¿sera el lugar mas adecuado en terminos de calidad? ¿sera el lugar mas adecuado en terminos de distancias?	¿quiero contarles a todos los papas que conozco mi experiencia? espero que mi hijo se adapte bien y disfrute del lugar veo feliz, seguro y aprendiendo a mi hijo?
Sentimientos ¿Como se siente realizando estas acciones?	 Ansiedad, incertidumbre, esperanza	 curiosidad, analisis, esperanza	 determinación, preocupacion por hacer la elección correcta	 Satisfacción, Alivio, Confianza
¿Que le puedo ofrecer como marca?	Publicar contenido informativo en redes sociales Testimonios de padres satisfechos Optimizar la pagina web para SEO Anuncios de google Ads	ofrecer tours virtuales y días abiertos mostrar testimonios y reseñas positivas Detallar los programas educativo hacer énfasis en las medidas de seguridad en la pagina web (instalaciones, personal etc)	Atención personaliza y agil ofrecer detalles de costos y beneficios proporcionar informacion sobre programas de descuentos ej: hermanos, refecreidores	Ofrecer bienvenidas personalizadas, kits e informacion detallada para el primer dia envio de newsletter mensual Mantener comunicacion constante con los padres por diferentes canales



Las implicaciones de todo lo mencionado en la estructura del jardín Lukas kindergarten son diversas y abarcan varios niveles, desde el enfoque educativo hasta la organización interna.

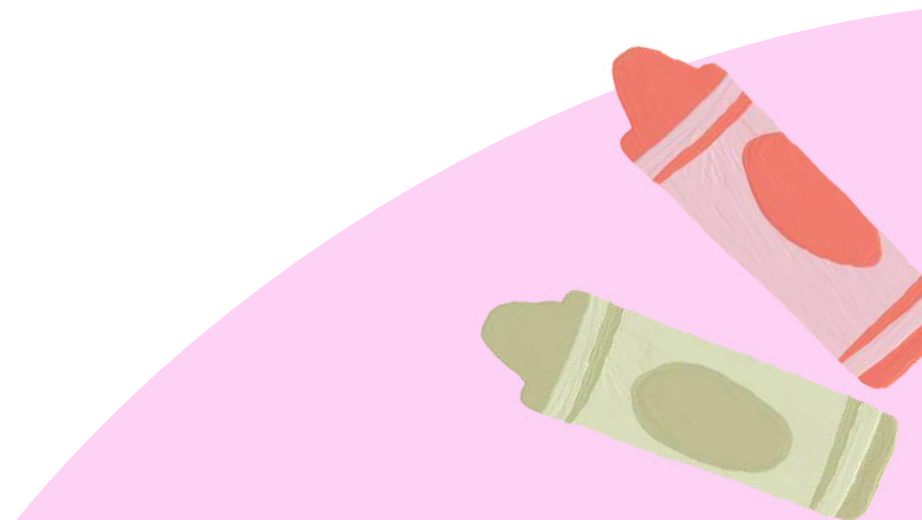
En primer lugar la filosofía educativa centrada en la felicidad con límites queremos que el eje central de todas las actividades, programas y procesos de enseñanza gire entorno a esta filosofía. Por otro lado, nuestra fraternidad de padres implica involucrar a los padres de manera activa en la educación, se requiere una estructura organizativa que facilite esta colaboración. Implica crear plataformas o mecanismos de interacción continua, como reuniones frecuentes, talleres para padres y sesiones de retroalimentación.

Es importante destacar que Lukas tendrá que crear espacios y port unidades que reflejen su enfoque de aprendizaje experiencial, esto requerirá infraestructura adecuada (aulas, laboratorios, áreas de juego) y personal con las habilidades para implementar actividades que impacten positivamente el tipo de educación que queremos transmitir

En conclusión, necesitará una estructura organizacional dinámica y colaborativa, con una fuerte interconexión entre la gestión pedagógica, la participación activa de los padres y la estrategia de comunicación digital. Esto asegurará que todos los actores, internos y externos, estén alineados con la visión y estrategia que quiere Lukas kindergarten a futuro



SOCIAL MEDIA



I. Diagnostico Empresarial básico: Lukas Kindergarten

• Atributos Visuales

- colores muy fuertes
- actividades diarias
- eventos
- sin orden
- espacios seguros
- fotografías de baja calidad
- no actualizado
- imágenes en desorden
- felicidad

• Marca

- identidad:
- entorno educativo seguro creativo y estimulante
- bienestar emocional social y cognitivo
- comunidad
- diversión en el aprendizaje

• Atributos Funcionales

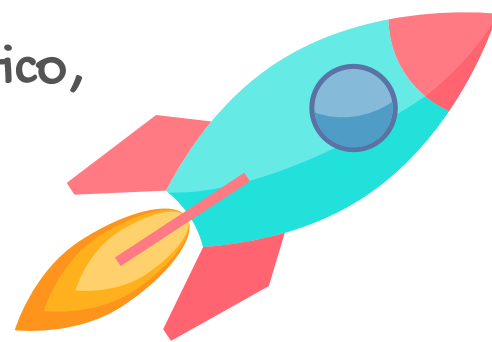
- flexibilidad horaria
- clases pequeñas
- asesorías de tareas
- Extracurriculares
- vacaciones recreativas
- alimentación
- cursos preescolares

• Atributos Narrativos

- valores y principios
- misión y visión
- historia
- lugar seguro y feliz
- lema

• Promesa "Felicidad con Limites"

- imagen corporativa: logo, merchandising, instalaciones, tipografía
- posicionamiento: cercanía, desarrollo holístico, flexibilidad





- **Públicos Actuales:**

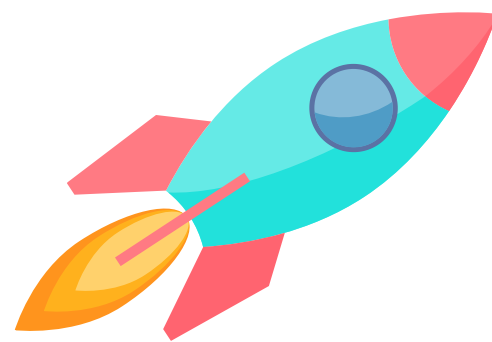
Padres de niños entre 2 y 5 años, que buscan un ambiente educativo seguro y enriquecedor para sus hijos. Son familias comprometidas con la educación de sus hijos y valoran la cercanía y comunicación que ofrece el jardín.

- **Públicos Potenciales:**

Padres primerizos o con hijos pequeños que buscan su primer jardín infantil o están evaluando opciones. También incluye familias con niños en edad preescolar que están considerando un cambio de institución educativa.

- **Públicos Perdidos:**

Padres que podrían haber tenido problemas con la comunicación, expectativas insatisfechas o que encontraron una opción que consideraron mejor en cuanto a costo, ubicación o servicio.



2. Diagnostico Empresarial básico: Pequeños Encantos

• Atributos Visuales

- No manejan una paleta de colores
- Actividades del día a día
- Fechas representativas
- Sin coherencia en las publicaciones
- Manejo de historias destacadas
- Galería de Imágenes
- Información de contacto
- Servicios y actividades

• Marca

- Bienestar Emocional
- Compromiso con la educación
- Participación activa de los padres
- Diversión en el aprendizaje
- Innovador
- Entorno seguro

• Atributos Funcionales

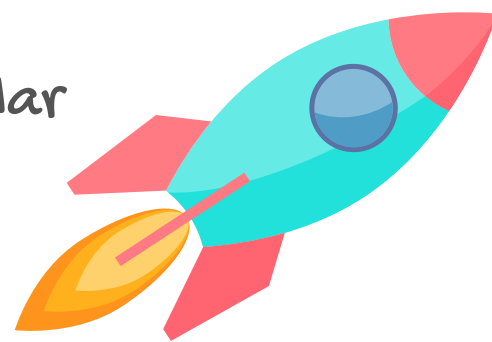
- Servicios Extracurriculares
- Servicios Institucionales
- Alimentación
- Aulas Virtuales
- Convenios

• Atributos Narrativos

- Sedes
- Admisiones
- Filosofía
- Historia

• Promesa "Felicidad con Limites"

- Cuidado y seguridad: Garantizar un entorno seguro para los pequeños.
- Aprendizaje a través del juego: Fomentar el aprendizaje a través de actividades lúdicas.
- Desarrollo emocional y social: Ayudar a los niños a desarrollar habilidades sociales y emocionales.



- **Públicos Actuales:**

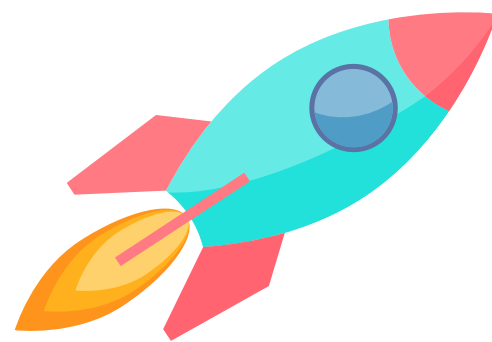
Padres de niños entre 1 y 5 años que buscan lo mejor para sus hijos, valorando la comunicación abierta y el apoyo que reciben de los profesores.

- **Públicos Potenciales:**

Padres primerizos que buscan la mejor opción para la educación de sus hijos y valoran conocer las metodologías y beneficios que ofrece el jardín.

- **Públicos Perdidos:**

Padres que tuvieron experiencias negativas sobre la calidad del servicio y falta de comunicación frente a los requerimientos esenciales sobre la educación de sus hijos.



I. Diagnóstico Empresarial básico: Gimnasio Santa Ana del Norte

• Atributos Visuales

- No maneja una paleta de colores
- Sin coherencia en sus publicaciones
- Información de contacto
- Manejo de historias destacadas
- Presentación de las instalaciones
- Servicios y actividades
- Testimonios

• Marca

- Un lugar seguro y confiable para los niños.
- Educación integral que promueve el bienestar emocional de los niños.
- Enfoque educativo centrado en los valores y en el cuidado personalizado de cada niño.
- Aliado para los padres en la crianza y educación de sus hijos.

• Atributos Funcionales

- Convenios
- Pagos en línea
- Portafolio de servicios
- Formularios de contacto

• Atributos Narrativos

- valores Institucionales
- misión y visión
- historia
- Identidad
- Enfoque académico

• Promesa

- Entorno seguro y amoroso donde cada niño pueda descubrir el mundo a su ritmo
- Generar experiencias educativas significativas que nutren su desarrollo integral.
- Acompañamiento familiar



• Públicos Actuales:

Padres con niños entre los 1 a 9 años de edad que Confían en el servicio del jardín y su enfoque educativo., Buscan calidad de la atención y el desarrollo de sus hijos y con ello valoran la seguridad, el ambiente amoroso y el crecimiento integral de sus hijos.

• Públicos Potenciales:

Padres primerizos que están considerando inscribir a sus hijos en el jardín, pero aún están en fase de evaluación y quieren tener una comunicación clara sobre los beneficios y el enfoque diferenciador del jardín. Sentir confianza en la seguridad y bienestar de sus hijos.

• Públicos Perdidos:

Padres insatisfechos insatisfacción con algún aspecto, cambio de residencia, o por preferencia de otro jardín. los cuales figuen buscando un entorno adecuado para el crecimiento de sus hijos. Pueden estar abiertos a reconsiderar si encuentran mejoras o cambios en el jardín.



I. Diagnóstico Empresarial básico Innova Schools

• Atributos Visuales

- No maneja una paleta de colores
- Sin coherencia en sus publicaciones
- Información de contacto
- Manejo de historias destacadas
- Servicios y actividades
- Testimonios

• Atributos Funcionales

- Programas de beneficios
- Portafolio de servicios
- Formularios de contacto

• Atributos Narrativos

- Modelo Educativo
- Testimonios
- Comunidad educativa
- Valores

• Marca

- Formación de personas integrales, preparadas para enfrentar los desafíos del futuro.
- Enfoque innovador y colaborativo
- Inclusión y el desarrollo de habilidades clave.

• Promesa "Felicidad con Límites"

- Proporcionar una educación transformadora que prepare a cada estudiante
- Metodologías innovadoras, tecnología avanzada y atención personalizada.
- Fomentar el desarrollo integral de los estudiantes
- Habilidades críticas y valores ético



- **Públicos Actuales:**

Padres que confían en la calidad educativa y el enfoque innovador de la institución. Buscan continuidad en la educación y el desarrollo de sus hijos y con ello valoran el ambiente seguro y colaborativo del colegio.

- **Públicos Potenciales:**

Padres que buscan un colegio que ofrezca un enfoque moderno y personalizado en la educación. Están comparando diferentes opciones y evaluando los beneficios de cada una.

- **Públicos Perdidos:**

Padres que tomaron la decisión de irse por razones como insatisfacción con el servicio, cambios de residencia o preferencia por otro colegio, pero .Siguen buscando opciones educativas adecuadas para sus hijos. Pueden estar abiertos a reconsiderar si ven mejoras significativas en la institución.

Matriz de Posicionamiento



I. Atributos Visuales

Dinámico

No cercano

Cercano

No Dinámico



Matriz de Posicionamiento

2. Atributos Funcionales



Bilingüe



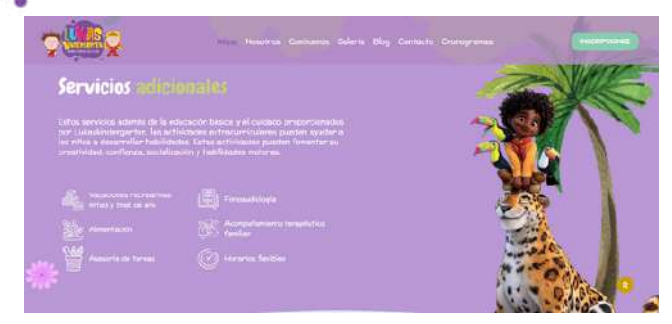
No flexible



Flexible



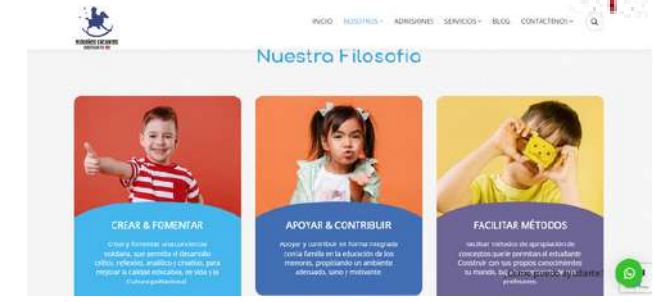
No Bilingüe



Matriz de Posicionamiento

3. Atributos Narrativos

Aprendizaje tradicional



Sin limites

Con limites



Aprendizaje innovador

BRAND VALUE



Brand Awareness

Lukas Kindergarten es reconocido por su enfoque innovador en la educación preescolar y la conexión con las familias. Los padres identifican a Lukas como sinónimo de fraternidad, seguridad y desarrollo integral en un entorno educativo.

Perceived Quality

Lukas Kindergarten se destaca por su excelencia en la educación personalizada también por ser un ambiente seguro, con instalaciones innovadoras y una metodología que equilibra las reglas con la felicidad y el desarrollo emocional y cognitivo.

Brand Association

Los padres asocian a Lukas Kindergarten con una comunidad cercana, donde la educación va de la mano con el bienestar emocional y la felicidad con los límites.

Brand Loyalty

Los padres que eligen Lukas Kindergarten tienden a recomendarlo a otros, reforzando nuestro enfoque en la fidelización a través de programas de referidos y actividades familiares, lo que mantiene a las familias comprometidas y conectadas a largo plazo.



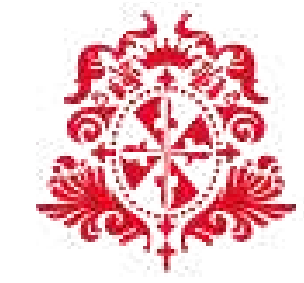
Lukas Kindergarten

- Metodología de aprendizaje: utilizamos el juego como alternativa de enseñanza
- Equilibrio entre la libertad y los límites en la crianza de sus hijos, priorizando el desarrollo emocional.
- Pedagogía Innovadora: combinamos el juego y la tecnología para un desarrollo integral.
- Educación que involucre a los padres en el proceso de aprendizaje, con comunicación abierta y constante.
- Felicidad con Límites: Promovemos un entorno seguro y controlado donde los niños son libres de explorar y aprender dentro de una estructura definida.
- Métodos educativos modernos que preparen a sus hijos para un mundo en constante cambio.
- Felicidad con Propósito: Un espacio donde los niños son felices, pero dentro de un marco estructurado que los prepara para el futuro.
- Formación Integral: Desarrollo emocional, social y cognitivo en un entorno dinámico y enriquecedor.
- Compromiso Familiar: Las familias se involucran activamente, siendo parte fundamental del proceso educativo de los niños.
- Creatividad sin Límites: Espacios diseñados para que los niños exploren su imaginación de manera guiada y productiva.
- Educación Consciente: Métodos educativos que equilibran la diversión, el aprendizaje y el bienestar emocional.
- Autoconfianza: creamos un entorno donde cada niño puede expresarse y desarrollarse a su ritmo.
- Espacios donde las familias pueden interactuar, compartir experiencias y crecer juntas.
- Ambientes seguros, creativos y estructurados donde sus hijos puedan desarrollarse felices.

**Padres
de
familia**



Brand Essence	Concepto	Contenido
Diversión estructurada	Felicidad con Límites	Espacio donde los niños aprenden mientras juegan de manera guiada y segura.
Innovación pedagógica	Crecimiento Integral	Programa educativo innovador que combina tecnología y pedagogía moderna.
Conexión familiar	Comunidad de Aprendizaje	Espacios donde padres y maestros colaboran para el desarrollo emocional de los niños.
Educación emocional	Equilibrio entre Libertad y Estructura	Enfoque educativo que prioriza la autonomía de los niños dentro de un marco con límites claros.
Inclusión y diversidad	Desarrollo sin Barreras	Un entorno inclusivo donde cada niño tiene la oportunidad de crecer a su ritmo.



En Lukas Kindergarten creemos que los niños crecen mejor cuando se sienten seguros, felices y libres de explorar su imaginación. Porque jugar también es aprender.



INSCRIPCIONES ABIERTAS

@lukaskindergarten
310 2760840



2-5 AÑOS
Lunes-viernes
Horarios flexibles



Donde cada día es una nueva aventura, impulsada por la curiosidad, la creatividad y el amor. ¡Un lugar donde los sueños se hacen realidad!

- ✓ Alimentación
- ✓ Vacaciones recreativas
- ✓ Fonoaudiología
- ✓ Acompañamiento terapéutico familiar
- ✓ Asesoría de tareas

INSCRIPCIONES ABIERTAS

Visita nuestra página web
www.lukaskindergarten.com



Nuestros pequeños no solo aprenden, se preparan para un futuro lleno de posibilidades. Con cada paso, construimos un mañana lleno de oportunidades.

Métodos educativos que equilibran:

- ✓ La diversión
- ✓ El aprendizaje
- ✓ El bienestar emocional



Promovemos un entorno seguro y controlado donde los niños son libres de explorar y aprender dentro de una estructura definida.

INSCRIPCIONES ABIERTAS

310 2760840 @lukaskindergarten



Lukas Kindergarten es más que un espacio de aprendizaje: es un lugar donde cada niño crece a su propio ritmo, rodeado de cariño y apoyo.

- ✓ **Pedagogía innovadora**
- ✓ **Metodología de aprendizaje**
- ✓ **Ambientes seguros, creativos y estructurados**
- ✓ **Formación Integral**


MÁS INFORMACIÓN 

 www.lukaskindergarten.com

Creemos que el aprendizaje es un viaje compartido, creamos espacios para que las familias crezcan y aprendan juntas, compartiendo experiencias y formando parte del desarrollo de sus hijos

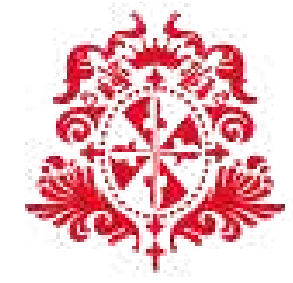
- ✓ Comunidad educativa
- ✓ Desarrollo integral
- ✓ Espacios de diálogo
- ✓ Red de apoyo

INSCRIPCIONES ABIERTAS

-  310 2760840
-  @lukaskindergarten



Look and Feel



Universidad del
Rosario



Objetivo:

Aumentar el reconocimiento de la marca Lukas Kindergarten a través del incremento en un 50% de las vistas o impresiones en Instagram durante Q4 del 2025, con el fin de aumentar el número de matrículas.

Estrategias:

1. Optimización de contenido visual y audiovisual:

Crear contenido atractivo, relevante y dinámico que conecte con el público objetivo, usando los valores de la marca (vanguardia digital, fraternidad de padres, felicidad con límites). Por medio de publicaciones visualmente atractivas, Reels en Instagram, testimonios de padres y estudiantes sobre la experiencia educativa tanto en Instagram y Facebook como en YouTube.

2. Campañas pagadas segmentadas:

Implementar campañas de publicidad pagada en Instagram, enfocadas en el público objetivo (padres, adolescentes y jóvenes adultos), optimizando el alcance mediante el uso de audiencias personalizadas basadas en intereses y comportamientos. Por medio de anuncios en formato de videos cortos, anuncios en stories, y carrouseles con CTA ("inscríbete hoy", "conoce nuestra filosofía" etc).

3. Colaboraciones con microinfluencers y embajadores de la marca:

Trabajar con microinfluencers y figuras relevantes que compartan la visión y valores de Lukas para generar contenido orgánico que resuene con sus seguidores y el público objetivo. por medio de publicaciones y videos colaborativos, lives educativos, concursos o giveaways enfocados en la comunidad escolar.

Tácticas

1. Producción de videos cortos para reels y youtube:

Crear videos que demuestren la experiencia educativa en Lukas kindergarten, la interacción entre padres, profesores y estudiantes, y destacar el ambiente del jardín, con una frecuencia: 1-2 videos semanales durante Q4.

2. Campañas de Ads pagados en Instagram y youtube:

Desarrollar campañas con anuncios atractivos y mensajes clave con optimización de audiencias como: "Educación con felicidad y límites", "educación experiencial para tus hijos", "Únete a nuestra fraternidad de padres".

3. Colaboración con microinfluencers:

Con 5-7 microinfluencers locales que se alineen con los valores de Lukas y generar contenido colaborativo. se realizarían 2 colaboraciones mensuales durante Q4.

KPIs para medir el desempeño

- **Impresiones:**

Número de veces que el contenido se muestra en Instagram y Youtube (Meta: 50% de incremento en impresiones).

- **Tasa de interacción:**

Medir la cantidad de interacciones (likes, comentarios, shares) que genera el contenido en cada plataforma. Meta: 10% de aumento en la tasa de interacción.

- **Clics en anuncios:**

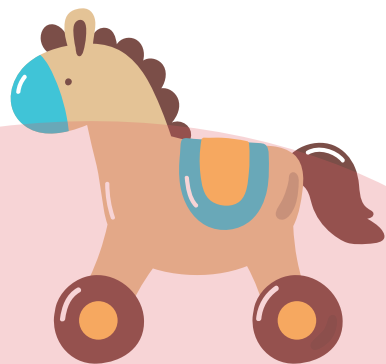
Número de clics que llevan a la página de inscripción o a contenido educativo. Meta: Incremento del 30% en clics en comparación con Q4 del 2024

- **Número de matrículas:**

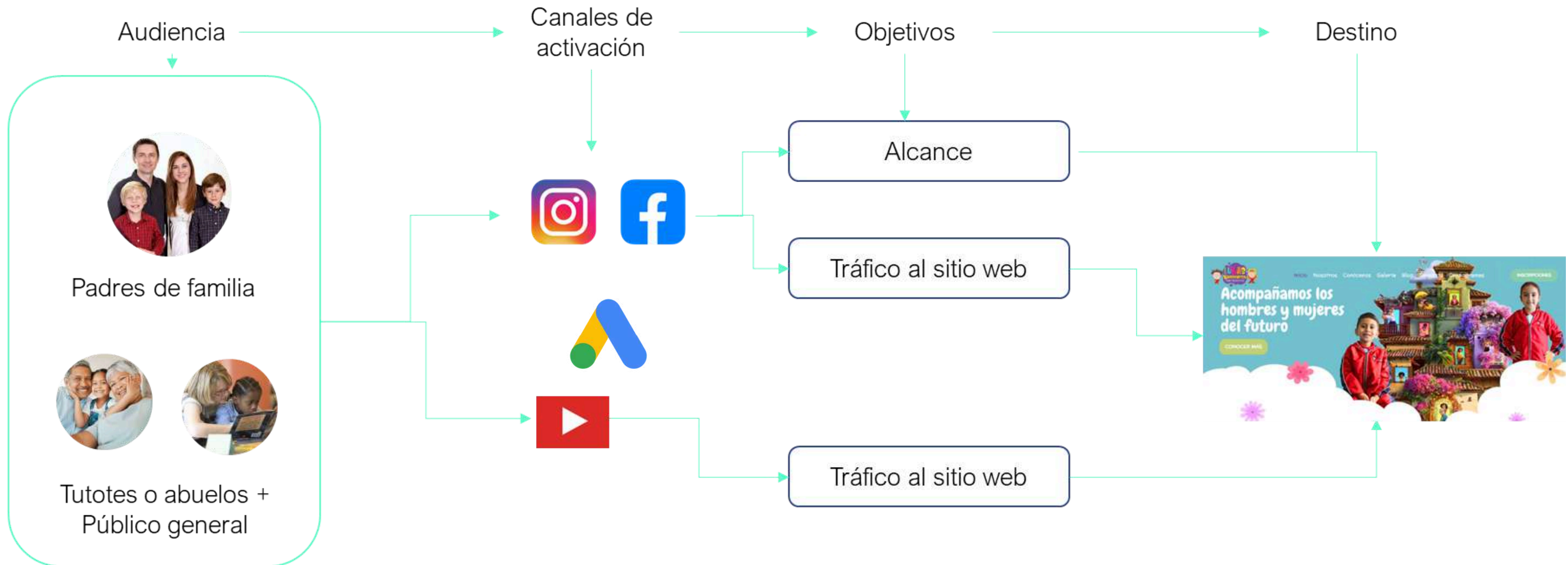
Monitorear el aumento en las inscripciones como resultado de las campañas. Meta: Incremento del 20% en nuevas matrículas durante Q4.

Cronograma:

octubre 2025	Desarrollo de contenido visual y colaboración con influencers.	Lanzamiento de las primeras campañas pagadas en Instagram y youtube.
Noviembre 2025	Optimización de las campañas basadas en el rendimiento (mid-campaign review)	Incremento en la frecuencia de publicación de videos.
Diciembre 2025	Continuación de colaboraciones con influencers.	Finalización de las campañas pagadas con un análisis del rendimiento total. Monitoreo de conversiones en matrículas.



Estructura de una campaña de social media



Estructura de una campaña de social media



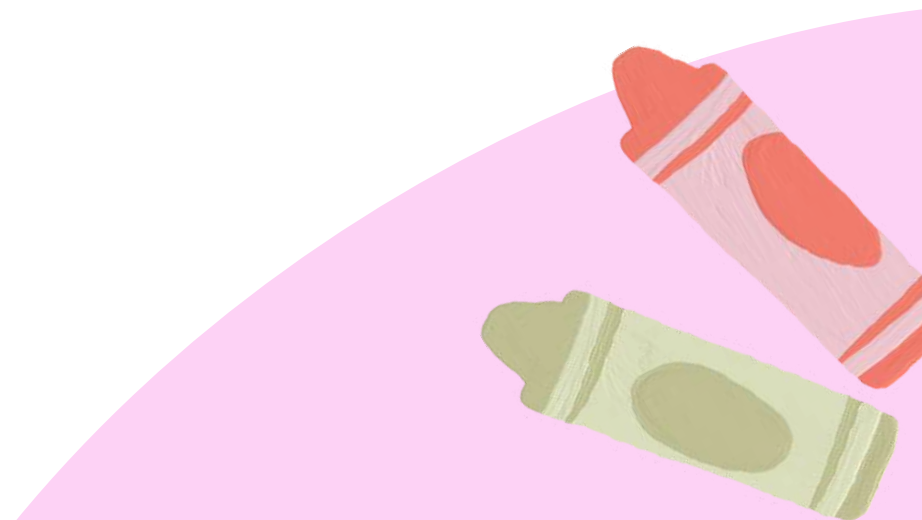
Presupuesto de la campaña:

	INVERSIÓN	KPI	OBJETIVO
Google Ads	11 1 11	11 11	
META	11 1 11	11 11	11 11
Youtube Ads	11 11	11 11	11 11
INVERSIÓN TOTAL		11 1 11	





ANALÍTICA Y TOMA DE DECISIONES



Comunidad

Población Colombiana

52.21 Millones



Población Femenina

50,70% De la población total Colombiana



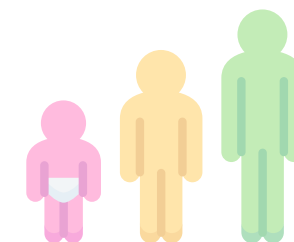
Población Masculina

49,3% De la población total Colombiana



Edad Media de la población

31,9 años



Población (25 a 29 años)

4,46 Millones.

8,5% de la población total colombiana



Población (30 a 34 años)

4,40 Millones.

8,4% de la población total colombiana



Población Urbana

82,5% De la población total Colombiana



Comunidad Digital

Usuarios Activos en Redes Sociales

36.70 Millones
70.3% de la población total colombiana



Sitios Web visitados

- Redes Sociales: 99.0%
- Chats y mensajes: 98.4%
- Portales web: 93.9%
- Compras: 73.9%



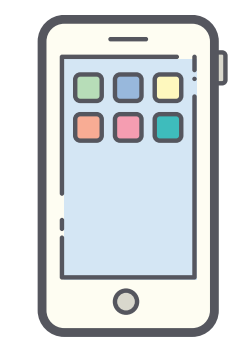
Usuarios que usan internet

39.51 Millones de usuarios utilizan Internet
75.7% de la población total colombiana



Conexiones móviles celular

98.9% De la población total Colombiana



Internet

Dispositivos utilizados para acceder a internet en Colombia

- SmartPhone: 91.6%
- Laptop: 73.2%
- Tablet: 21.4%



Tiempo Internet en dispositivos móviles

4 Horas 47 minutos



Tiempo en Internet

8 Horas 43 minutos



Razones de uso internet en Colombia

- Buscar información: 74.2%
- Buscar como hacer cosas: 72.2%
- Mantenerse en contacto con amigos y familiares: 65.5%



Redes Sociales

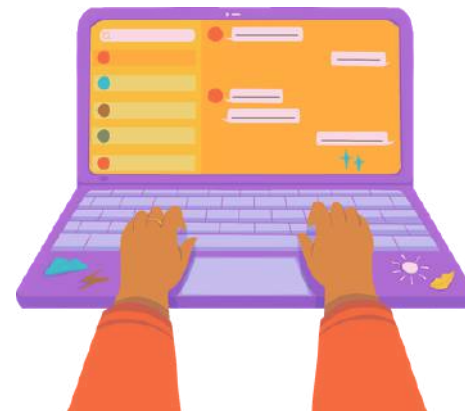
Tiempo en Redes Sociales

3 horas y 32 minutos promedio
por día en las redes sociales



Redes sociales mas usadas en Colombia

- WhatsApp: 92.2%
- Facebook: 89.2%
- Instagram: 86.7%
- Facebook Messenger: 68.2%
- TikTok: 67.8%



Razones de uso internet en Colombia

- Mantenerse en contacto con
amigos y familiares: 55.7%
- Leer nuevas historias: 49.1%
- Buscar Contenido: 40.8%
- Tiempo Libre: 39.9%



Redes Sociales Favoritas

- WhatsApp: 33.7%
- Instagram: 21.4%
- Facebook : 20.5%
- TikTok: 13.0%

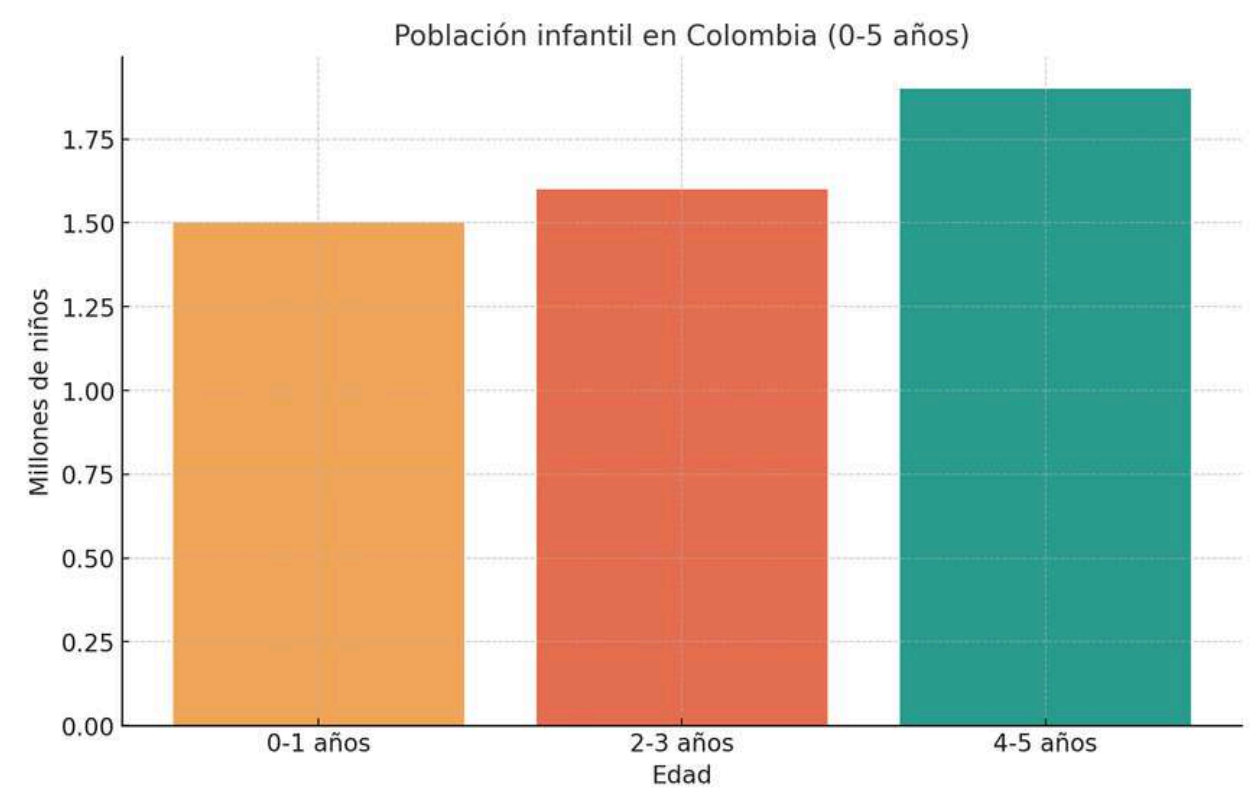


Industria

Demanda de educación preescolar

- Según el DANE, en Colombia hay aproximadamente 5 millones de niños entre 0 y 5 años, lo que muestra una gran demanda potencial para servicios de educación inicial.

- La importancia de la educación inicial ha sido reforzada por estudios que muestran que los niños que asisten a programas preescolares tienen un mejor rendimiento en la educación básica y media.

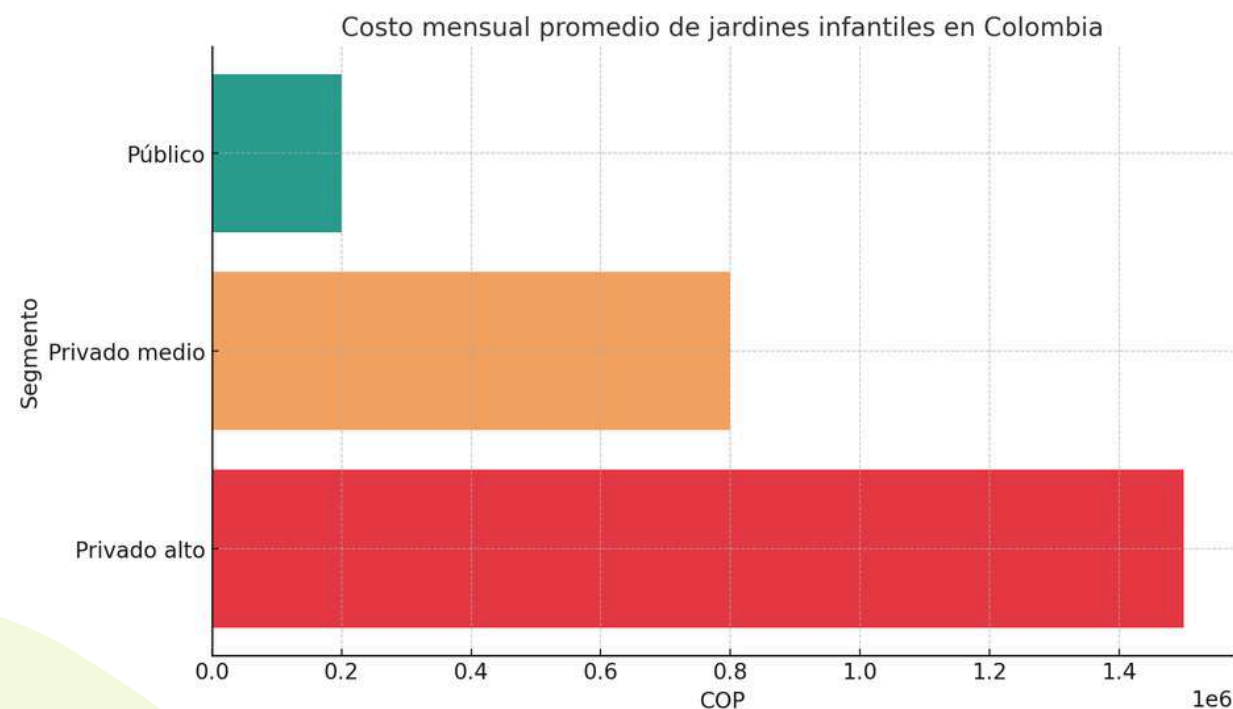


Industria

Regulación y Calidad

- En Colombia, la regulación de los jardines infantiles está a cargo del Ministerio de Educación y las Secretarías de Educación. Para operar, los jardines deben cumplir con estándares de calidad establecidos, como la relación alumno-profesor, infraestructuras seguras y programas educativos aprobados.
- El enfoque en calidad educativa está impulsado por políticas públicas que buscan mejorar la formación integral de los niños desde la primera infancia, alineado con los planes nacionales de Desarrollo Integral Infantil (DII).

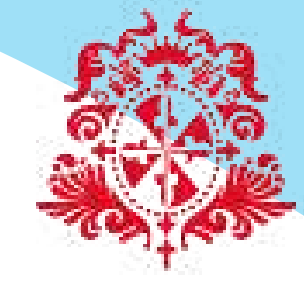
Segmentación de mercados



El mercado de jardines infantiles en Colombia se segmenta en diferentes tipos de servicios:

- Centros privados de alto costo: Jardines con énfasis en metodologías educativas internacionales como Montessori, Reggio Emilia, Waldorf, etc.
- Centros de educación inicial públicos y privados: Con estándares más básicos, pero enfocados en el desarrollo integral.
- Centros bilingües y programas internacionales: Cada vez más demandados por los padres que buscan una educación de calidad global.
- El costo mensual en jardines privados puede variar considerablemente según el servicio y las instalaciones. Para 2022, un jardín infantil en Bogotá de nivel alto podía tener un costo mensual promedio de \$800,000 a \$1,500,000 COP por niño.

Buyer Persona



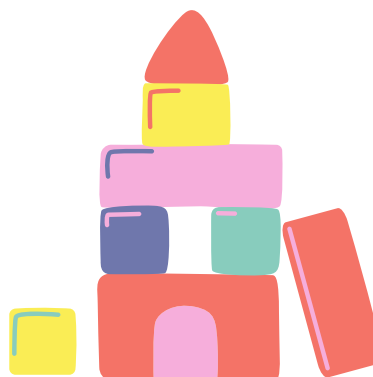
Universidad del
Rosario



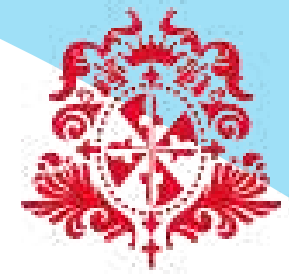
- **Nombre:** Sofia Gomez
- **Edad:** 30 años
- **Ocupación**
- **Estado Civil:** Casada
- **Hijos:** 1 hija de 2 años de edad
- **Ubicación:** Bogotá, localidad de Barrios Unidos
- **Ingresos:** \$ 7.000.000
- **Tamaño del público estimado :** 1.800 - 2.200

Comportamiento Digital:

- Investigar sobre jardines infantiles principalmente en línea.
- Tener mayor información por medio de redes sociales, grupos de padres en Facebook y portales especializados.
- Leer reseñas, testimonios de otros padres y artículos sobre la importancia de la educación temprana.
- Hacer uso de plataformas como Instagram y YouTube para ver videos de experiencias y metodologías educativas



Buyer Persona



Universidad del
Rosario

Canales de Comunicación Preferidos:

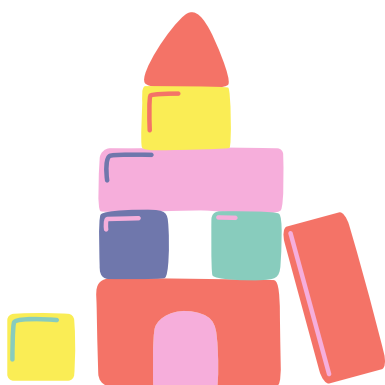
- Redes sociales (Facebook, Instagram)
- Blogs y sitios web educativos
- Videos de YouTube que muestren las instalaciones y testimonios
- Grupos en línea de padres primerizos
- Correo electrónico con información personalizada

Motivaciones:

- Encontrar un jardín que ofrezca seguridad y bienestar para sus hijos
- Les interesa que el jardín tenga un enfoque en el desarrollo integral (cognitivo, emocional y social).
- Quieren un jardín que tenga una buena reputación, flexibilidad en los horarios y metodologías educativas.

Frustraciones:

- Falta de transparencia en los costos de matrícula y servicios adicionales.
- Comunicación deficiente entre la institución y los padres.
- Jardines que no ofrecen suficientes actividades que estimulen el desarrollo integral.
- Horarios rígidos que no se adaptan a sus necesidades laborales.



Redes sociales ⁱ

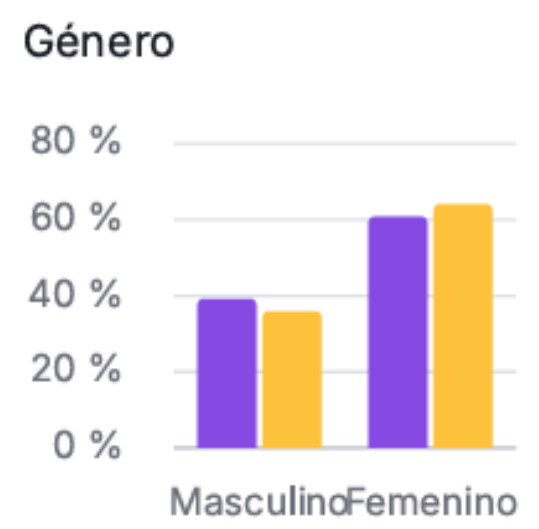
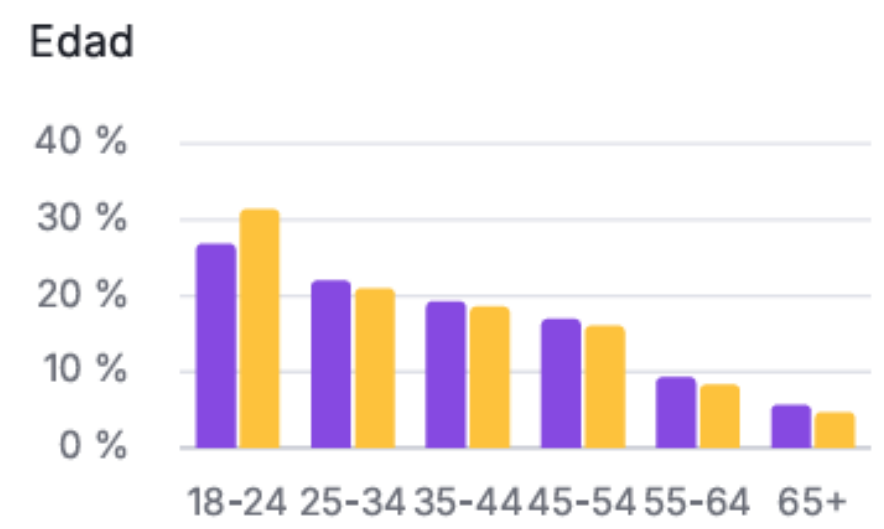
YouTube	Facebook	Instagram	TikTok
 92,98 %	 84,8 %	 72,51 %	 53,22 %

Las redes sociales de mayor interes para el público objetivo del Jardin Infantil Lukas Kindergarten es Youtube porque encuentran información visual rápida y fácil de entender, como tutoriales sobre el cuidado infantil.

El trafico del mercado indica mayor visibilidad, oportunidades de ventas y crecimiento para los Jardines Infantiles en Colombia.

Tráfico del mercado ⁱ
295,7 mil ↓62,1 %

Coste del tráfico del merca
\$79,5 mil ↑5,98 %



Hombres y Mujeres entre 18 y 24 años , esto indica que suelen ser padres primerizos que estan en busqueda de jardines para sus hijos

Comportamiento Digital



Resumen de la audiencia del mercado *i*

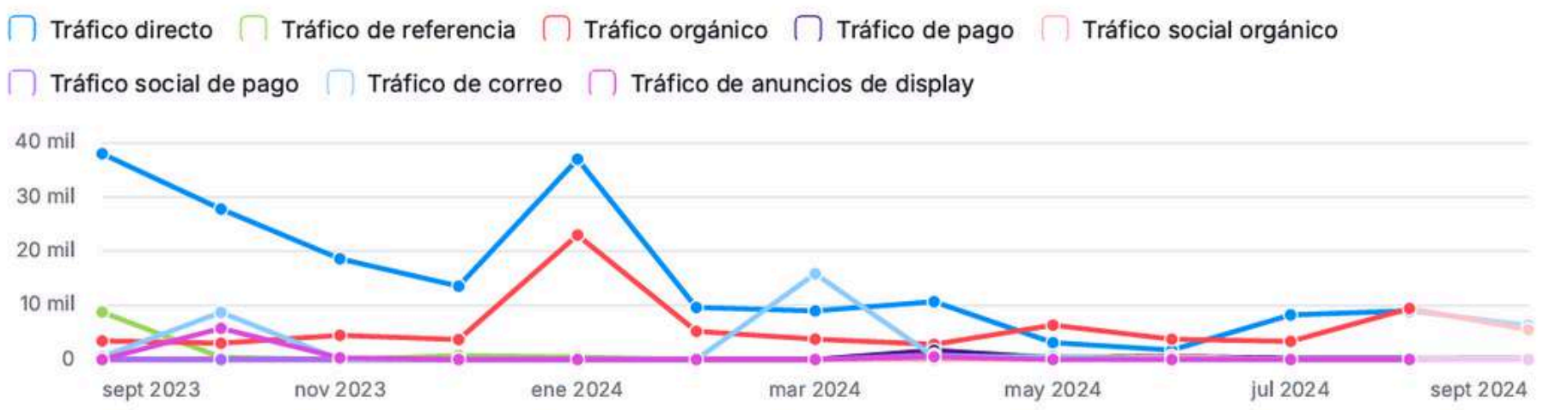
Demografía	Datos socioeconómicos		Comportamiento
Edad	Situación de empleo	Ingresos familiares	Intereses
18-24	Trabajo a tiempo completo	Bajo	📖 Educación
26,84 %	53,89 %	62,72 %	100 %
Género	Nivel educativo	Tamaño familiar	Redes sociales
Femenino	Educación obligatoria o bachillerato	3-4 personas	📺 YouTube
60,8 %	58,86 %	46,07 %	92,98 %

El mayor interés de público objetivo está enfocado en la educación, es por esto que nos da a entender que los padres se preocupan por la educación que reciben sus hijos y con ello se interesan por estar más informados sobre este tema y es por esto que les resulta más efectivo hacer uso de Youtube

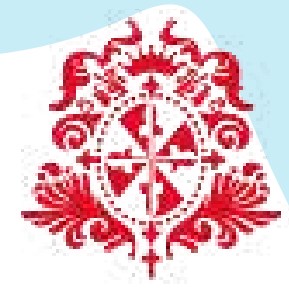
Con un mayor tráfico directo del mercado indica reconocimiento de marca por parte de los Jardines Infantiles, confianza y lealtad de los padres, así como efectividad de campañas.

Tráfico del mercado *i*

Exportar



<https://www.fanpagekarma.com/es>



Benchmark



COMPETIDORES

Directos



Indirectos



Sustitutos



Seguidores



85 



3100



5100 



23000 



113 



2400



15000 



366000 



N/A



242 



436 



15000 

Perfiles con mas seguidores

• Instagram

Innova Schools presenta el mayor número de seguidores con 23.000 en comparación del Jardín Infantil Lukas Kindergarten que tan solo tiene 85, esto implica que la página de Instagram de Innova Schools presenta un mayor atractivo y visibilidad ante su público objetivo. La estrategia de contenido que manejan les resulta efectiva, generando más interés y fidelización, esto por su metodología académica que le genera un gran diferencial como marca frente a los otros. Sin embargo se debe asegurar que los seguidores obtenidos interactúen activamente como es el caso de Lukas Kindergarten.

• Facebook

Innova Schools destaca con la mayor base de seguidores con 366000, lo que refleja su fuerte presencia y reconocimiento. Gimnasio Santana Del Norte mantiene un número más pequeño de seguidores y esto indica un alcance reducido con su comunidad específica. Pequeños Encantos Salitre ha logrado construir una comunidad aun más pequeña, pero significativa, que demuestra lealtad en su nicho. Lukas Kindergarten, a pesar de tener el número más pequeño de seguidores, representa un crecimiento que podría captar la atención de padres primerizos que estén interesados en inscribir a sus hijos en el jardín.

• Youtube

Lukas Kindergarten cuenta con una gran desventaja frente a su competencia ya que no cuenta con presencia en Youtube lo que hace que pierda la oportunidad de generar contenido de valor que sea de gran utilidad para su público objetivo.



• Reacciones



14 



N/A



N/A



165




N/A



N/A



112 



19 



N/A



967 



771 



62 

Número de reacciones, comentarios y compartidos

• Instagram

Innova Schools destaca en Instagram debido a una estrategia efectiva que maximiza la interacción con su audiencia. Las otras instituciones, especialmente Lukas Kindergarten, deben hacer ajustes significativos en su estrategia de contenido, utilizando más recursos visuales, interactivos y una mayor frecuencia de publicaciones

• Facebook

Innova Schools destaca por su alta interacción en redes sociales. Gimnasio Santana del Norte mantiene un nivel constante de reacciones y comentarios. Lukas Kindergarten se posiciona como un perfil influyente únicamente con el público al que logra llegar esto por la poca participación que tiene en su página de Facebook.

• Youtube

Lukas Kindergarten cuenta con una gran desventaja frente a su competencia ya que no cuenta con presencia en Youtube lo que hace que pierda la oportunidad de generar contenido de valor que sea de gran utilidad para su público objetivo

• Publicaciones



Número de publicaciones

• Instagram

Innova Schools destaca por su alta interacción en redes sociales. Gimnasio Santana del Norte mantiene un nivel constante de reacciones y comentarios. Lukas Kindergarten se posiciona como un perfil influyente en su sector. Pequeños Encantos logra captar la atención de su audiencia de manera efectiva.

• Facebook

el jardín infantil Lukas Kindergarten demuestra la menor tasa de publicaciones en facebook frente a su competencia, esto podría indicar una falta de planificación en la estrategia de contenido y con ello la visibilidad del jardín y su capacidad para atraer nuevos estudiantes.

• Youtube

Lukas Kindergarten cuenta con una gran desventaja frente a su competencia ya que no cuenta con presencia en Youtube lo que hace que pierda la oportunidad de generar contenido de valor que sea de gran utilidad para su público objetivo

• Tasa de interacción



8.4%



1.1%



0,55%



0,42%



N/A



N/A



0,31%



0,21%



N/A



N/A



N/A



0,82%



Tasa de interacción de las publicaciones

• Instagram

La tasa de interacción en Instagram de Lukas Kindergarten (13%) supera significativamente a su competencia, que se mantiene por debajo del 2%. Esto demuestra un engagement efectivo con su audiencia y un fuerte liderazgo en el entorno digital educativo. Este posicionamiento representa una ventaja competitiva importante que debe mantenerse mediante contenido de calidad y estrategias de participación activa. Se recomienda continuar analizando el contenido más exitoso y fortalecer la relación con la comunidad para mantener este liderazgo en engagement.

• Facebook

En el análisis de interacción en Facebook, el Gimnasio Santana del Norte lidera claramente con una tasa del 0.08%, mientras que los demás jardines, incluido Lukas Kindergarten, muestran tasas prácticamente nulas. Esto revela una notable oportunidad de mejora para Lukas Kindergarten en esta red social. Considerando el exitoso desempeño de Lukas en Instagram, es crucial desarrollar una estrategia específica para incrementar el engagement en Facebook.

• Youtube

La gráfica muestra que Innova Schools tiene una tasa de interacción notablemente más alta en sus publicaciones, cercana al 0.0035, mientras que el Jardín Infantil Pequeños Encantos y el Gimnasio Santa Ana del Norte presentan interacciones casi nulas. Esto sugiere que Innova Schools tiene una estrategia de contenido más efectiva.

Engagement



0.60%



0.19%



0.079%



0.15%



N/A



N/A



0,0044%



0.0075%



N/A



N/A



N/A



N/A

Engagement

• Instagram

El 0,60% del Jardín Infantil Lukas Kindergarten representa una ventaja competitiva importante que debe mantenerse mediante contenido de calidad y estrategias de participación activa. Se recomienda continuar analizando el contenido más exitoso y fortalecer la relación con la comunidad para mantener este liderazgo en engagement.

• Facebook

La baja tasa de engagement en Facebook que se evidencia en cada una de las instituciones educativas implica que el contenido no está generando suficiente interacción por parte de su audiencia, como "me gusta", comentarios, compartidos o clics. Esto implica que el contenido no es atractivo para sus seguidores, lo que afecta negativamente la visibilidad orgánica de las publicaciones.

• Youtube

Lukas Kindergarten cuenta con una gran desventaja frente a su competencia ya que no cuenta con presencia en Youtube lo que hace que pierda la oportunidad de generar contenido de valor que sea de gran utilidad para su público objetivo.

• Hashtags

#creciendoconamor	1
#lukaskindergarten	1
#amoryamistad	1

• Palabras Clave

día	2
Creatividad	1
Kindergarten	1
sorpresas	1
nuestro	1
Reflexión	1
Nuestros	1
parte	1



• Mejores Publicaciones

lukaskindergarten ha compartido un/a Reel - 24 de mayo, 13:17

¡Juntos formamos un futuro brillante! 🌱🌈
#AprendizajeDivertido #CreciendoJuntos

20 likes, 4 comments

lukaskindergarten ha compartido un/a Carousel - 9 de mayo, 16:11

LA CALMA 🧘🌈
Desarrollo cognitivo emocional 🧠
Fortalece la autoestima 🌟
Concentración 🧘🗣️
Respiración 🌬️



12 likes, 0 comments

• Publicaciones mas Flojas

lukaskindergarten ha compartido un/a Imagen - 12 de abril, 16:36

El agua es vida: protejamos cada gota con acciones responsables. 💧🌍🌱



7 likes, 0 comments

lukaskindergarten ha compartido un/a Imagen - 12 de abril, 16:38

Pequeños gestos, grandes impactos. Hagamos nuestra parte para preservar el agua y el futuro de nuestro planeta. 🌍💧



8 likes, 0 comments

Actividades recreativas

Jornadas ambientales

• Hashtags

#amoryamistad	1
#jardininfantil	1

• Palabras Clave

dia	9
🌟	6
niños	6
increible	5
nuestro	5
momentos	5
nuestros	5
para	5
bailes	4
desfile	4
más	



• Mejores Publicaciones

jardinpequenosencantos ha compartido un/a **Reel** - 26 de septiembre, 11:27

¡Jugar, armar rompecabezas y leer cuentos no solo es divertido, sino esencial para el desarrollo de los niños! 🌟📖 Estas actividades estimulan la creatividad, mejoran la concentración y fortalecen habilidades cognitivas. En Pequeños Encantos, cada juego es una oportunidad para aprender y crecer. 🌟👧



33 likes, 7 comments

jardinpequenosencantos ha compartido un/a **Carousel** - 20 de septiembre, 16:36

En nuestro family day la pasamos increíble 🌟. Fue un día realmente mágico 🌟 donde nuestros niños realizaron desfile 🎭, bailes 🎶 y pudimos capturar algunos momentos de este día tan feliz 📸👧.




39 likes, 0 comments

• Publicaciones mas Flojas

jardinpequenosencantos ha compartido un/a **Carousel** - 4 de octubre, 17:40


🌟 ¡La semana de receso está por llegar! 🌈 No dejes pasar la oportunidad de disfrutar momentos únicos con tus hijos. 📸👧 Te compartimos ideas súper creativas para disfrutar en semana de receso 🌟📖 ¡Desliza 📱 y planea una semana increíble! 🌟



14 likes, 0 comments

jardinpequenosencantos ha compartido un/a **Carousel** - 20 de septiembre, 16:38

En nuestro family day la pasamos increíble 🌟. Fue un día realmente mágico 🌟 donde nuestros niños realizaron desfile 🎭, bailes 🎶 y pudimos capturar algunos momentos de este día tan feliz 📸👧.



15 likes, 0 comments

Actividades
extracurriculares

Actividades Educativas

Redes Sociales



• Hashtags

#gimnasiosantanadelnorte	6
#matriculasabiertas	5
#jardininfantil	5
#losmejoresjardines	5
#santanista	1
#ortografia	1
#diadelasaludmental	1

• Palabras Clave

Cada	6
Santana	5
Gimnasio	4
Norte	4
dia	4
nuestros	4
más	4
colegio	3



@gimnasio_santana

• Mejores Publicaciones

gimnasto_santana ha compartido un/a Imagen - 19 de septiembre, 13:14

A veces, las amistades más inesperadas son las más valiosas. Caperucita y el lobo nos enseñan que, más allá de las apariencias, la verdadera conexión puede surgir en los lugares más sorprendentes. Prueba de su amistad es el beso que Caperucita le dio al lobo, mostrando que el cariño trasciende los estereotipos.

#jardininfantil #matriculasabiertas #losmejoresjardines #gimnasiosantanadelnorte

28 likes, 1 comment

gimnasto_santana ha compartido un/a Reel - 24 de septiembre, 19:35

🌟 Gimnasio Santana del Norte en el Concurso de Ortografía del Colegio Cristo Rey 🌟

Nos llena de orgullo haber participado en el reciente concurso de ortografía del Colegio Cristo Rey. Fue una experiencia enriquecedora donde los niños no solo aprendieron, sino que también se divertieron mientras ponían a prueba sus habilidades lingüísticas. Agradecemos al colegio por esta maravillosa oport...

• Publicaciones mas Flojas

gimnasto_santana ha compartido un/a Imagen - 11 de octubre, 15:57

¡Matriculas abiertas ! 🌈 En el Gimnasio Santana del Norte, cada día es una nueva aventura. Ven y descubre un lugar donde tus hijos aprenderán y se divertirán 📖 ✏️ 🎨

#jardininfantil #matriculasabiertas #losmejoresjardines #gimnasiosantanadelnorte

gimnasto_santana ha compartido un/a Carousel - 10 de octubre, 16:49

Hoy celebramos el Día internacional de la Salud Mental, recordando lo importante que es cuidar nuestros pensamientos y emociones desde pequeños. En el Gimnasio Santana del Norte, cada sentimiento cuenta y les enseñamos a hablar sobre lo que sienten. Juntos, creamos un ambiente de amor y apoyo donde todos pueden florecer. ¡Cuidemos nuestras mentes y corazones! 🌱 💡 #DíaDeLaSaludMental #jardinin...

10 likes, 7 comments

Crecimiento educativo

Fechas Importantes

Redes Sociales



• Hashtags

#innovaschoolscol	7
#aprendizaje	2
#innovacota	2
#cumbredelideres	2
#aprenderhaciendo	2
#futuroinnovador	2
#educaciónqueinspira	2
#liderazgoestudiantil	1
#innovaschools	1

• Palabras Clave

Schools	12
Innova	12
para	8
cómo	6
cada	6
futuro	6
estudiantes	5
Zipaquirá	5
aprendizaje	5



@gimnasio_santana

• Mejores Publicaciones

Innovaschoolsco ha compartido un/a Reel - 25 de septiembre, 16:44

Hoy, en la Cumbre de Líderes por la Educación revistasemana , Sofia y Nicolás, estudiantes de Innova Schools Mosquera y Niza nos inspiraron con su TED Talk en el panel de Proyectos que Transforman la manera de aprender y enseñar en Colombia y con mucha emoción, compartieron su experiencia y cómo están viviendo de primera mano el cambio en la forma de enseñar y aprender en Innova Schools. Frent...

255 24

Innovaschoolsco ha compartido un/a Carousel - 15 de octubre, 11:38

La semana pasada, nuestros estudiantes de Innova Schools se reunieron en PERÚ para un evento inolvidable en el Encuentro de Líderes 2024. Junto a ellos, los profesores Yoolfan Cruz y William Rodríguez guiaron a nuestros líderes en un viaje lleno de experiencias enriquecedoras y valiosas enseñanzas. Este encuentro no solo fortaleció sus habilidades de liderazgo, sino que también fomentó la co...

169 0

• Publicaciones mas Flojas

Innovaschoolsco ha compartido un/a Imagen - 8 de octubre, 19:55

¡En Innova Schools Cota, el aprendizaje cobra vida! 📚💡
Tus hijos no solo aprenderán, ¡experimentarán el conocimiento! A través de proyectos reales, desarrollarán habilidades que los preparan para el futuro 🌟🚀.
🌟 ¡Ven a conocernos! Visítanos y descubre cómo transformamos el aprendizaje en una experiencia emocionante.
#innovaCota #AprenderHaciendo #FuturoInnovador #InnovaSchools #EducaciónQ...

12 0

Innovaschoolsco ha compartido un/a Imagen - 17 de octubre, 18:45

¡Tu hijo merece lo mejor! En Innova Schools Zipaquirá, encontrará un espacio donde crecer y soñar en grande. 🌟📚 Te invitamos a conocernos y descubrir cómo transformamos la educación.
¡Asegura su futuro hoy mismo y sé parte de nuestra gran comunidad! 🌟
Te esperamos este sábado en Innova Schools Zipaquirá 📍🎉
#AdmisionesAbiertas #innovazipaquirá #InnovaSchoolsCol

14 0

Competidores	Busqueda Orgánica	Directo	Referido	Tipo de audiencia	Participación en las visitas	Palabras Claves
Lukas Kindergarten	0.35%	0%	0%	18 a 24 años 60.8% M 39.2% H	0.08%	N/A
Pequeños encantos Kindergarten	6.86%	18.52%	68.85%	35 a 44 años	17.67%	<ul style="list-style-type: none"> Pequeños Encantos Pequeños Kindergarten
Gimnasio Santana del Norte	8.1%	3.55%	0%	55 a 64 años	4.04%	<ul style="list-style-type: none"> Gimnasio Santa Ana del Norte Civer Colegios Mobil Jardin Infantil Campestre del norte
Innova Schools	69.59%	69.06%	23.16%	25 a 34 años	68.56%	<ul style="list-style-type: none"> Innova Schools Innova Innova Schools Tunja

Objetivo:

Posicionar a Lukas Kindergarten como la opción preferida de los padres primerizos en Bogotá, incrementando su presencia digital, interacción en redes sociales y número de matriculas, mediante contenido educativo de valor y experiencias virtuales inmersivas en un periodo de 4 meses

3

1

2

Objetivos clave: KRI

Lograr que el contenido de Lukas Kindergarten alcance 3,000 usuarios adicionales en redes sociales

Extender el alcance del contenido a 3,000 usuarios adicionales en redes sociales a través de publicaciones educativas, visuales y campañas pagadas.

Acciones:



- Realizar dos campañas de publicidad pagada en redes sociales instagram y facebook, utilizando herramientas de segmentación para alcanzar a padres primerizos de Bogotá.

Alcance= 1000



- Producir 2 videos (Reels) mostrando experiencias de los niños en Lukas Kindergarten, integrando testimonios de padres y alumnos.

Alcance= 1000



- Publicar una serie de 4 posts educativos sobre el impacto de la educación inicial en el desarrollo infantil, con el objetivo de fomentar el engagement y el interés por Lukas Kindergarten

Alcance= 1000

Estructura de una campaña de social media

Presupuesto de la campaña: KR1

Edad

30 45

Si seleccionas un público menor de 18 años, las opciones de segmentación se reducirán a edad y algunos lugares. [Más información](#)

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con

Datos demográficos > Educación > Nivel de formación

Estudios universitarios completos

Datos demográficos > Empleo > Empresas

Ama de Casa

Familia

Profesional Independiente


* Lugares

Llega a personas que viven o que estuvieron hace poco en este lugar.

Colombia

Chapinero Central

Incluir Buscar lugares Explorar



Soacha

Fijar marcador

Resultados diarios estimados

cuentas del centro de cuentas alcanzadas

970 - 2,8 mil

Clics en el enlace

8 - 25

Resumen del pago

Tu anuncio estará en circulación durante 120 días.

Presupuesto total	COP\$ 1.080.000 COP
\$9000 por día durante 120 días.	
VAT estimado	COP\$ 205.200 COP
Importe total	COP\$ 1.285.200 COP

Item	Valor
Clics en el alcance	25 aprox
alcance Mensual	750 aprox
Costo x dia	\$9.000
Costo total x Q	\$1.080.000
TOTAL	\$ 1.080.000 COP



Objetivos clave: KR2

Lograr **1,000 visitas** o contactos de padres interesados

Generar **1,000 visitas de padres** interesados en el sitio web de Lukas Kindergarten y en redes sociales a través de contenido educativo y anuncios dirigidos.

Acciones:



- Optimizar el sitio web de Lukas Kindergarten con un blog que incluya contenido de valor, como consejos para padres, y que fomente visitas recurrentes.

400 visitas



- Implementar una estrategia de retargeting en redes sociales para captar padres que hayan visitado el sitio web, pero no hayan tomado acción aún.

500 visitas



- Integrar un chatbot en redes sociales y en la página web para facilitar el contacto instantáneo y la atención a padres interesados en obtener más información.

1000 visitas

Presupuesto de la campaña: QR2

Presupuesto Aproximado QKR2

Concepto	Costo (COP)
Optimización de página web	\$2,000,000
Retargeting	\$1,080,000
Implementación de chatbot	\$840,000
Total QKR2	\$3,920,000



Objetivos clave:KR3

Aumentar la visibilidad digital de Lukas Kindergarten

Alcanzar **50,000 impresiones en redes sociales** (Instagram, Facebook, TikTok, youtube) en los próximos 4 meses, a través de contenido visual y educativo enfocado en los padres primerizos en Bogotá

Acciones:



- Crear un plan de contenido visual y educativo dirigido a padres primerizos, enfocado en las necesidades de desarrollo infantil, la importancia del juego en el aprendizaje, y tips para padres.

Impresiones = 20.000



- Diseñar y lanzar campañas pagadas en Instagram, Facebook y youtube, segmentadas específicamente hacia padres jóvenes en Bogotá.

Impresiones = 11.000



- Establecer colaboraciones con microinfluencers locales especializados en educación infantil o crianza, para ampliar el alcance del contenido a nuevas audiencias.

Impresiones = 18.000

Estructura de una campaña de social media

Presupuesto de la campaña: KR3

	INVERSIÓN	KPI	OBJETIVO
MICROINFLUENCERS	\$ 4.000.000	CPC	20000
META	\$ 2.200.000	CPC	11000
Youtube Ads	\$1.800.000	CPC	18000
INVERSIÓN TOTAL	\$ 8.000.000		

Objetivos clave: KRY

Conseguir **20 nuevas matrículas** al finalizar la campaña

Conseguir **30 nuevas solicitudes de información** a través de canales digitales y 20 nuevas matrículas efectivas como resultado de las campañas de contenido educativo y experiencias virtuales inmersivas.

Acciones:



- Implementar una landing page específica para la campaña, donde los padres puedan obtener más información y dejar sus datos para solicitar una matrícula.



- Recibir 30 leads cualificados (padres interesados) en matricular a sus hijos en Lukas Kindergarten.



- Enviar correos electrónicos personalizados a los leads cualificados que han interactuado con el contenido digital o las experiencias virtuales, ofreciendo seguimiento y un incentivo (como un descuento en matrícula).



- Organizar dos sesiones virtuales inmersivas de puertas abiertas, donde los padres puedan interactuar con profesores y ver el funcionamiento del jardín.

Asignación de presupuesto

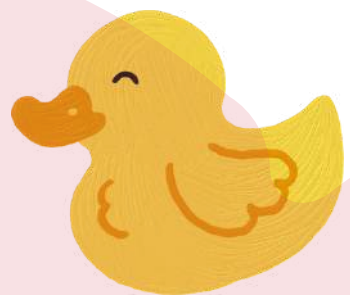


Universidad del
Rosario

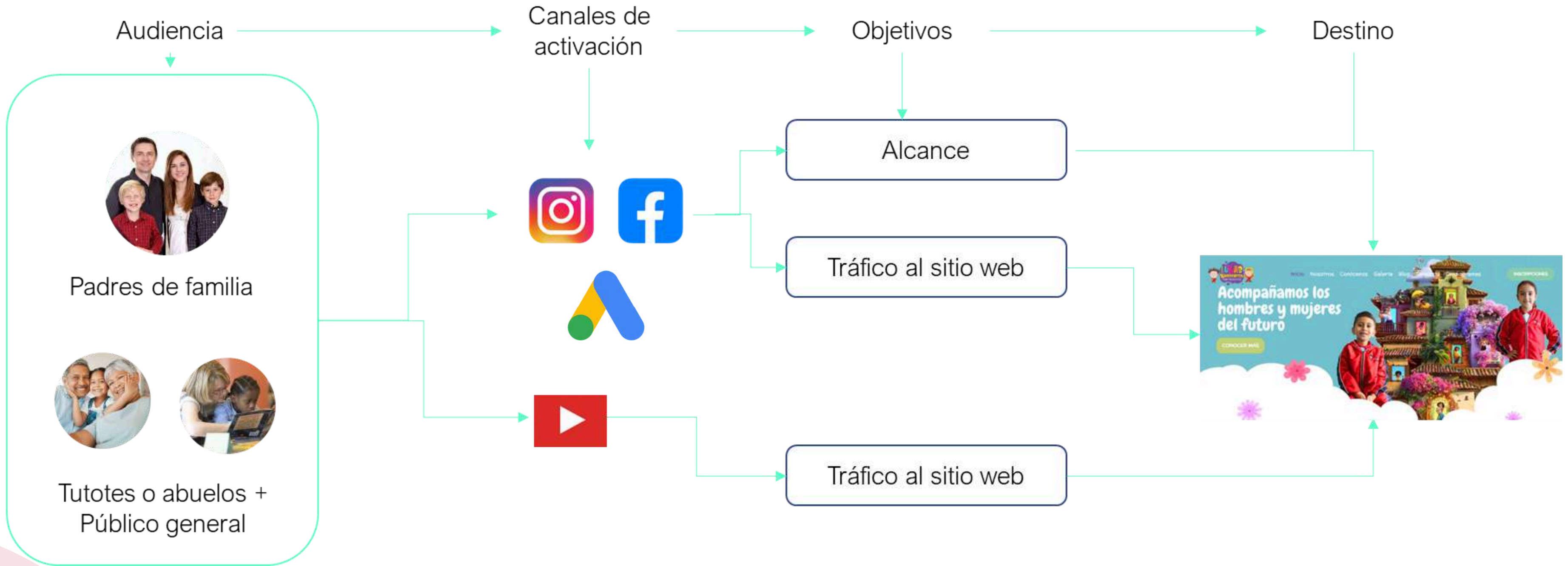
Presupuesto de la campaña: KR4

Item	Valor
Zoom x 2 meses	\$184.800
Email Marketing x 4 meses	\$1.960.000
TOTAL	\$2.144.800

Item	Valor
20 Matriculas	\$13.800.000



Plan de pauta: ¿Cómo será la ruta la campaña?



- **Aumento de la Visibilidad Digital**

Alcanzar 3000 usuarios nuevos un logro clave que nos permite generar una mayor exposición y conciencia de la marca entre los padres primerizos en Bogotá. Este incremento en la visibilidad digital es fundamental para posicionar a Lukas Kindergarten en la mente de los usuarios como una opción confiable y atractiva. Nos proporciona un mayor alcance en nuestro público objetivo y sienta las bases para interacciones futuras.

- **Incremento en el Número de Matrículas**

Conseguir 20 nuevas matrículas al finalizar la campaña es una validación del valor de las acciones estratégicas y tácticas que implementamos. El hecho de atraer 30 solicitudes de información muestra que estamos logrando captar el interés de las familias a través de contenido de calidad y experiencias virtuales inmersivas. La tasa de conversión de solicitudes a matrículas demuestra la efectividad de nuestras tácticas para guiar a los prospectos a lo largo del embudo de conversión

- **Alcance Ampliado del Contenido**

Lograr que el contenido de Lukas Kindergarten alcance 50,000 usuarios adicionales en redes sociales nos permite expandir nuestra presencia digital, generando un impacto más significativo, un número que es ambicioso que podemos lograr ya que con el alcance de los nuevos usuarios queremos que estos tengan al rededor de 16 impactos por parte de nosotros, lo cual es un número que hace sentido sabiendo que en temas de educación el impactar tantas veces al público objetivo generara crecimiento en la audiencia lo cual demuestra la relevancia de los contenidos y el engagement que podemos lograr, atrayendo a un público más amplio e incrementando la probabilidad de atraer nuevos padres interesados.

- **Incremento en Tráfico y Contactos**

El logro de 1000 visitas o interacciones de padres interesados en el sitio web y redes sociales reflejaría un éxito en la atracción de tráfico calificado. Este indicador es clave para la conversión, ya que significa que los padres están tomando la iniciativa de interactuar directamente con Lukas Kindergarten. Esta métrica no solo muestra interés, sino también la disposición de los padres a dar el siguiente paso en el proceso de evaluación.

- **Conclusion General**

Los resultados clave nos muestran que las estrategias implementadas daran frutos en términos de visibilidad, interacción y conversión. El incremento en impresiones y alcance en redes sociales refleja una mayor presencia digital, mientras que el aumento en las visitas y las matrículas consolida a Lukas Kindergarten como una opción preferida para los padres.



← Dashboard de Análisis de Marketing Digital ↻ Preview Code ×

Inversión Total

\$25.508

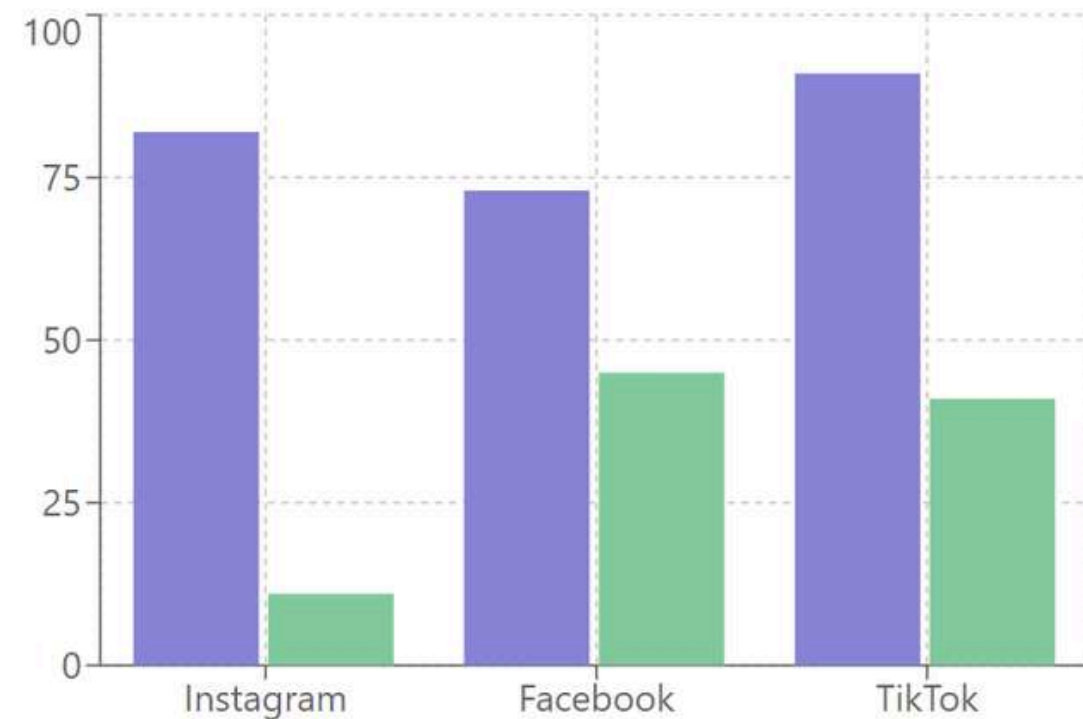
Conversiones Totales

60

CPA Promedio

\$425.13

Rendimiento por Red Social



Evolución de Tráfico y Usuarios



Hallazgos Clave y Recomendaciones

Puntos Destacados:

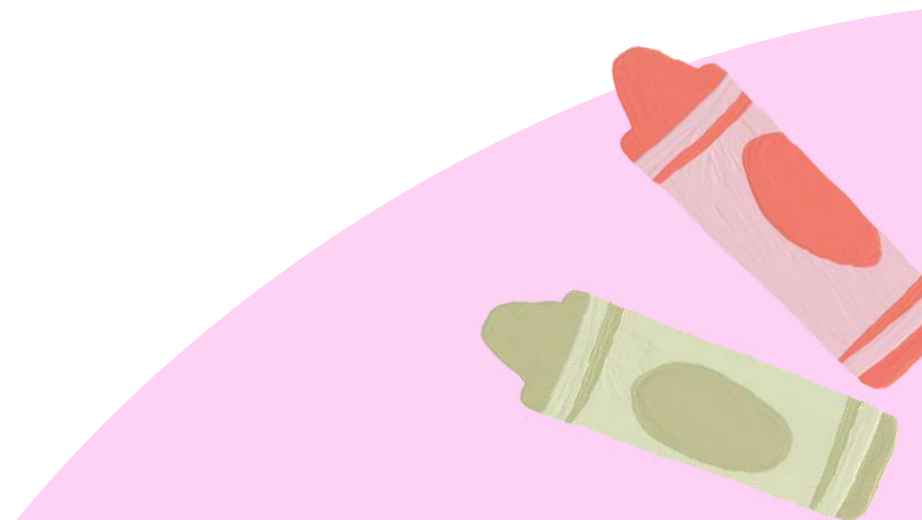
- La inversión muestra una tendencia al alza, incrementándose de \$1,563 a \$10,157
- Instagram muestra el mayor volumen de impresiones con mejor tasa de engagement
- TikTok presenta la mejor relación engagement/conversión

Recomendaciones:

- Optimizar la inversión en TikTok dado su alto engagement
- Revisar la estrategia de Facebook para mejorar conversiones
- Mantener la estrategia actual en Instagram pero optimizar costos



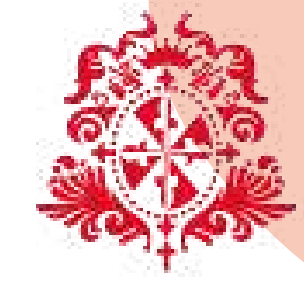
SOSTENIBILIDAD FINANCIERA



Pintemos un futuro lleno de potencial

“Queremos que imaginen a un niño lleno de curiosidad, en esa primera etapa de aprendizaje donde cada descubrimiento es un mundo nuevo. Visualicen a ese niño explorando, con ojos llenos de incertidumbre y ganas de aprender. Ahora piensen en ese lugar ideal para que esa curiosidad crezca: un espacio donde la **felicidad tiene límites**, donde los niños no solo juegan, sino que desarrollan valores y habilidades esenciales para su futuro”





“Una gran necesidad en Bogotá”

Barrios Unidos, localidad donde se encuentra una población de 9.169 niños entre los 0 a 4 años de edad y padres primerizos que están buscando un lugar seguro y educativo para sus hijos, algo que no solo sea una guardería sino una extensión de hogar.

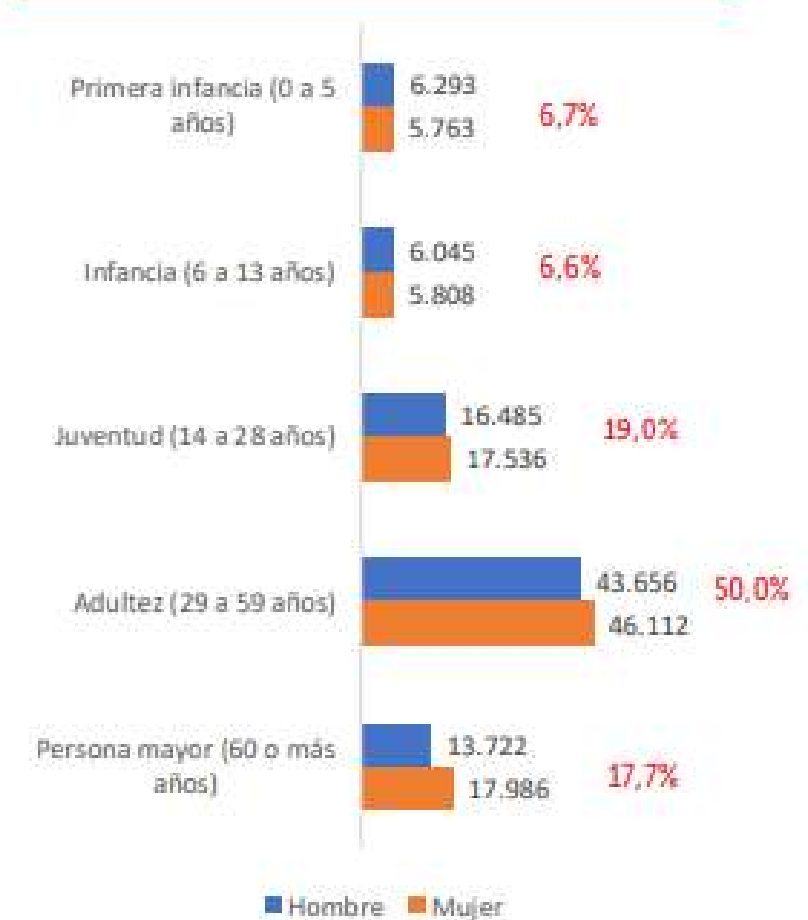
Población por edad y sexo – Barrios Unidos 2023



Barrios Unidos

Proyecto	Servicios	Unidades operativas*
Comisarias de Familia	Comisarias De Familia	1
Discapacidad	Centros Integrarte Atencion Externa	1
Infancia	Jardín Infantil Nocturno	2
	Jardines Infantiles	6
Juventud	Casas De La Juventud	1
Nutrición	Comedores Comunitarios	1
Procesos territoriales	Subdirección Local Para La Integración Social	1

Población por edad y sexo - Chapinero 2023



Proyecto	Servicio	Unidades operativas*
Comisarias de Familia	Comisarias De Familia	1
Discapacidad	Centros Crecer	1
Infancia	Centro Amar	1
	Jardín Infantil Nocturno	1
	Jardines Infantiles	4
Juventud	Casas De La Juventud	1
Nutrición	Comedores Comunitarios	3
	Centros De Desarrollo Comunitario - CDC	1
Procesos territoriales	Subdirección Local Para La Integración Social	1

Chapinero



Fuente: Cálculos propios a partir de DANE (2023). Proyecciones de población por localidad.

Fuente: Cálculos propios a partir de DANE (2023). Proyecciones de población por localidad.



LA EMPRESA

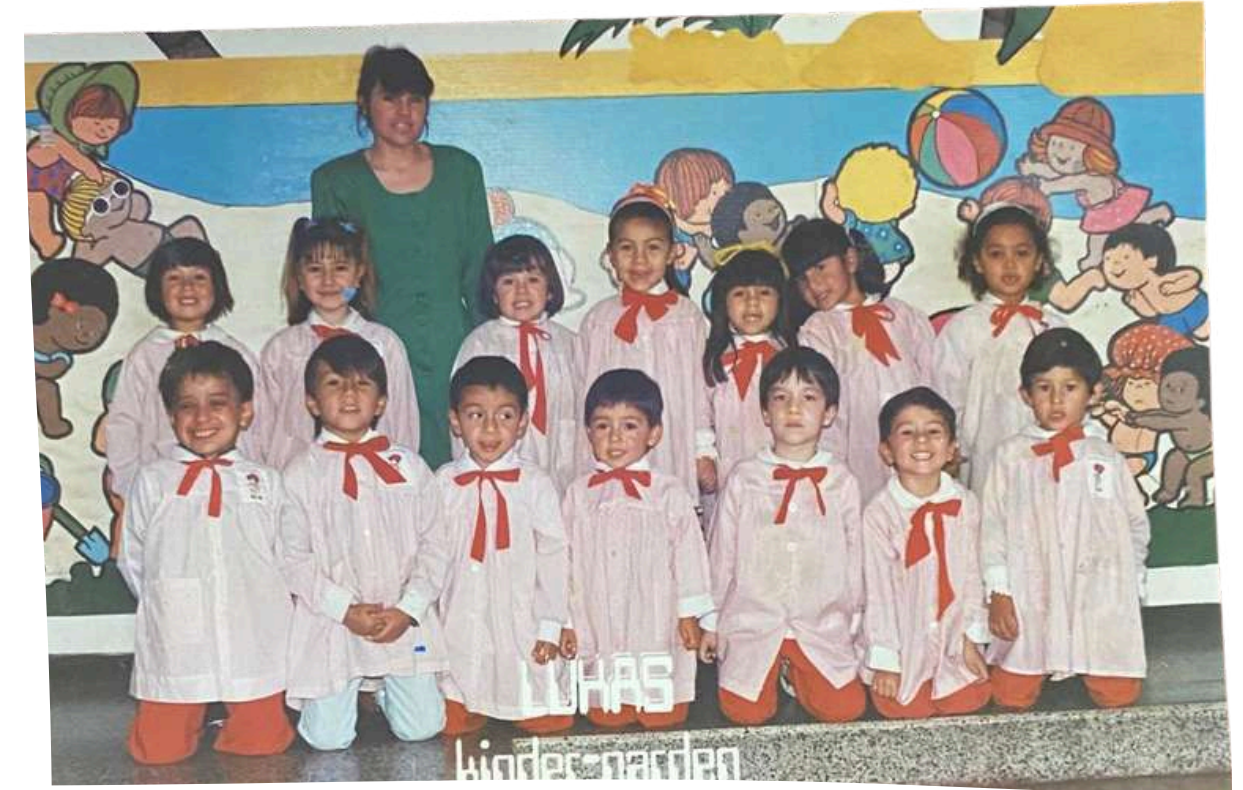
Lukas Kindergarten es un jardín de carácter privado, calendario A, mixto, para niños y niñas en edad temprana y preescolar, el cual se encuentra ubicado en la localidad de Barrios Unidos.

- Un modelo educativo basado en el desarrollo integral, con valores de 'felicidad con límites.'
- Un espacio donde los padres pueden ser parte activa del aprendizaje de sus hijos.
- Un ambiente que conecta a las familias y permite que los niños crezcan en comunidad.



¿CÓMO NACE LA EMPRESA ?

Lukas Kindergarten fue fundado en 1978 con el propósito de ofrecer al niño y a la niña una excelente educación integral y personalizada; con una formación en virtudes y valores, a través de actividades lúdicas, agradables y placenteras.



Proyección de Ventas



Curso	2023	2024	2025
Parvulos	6	8	11
Pre Jardin	8	11	16
Jardin	10	11	12
Transicion	5	2	2
Total	29	32	41

Crecimiento en años anteriores		Crecimiento poblacion objetivo (Dane)
2023	2024	2025
-	33,3%	6,6%
-	37,5%	
-	10,0%	
-	-60,0%	
	26,9%	

*# de niños por Jornada

Medio tiempo		7	7	9
Jornada completa		22	25	32

		2023	2024	2025
Medio jornada	Matricula	\$ 640.000	\$ 700.000	\$ 750.000
	Pension	\$ 640.000	\$ 700.000	\$ 750.000
Jornada completa	Matricula	\$ 680.000	\$ 760.000	\$ 810.000
	Pension	\$ 680.000	\$ 760.000	\$ 810.000
	Almuerzo	\$ 200.000	\$ 240.000	\$ 260.000

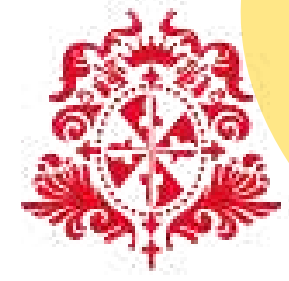
		2023	2024	2025
Medio jornada	Matricula	\$ 4.480.000,00	\$ 4.900.000,00	\$ 6.750.000,00
	Pension	\$ 44.800.000,00	\$ 49.000.000,00	\$ 67.500.000,00
Jornada completa	Matricula	\$ 14.960.000,00	\$ 19.000.000,00	\$ 25.920.000,00
	Pension	\$ 149.600.000,00	\$ 190.000.000,00	\$ 259.200.000,00
	Almuerzo	\$ 4.400.000,00	\$ 60.000.000,00	\$ 83.200.000,00
	Total	\$ 218.240.000,00	\$ 322.900.000,00	\$ 442.570.000,00

*Meses de pensión= 10

*IPC: 5.81



CON LUKAS KINDERGARTEN BUSCAMOS EXPANDIRNOS, ¿COMÓ LO VAMOS A HACER?



Universidad del
Rosario

- Queremos abrir 4 sedes nuevas para atender a la población objetivo:
- 2 en Barrios Unidos
- 2 Chapinero



- Apostarle a una cuota de mercado del 1% de la población objetivo (9.169 niños y niñas) es decir en barrios Unidos llegar al rededor de 100 niños (50 niños por jardín) y en Chapinero (10.128) a otros 100 (50 niños por jardín)

- Necesitamos \$ 395.000.000 millones , discriminados de la siguiente manera....



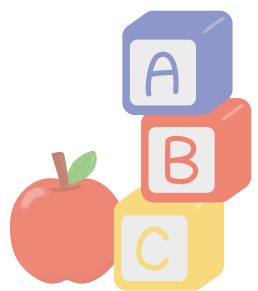
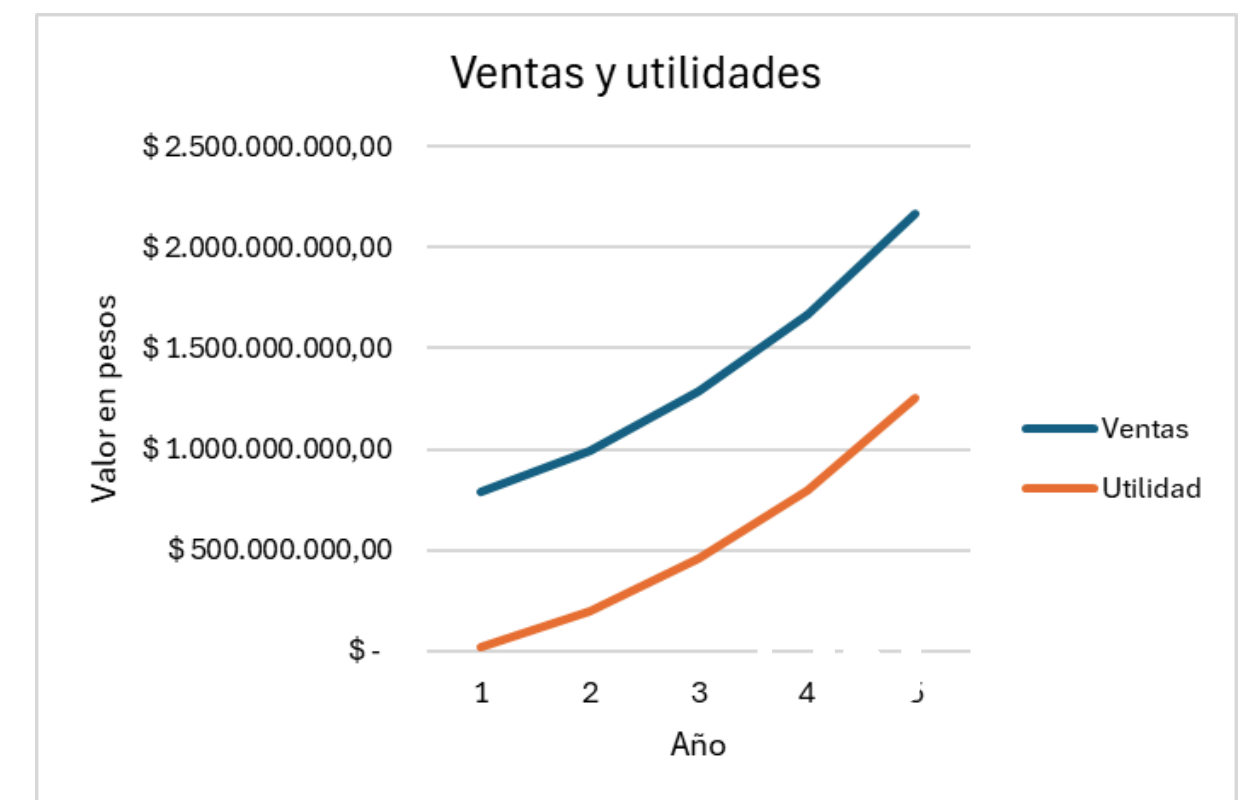
Proyección de Ventas Netas

*Ventas pronosticadas para 4 sedes

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Media	4	5	6	7	9
Completa	15	19	25	33	43
Utilidad de jardines ex	\$ 786.960.000,00	\$ 994.400.000,00	\$ 1.287.440.000,00	\$ 1.666.080.000,00	\$ 2.166.560.000,00
Costos fijos	\$ 358.176.000,00	\$ 368.921.280,00	\$ 379.988.918,40	\$ 391.066.227,55	\$ 402.143.826,83
Costo variable media	\$ 8.078.048,78	\$ 10.400.487,80	\$ 12.480.585,37	\$ 14.560.682,93	\$ 18.720.878,05
Costo variable completa	\$ 23.350.609,76	\$ 29.577.439,02	\$ 38.917.682,93	\$ 51.371.341,46	\$ 66.938.414,63
Costos Mixtos	\$ 17.280.000,00	\$ 17.280.000,00	\$ 17.280.000,00	\$ 17.280.000,00	\$ 17.280.000,00
Gastos	\$ 360.736.000,00	\$ 371.558.080,00	\$ 382.704.822,40	\$ 394.185.967,07	\$ 406.011.546,08
Utilidad	\$ 19.339.341,46	\$ 196.662.713,17	\$ 456.067.990,91	\$ 797.615.780,99	\$ 1.255.465.334,41
ganancias x4 jardines	\$ 5.801.802,44	\$ 58.998.813,95	\$ 136.820.397,27	\$ 239.284.734,30	\$ 376.639.600,32
ganancias por cada 100 millones	\$ 1.450.450,61	\$ 14.749.703,49	\$ 34.205.099,32	\$ 59.821.183,57	\$ 94.159.900,08

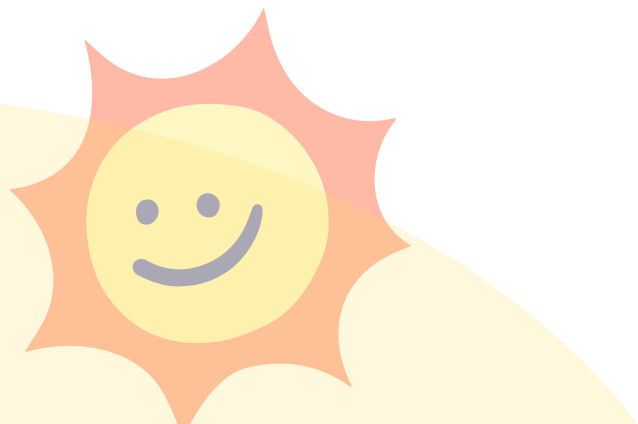
*Negocio de volumen (entre más cliente tengamos nuestros márgenes serán mejores)

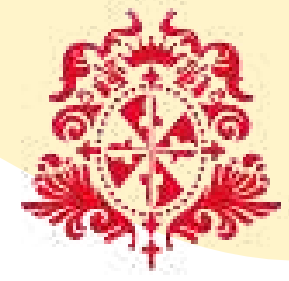
*El primer año el negocio arranca y va creciendo con nuestra cuota de mercado, 30% de la ganancia lo que quiere decir que ustedes al año 4 van a recuperar toda su inversión y lo que siga son ganancias



Inversión	Valor
Arriendo	\$ 16.000.000,00
Adecuacion	\$ 120.000.000,00
Equipamiento	\$ 80.000.000,00
Mobiliario	\$ 60.000.000,00
Permisos	\$ 8.000.000,00
Computo	\$ 16.000.000,00
Marketing	\$ 35.000.000,00
Fraternidad padres	\$ 60.000.000,00
Total	\$ 395.000.000,00

La idea incial esta proyectada para las 4 sedes , cada una por \$100.000.000 millones, **PEROO** por \$100.000.000 millones más podemos abrir una nueva sede



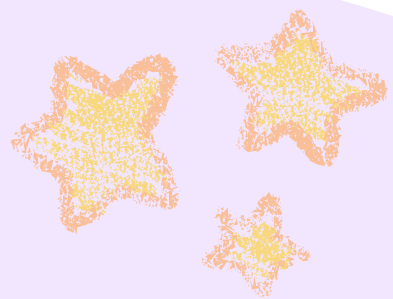


EN CONCLUSIÓN....

- Inviérteme \$395.000.000 para la extensión del Jardín con 4 sedes:
- 2 Barrios Unidos
- 2 Chapinero



- Tendrás una participación del negocio equivalente al 30% y en el cuarto año recuperarás la inversión total y comenzarás con las ganancias



Pintemos un futuro lleno de potencial

Un niño que crece en un entorno seguro, educativo y lleno de amor tiene el poder de transformar el mundo. Cada avance en su aprendizaje es una semilla que contribuirá en una sociedad más consciente y próspera. Hoy les ofrecemos ser parte de esa historia.

Invirtamos juntos en nuestros hombres y mujeres del futuro, creando un espacio donde cada niño no solo adquiera conocimientos, sino también los valores y habilidades que les permitirán transformar su entorno.



- La implementación de una estrategia digital bien diseñada demostró ser clave para conectar con los padres primerizos, nuestro principal grupo objetivo. A través de contenido educativo, visual y emocional, se logró incrementar significativamente la visibilidad y percepción positiva, posicionando a Lukas Kindergarten como una opción confiable y atractiva en Bogotá.
- Impacto del Contenido de Valor: La creación y publicación de contenido educativo no solo fortaleció la relación con los padres, sino que también generó una mayor interacción en redes sociales. Esto refleja que ofrecer información útil y relevante, como actividades recreativas y consejos para el desarrollo infantil, responde directamente a las necesidades e intereses de nuestra audiencia.
- Las técnicas interactivas, como encuestas y dinámicas en redes sociales, fueron determinantes para involucrar activamente a la comunidad. Estas acciones no solo impulsaron el engagement, sino que también permitieron recopilar insights valiosos sobre las preocupaciones y expectativas de los padres, ayudando a ajustar nuestra oferta y comunicación.



- Basándonos en la tasa de natalidad y la segmentación geográfica (Chapinero y Barrios Unidos), las proyecciones de matrícula y ventas para el 2025 son alcanzables con un crecimiento moderado. La estrategia digital contribuyó directamente a fortalecer el embudo de conversión, desde el alcance inicial hasta la captación de nuevos estudiantes.
- Los objetivos planteados al inicio del proyecto, como el incremento de impresiones, visitas al sitio web, y matrículas efectivas, fueron respaldados por acciones concretas y medibles. Los resultados obtenidos destacan la importancia de establecer métricas claras para evaluar el desempeño de la estrategia.
- La inversión en herramientas digitales, como la optimización de la página web y la implementación de un chatbot, no solo mejoró la experiencia de usuario, sino que también posiciona a Lukas Kindergarten como un emprendimiento moderno y preparado para futuras oportunidades en el mercado.



Envato Market. (s. f.). *Envato*. Envato. Recuperado 21 de noviembre de 2024, de

https://elements.envato.com/es/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA0fu5BhDQARIsAMXUBOJYHxum03V4C8e_w5wkw5NYIxBHaGEAIBBk1PUMc8akVKbxloCV7yzwaAo6yEALw_wcB

GmbH, uphill. (2024a). *Fanpagekarma*. Fanpage Karma.

<https://www.fanpagekarma.com/discovery/INSTAGRAM/7414675217>

GmbH, uphill. (2024b). *Fanpagekarma*. Fanpage Karma.

<https://www.fanpagekarma.com/discovery/INSTAGRAM/41128176565>

GmbH, uphill. (2024c). *Fanpagekarma*.

<https://www.fanpagekarma.com/discovery/INSTAGRAM/2024406114>

GoDaddy. (2024). *GoDaddy*.

<https://www.godaddy.com/es/domainsearch/find?domainToCheck=lukas+kindergart>
en

Heepsy. (2024). *Heepsy*. Heepsy. <https://go.heepsy.com/pricing>

Hostinger. (2024). *Hostinger* [Servicio]. Hostinger. <https://www.hostinger.co>



LukasKinderGarten. (2024a). Conócenos. *LukasKinderGarten*.

<https://www.lukaskindergarten.com/conocenos/>

LukasKinderGarten. (2024b). *Inicio*. LukasKinderGarten. <https://www.lukaskindergarten.com/>

@lukaskindergarten. (2024). *Lukaskindergarten*. Lukas Kindergarten.

<https://www.instagram.com/lukaskindergarten?igsh=YTJkZ3V4cGZmcDZ0>

LukasKinderGarten. (2024c). *Nosotros*. LukasKinderGarten.

<https://www.lukaskindergarten.com/nosotros/>

Lukaskindergarten. (2024). *Nosotros*. *LukasKinderGarten*.

<https://www.lukaskindergarten.com/nosotros/>

Shopify. (2024). *Shopify*. Shopify. <https://www.shopify.com/mx/prueba-gratis>

SIC | Sede Electronica. (2024, noviembre 20). <https://sedeelectronica.sic.gov.co/>

Vídeo de cottonbro studio en Pexels. (2024). Pexels. [https://www.pexels.com/es-](https://www.pexels.com/es-es/video/ninos-jugando-con-juguetes-de-madera-dentro-de-una-sala-de-juegos-3678329/)

[es/video/ninos-jugando-con-juguetes-de-madera-dentro-de-una-sala-de-juegos-](https://www.pexels.com/es-es/video/ninos-jugando-con-juguetes-de-madera-dentro-de-una-sala-de-juegos-3678329/)

[3678329/](https://www.pexels.com/es-es/video/ninos-jugando-con-juguetes-de-madera-dentro-de-una-sala-de-juegos-3678329/)



OpenAI. (2024). ChatGpt [Actúa como un experto en marketing digital y crea una propuesta de tráfico digital que nos arroje los resultados que nos entrega la web y que canales podríamos implementar].

<https://chatgpt.com/share/852d9020-2095-4d03-a99d-d5e980b14c2b>

OpenAI. (2024). ChatGpt [Actúa como un experto en marketing y dame ideas para hacer un lead magnet].

<https://chatgpt.com/share/b8fb8a22-2c84-451f-af73-1a72b7893228>

OpenAI. (2024). ChatGpt [Organiza una serie de actividades temáticas para padres e hijos que hagan parte del Jardín Infantil Lukas Kindergarten].

<https://chatgpt.com/share/00191a16-f646-41ed-a638-bba06729ab10>

OpenAI. (2024). ChatGpt [Crea una oferta irresistible para el jardín infantil Lukas Kindergarten, que sea llamativa, demostrando seguridad y un espacio que cree una fraternidad de padres].

<https://chatgpt.com/share/2d11bb46-a062-45e2-90e8-6a008fb33e64>

OpenAI. (2024). ChatGpt [Piensa como un experto en marketing y dame ideas de productos adicionales, que sean de ayuda para la optimización de la oferta central,].

<https://chatgpt.com/share/2d11bb46-a062-45e2-90e8-6a008fb33e64>

OpenAI. (2024). ChatGpt [Piensa un experto en marketing y dame ideas de fidelización con el fin de aumentar el número de niños matriculados en el jardín infantil Lukas kindergarten,].

<https://chatgpt.com/share/924c39f2-7cbc-4a6c-b859-484649966a9e>

