

# Estrategia de contenidos

Instituto Profesional Arcos

## Contexto

---

Ante la diversidad de instituciones de educación superior y la creciente oferta de carreras técnicas y universitarias, existe la necesidad de comunicar información clara sobre los programas académicos y su diferenciación respecto de la competencia.

# Problemática

---

La pandemia si bien ha afectado el desarrollo de muchas industrias, ésta no ha detenido significativamente a la educación superior. La posibilidad de realizar clases en línea ha permitido que nuevos estudiantes comiencen sus estudios en total virtualidad. Pero uno de los principales cuestionamientos de la institución es, ¿Cómo se informan los futuros estudiantes de las ofertas académicas? ¿Cómo se aproximan a las instituciones sin poder visitarlas físicamente? y sobre todo ¿Qué contenidos permiten tomar una decisión informada?

En estos escenarios, las plataformas digitales, como sitios web y redes sociales, adquieren relevancia y total protagonismo, por sobre las plataformas convencionales. Sin embargo la información considerada como relevante para algunas instituciones educativas, no está alineada a los intereses ni al lenguaje de los destinatarios o usuarios finales.

El Instituto Profesional Arcos está en conocimiento de que es momento de repensar y potenciar sus comunicaciones digitales. Identifica que el aspecto de su sitio web no se encuentra al nivel de sus pares.

Sin embargo, más allá de un cambio cosmético, no comprende del todo qué debería modificar en función de aumentar las matrículas de estudiantes para la carrera de Fotografía Profesional, una de las principales de la institución.

# Objetivos



## Objetivos de negocio

---

- **Posicionar al IP Arcos** como un referente dentro de las instituciones que imparten carreras artísticas siendo la opción más importante del mercado, mostrando su prestigio y años de experiencia.
- Dar a conocer las carreras que entrega la institución en modalidad online, para **captar nuevos alumnos**, así aumentar el número inscritos por cada escuela.

## Objetivos de la comunicación

---

- **Darnos a conocer en los principales canales donde está nuestro público objetivo**, para que se interesen en nuestra propuesta formativa y nos consideren como una opción para estudiar carreras profesionales.
- Respalidar nuestra expertise en educación artística y tecnológica con una potente presencia digital que incluya contenidos audiovisuales de excelencia.
- Comunicar las buenas noticias del IP y su comunidad académica, para mantenernos vigentes, generar expectativa y fidelizar.

# Auditoría de canales

- Página web [www.arcos.cl](http://www.arcos.cl).
- Redes sociales @institutoarcos: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn.
- YouTube.
- Mensajería: WhatsApp - Facebook.
- Correo electrónico.
- Ferias de postulación.

# Nuestros atributos

¿Qué características harán que nuestra institución sea reconocible?



# Empatía

Logramos ponernos en el lugar de quienes se acercan al instituto, demostrando comprensión ante sus sentimientos y situaciones.

Sentimos que hemos estado ahí: entendemos lo gratificante que es estudiar una carrera artística, así como que también tiene complicaciones. Esto, junto con nuestros años de experiencia en formación, nos permite responder a sus necesidades con calidez y cercanía.

¿Qué implica?

- Hablar en primera persona plural (entendemos, felicitamos, buscamos).
- Tomar en cuenta sus experiencias y opiniones.
- Acompañar durante un problema, haciendo seguimiento constante de forma amable y preocupada.





# Transparencia

No tenemos nada que ocultar. Confiamos en que la relación con nuestra comunidad académica debe ser desde la honestidad, por lo que se entregará toda la información que requieran de manera clara, concisa y directa.

¿Qué implica?

- Que toda la información importante y necesaria sobre el IP y sus carreras esté visible y fácil de encontrar en nuestros canales.
- Asegurarnos de que no se encuentren con letra chica y condiciones para confundir a las personas usuarias.



# Consecuente

Nuestra postura no cambia. Siempre el interés de IP Arcos va a ser la educación, la confianza y el bienestar de la comunidad educativa; y actuar con consecuencia es parte de la experiencia. Cumplimos lo que prometemos.

¿Qué implica?

- No entregar expectativas ni promesas que no vamos a poder cumplir en el futuro.
- Que la información sea la misma de principio a fin para las personas y, si hubiese algún cambio en el camino, se debe notificar correctamente y compensar si no es favorable.



# Responsabilidad

Estamos comprometidos con el impacto que generamos como institución en la vida de las y los estudiantes. Al final, ponen su futuro en nuestras manos y tenemos que responder. Por eso, cuidamos y acompañamos a las personas en su experiencia educativa.

Somos responsables de entregarles lo mejor para que puedan desenvolverse en el campo laboral sin brechas.

¿Qué implica?

- Hacernos cargo de las decisiones que tomamos en base a nuestros valores y reglamentos.
- Ser accesibles y resolutivos.



# Motivación

Vivir del arte es el ideal para quienes tienen talento y vocación. Más aún lograr reconocimiento por sus trabajos. Sin embargo, somos conscientes de que elegir estudiar una carrera artística en Chile es una decisión valiente y arriesgada.

Por eso, el IP alienta a las personas a estudiar la carrera de sus sueños y les demuestra que es una opción viable para trabajar en el futuro.

¿Qué implica?

- Felicitar y destacar el trabajo artístico
- Usar como ejemplos de éxito a las y los egresados y al cuerpo docente; junto a sus trabajos, para dar a conocer que Arcos reconoce sus triunfos.
- Describir estas creaciones con adjetivos positivos:



## No queremos ser

- Indiferentes.
- Insistentes.
- Obsoletos.
- Avasalladores.
- Incongruentes.

Buscamos que el futuro estudiante encuentre en nuestra institución un espacio en el que encuentre cercanía y no le genere rechazo a conocer más, que lo invite a explorar las diferentes opciones que le entregamos sin la necesidad de insistir o invadir su espacio para la toma de decisión.

# En resumen:



## Seremos:

- Empáticos.
- Cercanos.
- Transparentes.
- Consecuentes
- Motivadores.



## No seremos:

- Indiferentes.
- Insistentes.
- Obsoletos.
- Avasalladores.
- Incongruentes.

## Voz

Nuestra pasión es formar a profesionales a través una experiencia educativa de calidad, fundada en el aprecio y el respeto, en un espacio donde puedan desarrollar sus talentos.

Somos **empáticos y responsables**. Entendemos sus situaciones que, a pesar de ser muy diversas, tienen un punto en común: buscan un servicio educativo de excelencia. Para eso, **somos partners que acompañamos de principio a fin**: desde su primer acercamiento a Arcos hasta que son profesionales y se desenvuelven en el mercado laboral. **Motivamos a las y los estudiantes a siempre perseverar** en su camino artístico, mostrándoles que es un camino, aunque difícil, gratificante.

Nos caracteriza la transparencia y consecuencia. Es primordial para nosotros que confíen en nosotros, y tengan la seguridad de que siempre les diremos la verdad, aunque sea complicada, pero de forma amable y resolutiva.

# Tonos por canal

## Página Web

[www.arcos.cl](http://www.arcos.cl)

- Informativo
- Corporativo
- Directo
- Convincente
- Seguro

Una página web debe incluir la información corporativa del instituto.

Es aquí donde las y los usuarios encontrarán todo lo que necesitan saber para tomar la decisión de matricularse en algunas de nuestras alternativas de estudio.

El tono de la comunicación es directo y fácil de entender; sin rodeos ni grandes explicaciones. Es convincente y segura, demuestra que no tenemos nada que ocultar. Le entrega constantemente a la persona usuaria opciones para conocernos más y contactarnos de forma directa.



# Tonos por canal

## Correos

- Informativo
- Directo
- Preocupado
- Amable
- Tranquilizador
- Conciliador

Canal informativo. Nos comunicamos con las y los alumnos de forma directa y concisa. Nos dirigimos a ellas y ellos por su nombre. Apoyamos cuando nos necesitan y tranquilizamos en momentos difíciles.

# Tonos por canal

## Feria de Postulación

- Seguro
- Informativo
- Inspirador
- Convincente
- Acogedor

En este canal nos comunicamos con una audiencia que busca una carrera. Quizás está confundida o indecisa, y su encuentro con el contenido es previo a la toma de decisión.

Por eso, tenemos que hablarle de forma acogedora, inspiradora y convincente; demostrando que estamos seguros de la calidad de nuestra institución, que se unirán a una comunidad cálida.

# Tonos por canal

## Instagram / Facebook

- Coloquial
- Emocional
- Expresivo
- Directo
- Invitador
- Amable

Estas redes son muy importantes para Arcos. Como referentes en educación audiovisual, nuestras fotos y videos deben ser de muy buena calidad.

Sirven para informar, interactuar, fidelizar, invitar a eventos, destacar logros, donde se puede realizar contenido de marca y de valor. Aquí la comunicación puede ser más lúdica y entretenida.

Nuestro tono será coloquial y puede apelar a los sentimientos de las y los usuarios, a través las fotos o videos, copys, signos de puntuación y emojis.

Buscamos también hacer sentir a la audiencia parte de la comunidad, por lo que el tono debe ser invitador, sugerente y dialogante.

# Tonos por canal

## Twitter

@institutoarcos

- Informativo
- Servicial
- Conciliador

Sirve para informar, estar en línea con la contingencia e interactuar con las y los usuarios a través de mensajes cortos.

En IP Arcos somos serviciales y amables, con el fin de responder a las necesidades de las y los usuarios.

# Tonos por canal

## LinkedIn

[@instituto-profesional-arcos](https://www.linkedin.com/company/instituto-profesional-arcos)

- Profesional
- Informativo
- Invitador
- Seguro

Red social de ámbito profesional y corporativa.

El tono es convincente, seguro e invitador. Busca entregar confianza a las y los usuarios.

# Tonos por canal

## YouTube

- Directo
- Coloquial
- Informativo
- Lúdico
- Inspirador

Como referentes en educación audiovisual, un buen canal de YouTube es primordial.

El tono es informativo, ya que es nuestro objetivo principal en este canal. Nos comunicamos de forma directa y coloquial, con videos de ritmo rápido que mantengan interesados a las y los usuarios.

Es importante que también sean inspiradores y muestren experiencias positiva y gratificante.

# Tonos por canal

## Messenger / Whatsapp

- Informativo
- Personal
- Conciliador
- Amable
- Atento

Canal que permite una comunicación horizontal y entablar conversaciones con las y los usuarios.

Hablamos con un tono cercano, personal y atento, donde solucionar las inquietudes de las y los usuarios son lo más importante.

# Tonos por momentos

**Momentos  
del usuario**

Temor

Ansiedad

Confusión

Entusiasmo

Desconfianza



Tranquilidad

Seguridad

Información

Alegría

Resolución

**Lo que  
buscamos  
transmitir**



# Conceptos centrales



Nos ayudarán a hablar en diferentes instancias de una manera transversal, además de aportar posicionamiento a nuestros contenidos.

- Matrícula
- Fotografía
- Talentos
- Beneficios
- Redes
- Postulación
- Campo ocupacional
- Malla curricular
- Docentes
- Comunidad

# Plan de acción



La situación actual de pandemia nos ha llevado a cambiar la manera de hacer las cosas. Una de ellas es estudiar e informarse sobre las carreras disponibles.

Lo que antes se hacía de manera presencial, mediante ferias informativas, visitas guiadas en universidades e institutos, charlas en colegios, entre otras. Ya no es posible por el contexto de pandemia en el que nos encontramos actualmente, por lo que es necesario buscar una manera de ejecutar y obtener resultados similares de estas actividades, pero realizandolas de forma remota.

Esto nos lleva a explotar las opciones “sin contacto directo”, como lo son las plataformas digitales. Los que se convertirán en los canales principales para entregar la información a las personas interesadas.



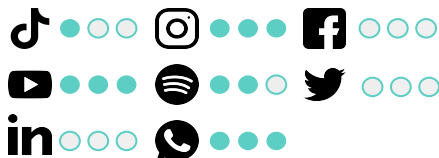


# Camilo Muñoz

18 años, vive en La Florida  
Estudiante de 4° medio en el  
Liceo Los Almendros.

- Rendirá la Prueba de Transición Universitaria a fines del 2021.
- Quiere empezar a estudiar la carrera de fotografía.
- Busca constantemente información de centros de estudios y cursos de fotografía y le interesa bastante la malla curricular del IP Arcos.

## Uso de tecnología



## Vocabulario

- Innovación
- Confianza
- Referentes
- Especialistas
- Educación online

## Personalidad

- Confiable
- Sincera
- Cercana
- Empática
- Comprometidos
- Creíbles
- Transparentes

## Conceptos

- Matricula
- Fotografía
- Talentos
- Beneficios
- Redes
- Postulación
- Campo ocupacional
- Malla curricular
- Docentes

## Canales

- Sitio web
- Instagram
- Correo electrónico
- Ferias de postulación
- Whatsapp
- Youtube



# Camilo Muñoz

---



## Formatos

- **Sitio web**
  - Contenido sobre las carreras, malla curricular, aranceles y campo laboral.
- **Redes sociales: Instagram:**
  - Contenido estacional de interés.
- **Mensajería: Whatsapp:**
  - Mensajes cortos, directos y resolutivos.
  - Canal de contacto
- **Correo electrónico:**
  - Información contingente.
- **Youtube:**
  - Videos de alta calidad sobre oferta académica y testimonios.

# Plan de acción: **Sitio web**

## Información de carreras

Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<ul style="list-style-type: none"><li>- Publicar toda la información necesaria con respecto a la oferta académica y beneficios.</li><li>- Evitar los tecnicismos y descripciones complejas.</li><li>- Acompañar con imágenes complementarias y videos informativos según sea pertinente.</li><li>- Usar un tono informativo, convincente, directo y seguro.</li></ul>	Periodistas	Semestral	Sitio web arcos.cl

# Plan de acción: **Redes sociales**

## Instagram

Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<p>Crear pauta semanal con contenidos según contingencia que considere:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Imagen o video, donde se vean diferentes personas: diversidad etaria, visual y social.</li><li>- Copys sencillos, directos que inciten a la interacción.</li><li>- Videos cortos y llamativos para usar en reels.</li><li>- Usar un tono coloquial, amable e informativo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Community manager</li><li>- Diseñadora o diseñador</li></ul>	Semanal	Instagram



# Plan de acción: **Mensajería**

## WhatsApp

Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<ul style="list-style-type: none"><li>- Tener un WhatsApp de empresa con horarios de atención públicos.</li><li>- Crear planilla con preguntas frecuentes para que las y los ejecutivos puedan contestarlas.</li><li>- Para mostrar cercanía y un trato más humano, debemos presentarnos con nombre propio.</li></ul>	SAC	<ul style="list-style-type: none"><li>- Diario</li><li>- Por jornadas</li></ul>	WhatsApp

# Plan de acción: **Correo electrónico**

Envío de correos según contingencia



Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
- Usar para recordar fechas, plazos e invitar a eventos.	Periodista	Según contingencia	Plataforma de correo masivo

# Plan de acción: **Feria de postulación**

Presenca en sitios como Universia, SIAD, feriadepostulacion.cl



Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<ul style="list-style-type: none"><li>- Enviando la información de las carreras presente en la web a organizadores de estos eventos virtuales.</li><li>- Crear una infografía descargable por carrera con toda la información necesaria.</li><li>- Usar un tono informativo y simple</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Periodista</li><li>- Diseñadora o diseñador</li></ul>	Anual	Sitios web

# Plan de acción: **YouTube**

Mediante una playlist sobre la oferta académica.



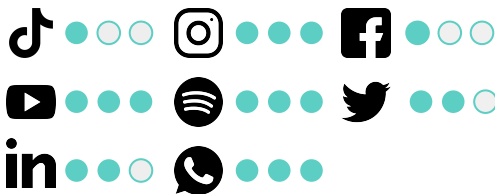
Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<ul style="list-style-type: none"><li>- Generar vídeos informativos sobre las carreras, el instituto, los docentes y alumnos egresados.</li><li>- Contar historias inspiradoras y positivas para despertar curiosidad e interés.</li><li>- Usar un tono inspirador y lúdico para videos testimoniales</li></ul>	Periodista y/o audiovisual	Semanal	YouTube

# Daniela González

Tiene 30 años, vive en la comuna de Macul y estudió Traducción e Intérprete de Inglés.

- Ejerció su profesión por 6 años en una minera traduciendo contratos de empresas contratistas, por lo que desea continuar con una nueva carrera.
- Trabaja como fotógrafa autodidacta freelance.
- Revisa blogs de fotografía, para aprender nuevas técnicas y aplicarlas en sus trabajos.
- Quiere estudiar fotografía en el IP Arcos.

## Uso de tecnología



## Vocabulario

- Íntegro
- Confianza
- Especialistas
- Referentes
- Educación Online
- Orientación
- Formación

## Conceptos

- Matrícula
- Fotografía
- Talentos
- Beneficios
- Redes
- Postulación
- Campo ocupacional
- Malla curricular
- Docentes

## Personalidad

- Cercano
- Directa
- Empática
- Creíbles
- Sinceros

## Canales

- Sitio web
- Instagram / Facebook
- LinkedIn
- Mensajería (Messenger)
- Correo electrónico

# Daniela González

## Formatos

- **Sitio web:**

- Fichas informativas con el contenido de las carreras, malla curricular, aranceles y campo laboral.
- Dentro del sitio web contaremos con un blog informativo y formal en donde se podrán encontrar noticias, entrevistas y contenidos estacionales de interés.

- **Instagram / Facebook/ LinkedIn**

- Contenidos estacional de interés.

- **Messenger / Whatsapp:**

- Mensajes cortos, directos y resolutivos.
- Canal de contacto

- **Correo electrónico:**

- Información sobre carreras y aranceles.
- Información sobre procesos de matrícula.
- Información contingente.

- **Youtube:**

- Descripción informativa relacionada al video.
- Enlaces que deriven al sitio web o landings relacionadas.
- Contenido audiovisual de alta calidad.
- Contenidos en relación a las carreras, eventos y testimonios.



# Plan de acción: **Sitio web**

## Sección noticias

Este arquetipo además de acceder a la oferta académica, explicado en el plan de acción anterior, se interesa en nuestra sección de noticias.

Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<ul style="list-style-type: none"><li>- Creación de artículos sobre la institución, que comuniquen sus buenas noticias.</li><li>- Incluir testimonios de ex alumnos a través de entrevistas y/o crónicas</li><li>- Usar un tono informativo, positivo y directo.</li></ul>	Periodistas	Según contingencias	Sitio web arcos.cl

# Plan de acción: **Redes sociales**

## Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn.

Como Facebook, Twitter e Instagram son parecidas en tono y contenido, hablaremos de LinkedIn:



Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<p>Crear pauta semanal con contenidos según contingencia que considere:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Contenido institucional y buenas noticias.</li><li>- Copys con un tono profesional, informativo y directo.</li></ul>	<p>Periodistas</p>	<p>Según contingencia</p>	<p>LinkedIn</p>



# Plan de acción: **Mensajería**

Messenger de Facebook

Cómo	Quién	Cuándo	Dónde
<ul style="list-style-type: none"><li>- Crear planilla con preguntas frecuentes para que las y los ejecutivos puedan contestarlas.</li><li>- Para mostrar cercanía y un trato más humano, debemos presentarnos con nombre propio.</li></ul>	SAC	<ul style="list-style-type: none"><li>- Diario</li><li>- Por jornadas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- RRSS</li><li>- Sitio web arcos.cl</li><li>- Correos electrónicos</li><li>- WhatsApp</li><li>- Mensaje de texto</li></ul>

## ¿Qué viene ahora?

La ejecución de esta estrategia permitirá que IP Arcos tenga una comunicación con enfoque UX.

Necesitamos traspasar esta información a las y los colaboradores que participan de la creación de contenidos.

¿Cómo? A través del [manual de voz, tono y estilo](#).