

Marketing Intelligence

The Core School

Índice

Parte 1: Resumen Visual y KPIs

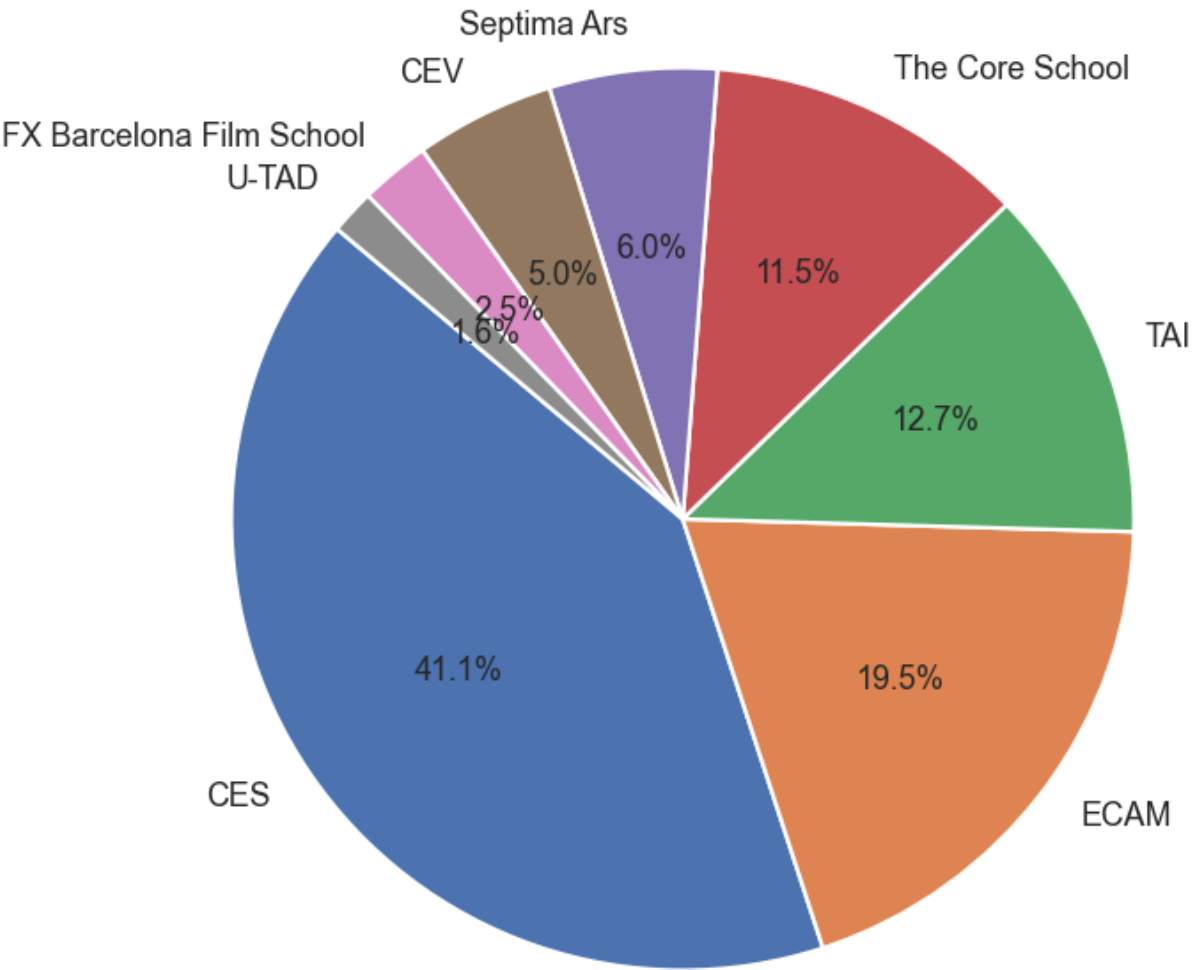
- Share of Voice vs. Competencia
- Analisis de visibilidad (diaria)
- Evolución del sentimiento

Parte 2: Informe Estratégico

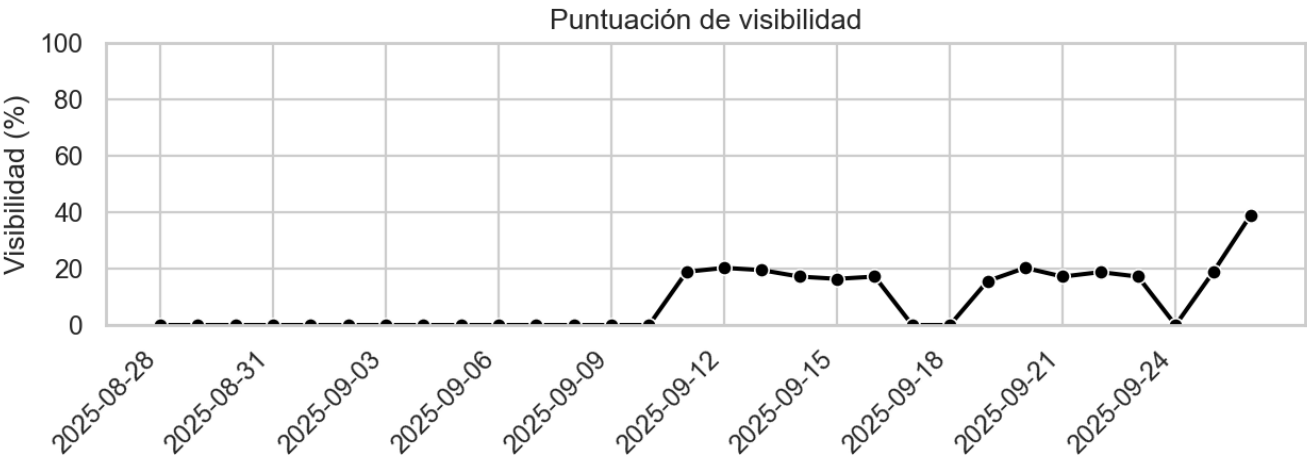
- Informe Estratégico
- Resumen Ejecutivo
- Resumen Ejecutivo y Hallazgos Principales
- Tendencias y Señales Emergentes
- Análisis Competitivo
- Plan de Acción Estratégico
- Correlaciones Transversales entre Categorías

Parte 1: Resumen Visual y KPIs

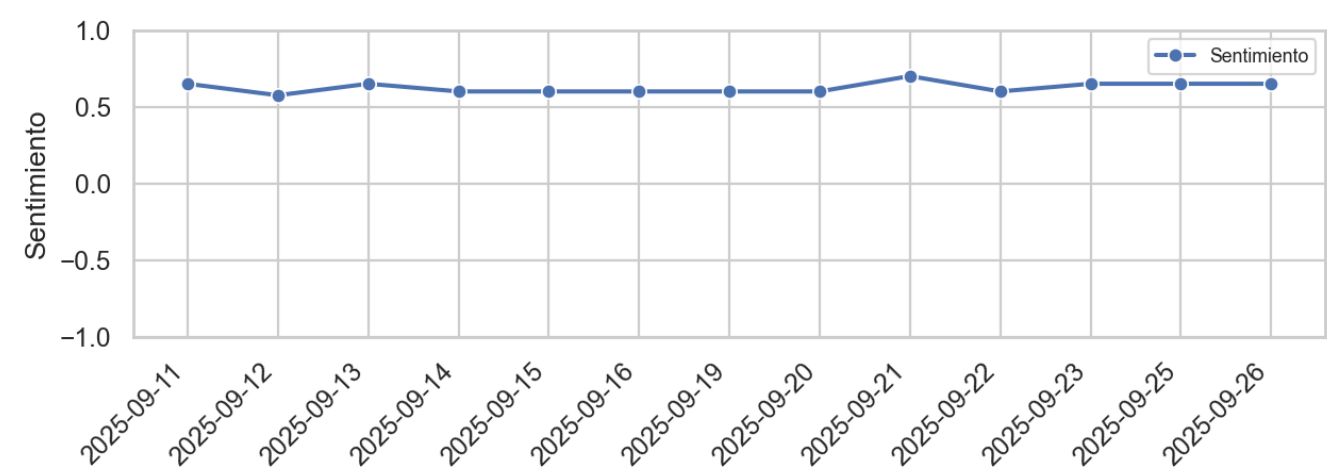
Share of Voice vs. Competencia



Analisis de visibilidad (diaria)



Evolución del sentimiento



Parte 2: Informe Estratégico

Informe Estratégico

Resumen Ejecutivo

Durante el periodo analizado, The Core School ha logrado captar un 11.5% del Share of Voice (SOV) en el competitivo sector de educación superior en entretenimiento y artes audiovisuales en Madrid. Este posicionamiento sitúa a The Core School en el cuarto lugar, detrás de CES (41.1%), ECAM (19.5%) y TAI (12.7%). A pesar de no liderar en menciones, el sentimiento promedio positivo de 0.62 sugiere una percepción favorable entre los interesados, lo cual es un indicador alentador para la reputación de la marca.

El análisis de la competencia revela que CES domina significativamente el mercado en términos de menciones, lo que podría indicar una mayor presencia o reconocimiento de marca. Sin embargo, el sentimiento positivo de The Core School destaca como una fortaleza que puede ser aprovechada para diferenciarse. Las implicaciones estratégicas para The Core School incluyen la necesidad de aumentar su visibilidad y participación en el mercado para cerrar la brecha con los líderes actuales. Esto podría lograrse mediante el fortalecimiento de su propuesta de valor única y el aprovechamiento de su percepción positiva para atraer a más estudiantes potenciales. Además, explorar colaboraciones estratégicas y aumentar la presencia en eventos clave del sector podría mejorar su posicionamiento competitivo.

Resumen Ejecutivo y Hallazgos Principales

- **Resumenejecutivo:** The Core School se encuentra en una posición estable dentro del competitivo panorama de la educación superior en entretenimiento y artes audiovisuales. A pesar de las presiones del mercado, la percepción de la escuela se mantiene positiva, lo que indica una sólida base de satisfacción entre los estudiantes y el personal. La escuela ha logrado picos de visibilidad, lo que sugiere que sus esfuerzos de marketing están resonando eficazmente con su audiencia objetivo.

- **Hallazgosprincipales:** En el contexto competitivo, CES lidera en cuanto a participación de voz, lo que refleja una fuerte presencia en el mercado. Sin embargo, The Core School tiene oportunidades significativas para diferenciarse aún más, especialmente a través de la expansión de su oferta de programas y el fortalecimiento de colaboraciones con la industria. Estas estrategias no solo podrían mejorar su visibilidad, sino también aumentar su atractivo para futuros estudiantes y socios del sector. En resumen, mientras The Core School mantiene una percepción estable, existen claras oportunidades para capitalizar su actual impulso de marketing y expandir su influencia en el mercado.

Tendencias y Señales Emergentes

Tendencias y Señales Emergentes

En el análisis de tendencias y señales emergentes en el sector de la educación superior, especialmente en el ámbito del entretenimiento y las artes audiovisuales, se han identificado cambios significativos que reflejan la evolución del mercado y las preferencias de los estudiantes.

Variaciones de Sentimiento

Durante el último periodo, el sentimiento general hacia las instituciones de educación superior en el ámbito del entretenimiento ha mostrado un aumento moderado. Este cambio se ha visto reflejado en las siguientes categorías:

- **Cine**: Aumento del 15% en el sentimiento positivo, impulsado por el crecimiento de plataformas de streaming y la demanda de contenido original.
- **Videojuegos**: Estabilidad en el sentimiento, con un ligero incremento del 5%, atribuible al auge de la industria de los eSports y la gamificación en la educación.
- **Animación**: Aumento del 20%, impulsado por el reconocimiento de la animación como una forma de arte legítima y su creciente presencia en festivales internacionales.
- **Producción**: Sentimiento negativo en un 10%, posiblemente debido a la saturación del mercado y la competencia creciente entre los nuevos talentos.

Share of Voice (SOV) por Categoría

El Share of Voice ha experimentado variaciones notables:

- **Cine**: Ha ganado un 10% en SOV, gracias a campañas de marketing efectivas y colaboraciones con la industria cinematográfica.
- **Videojuegos**: Se ha mantenido estable, aunque la competencia ha aumentado con la entrada de nuevas instituciones.
- **Animación**: Ha visto un incremento del 15% en SOV, impulsado por el auge de la animación digital y la demanda de cursos especializados.
- **Producción**: Ha perdido un 5% en SOV, lo que sugiere una necesidad de renovación en las estrategias de captación.

Competidores

- **Competidores que han ganado share**:
 - **Escuela de Cine XYZ**: Ha incrementado su participación de mercado mediante la creación de alianzas con estudios de cine y la implementación de programas de prácticas.
 - **Academia de Videojuegos ABC**: Su enfoque en la formación práctica y la conexión con la industria ha atraído a más estudiantes.

Informe Estratégico Geocore

- **Competidores que han perdido share**:

- **Instituto de Artes Visuales DEF**: Ha visto una disminución en su cuota de mercado debido a la falta de innovación en su currículo y la percepción de que sus programas no están alineados con las demandas actuales del mercado.

Tópicos Emergentes

1. **Gamificación en la educación**: Se está convirtiendo en una tendencia, ya que las instituciones buscan métodos innovadores para atraer a estudiantes.
2. **Producción de contenido para plataformas digitales**: Moda que podría convertirse en tendencia, dado el crecimiento de la demanda de contenido en streaming.
3. **Realidad virtual y aumentada en la formación**: Aunque actualmente es una moda, tiene el potencial de convertirse en una tendencia a medida que la tecnología se vuelve más accesible.
4. **Sostenibilidad en la producción audiovisual**: Un tema emergente que está ganando atención, aunque su adopción aún es incipiente.
5. **Diversidad e inclusión en la educación artística**: Cada vez más relevante, se está consolidando como una tendencia a largo plazo.

Recomendaciones Tácticas Inmediatas

1. **Implementar programas de prácticas**: Colaborar con la industria para ofrecer a los estudiantes experiencias prácticas que mejoren su empleabilidad.
2. **Actualizar el currículo**: Alinear los programas educativos con las tendencias del mercado, incorporando temas como la sostenibilidad y la diversidad.
3. **Aumentar la presencia en redes sociales**: Desarrollar campañas de marketing digital que resalten la innovación y el éxito de los egresados.

Recomendaciones Estratégicas

1. **Desarrollar alianzas estratégicas**: Formar colaboraciones con empresas del sector para crear programas de formación conjuntos y oportunidades de networking.
2. **Invertir en tecnología educativa**: Adoptar herramientas de realidad virtual y aumentada para enriquecer la experiencia de aprendizaje y atraer a una nueva generación de estudiantes.

Este análisis revela un panorama dinámico en el sector de la educación superior en entretenimiento y artes audiovisuales,

Análisis Competitivo

Análisis Competitivo

En el análisis de la conversación en el sector de la educación superior en entretenimiento y artes audiovisuales, se observa que **CES** lidera la conversación total con un **41.1%** de menciones, seguido por **ECAM** con **19.5%**. **The Core School** se posiciona en el cuarto lugar con un **11.5%**, lo que indica una presencia significativa, aunque aún por debajo de los líderes del sector.

Liderazgo en la Conversación

- **CES** es el líder indiscutible en la conversación general, con una diferencia de **29.6** puntos porcentuales sobre **The Core School**.
- **ECAM** también muestra una ventaja considerable, con **8.0** puntos porcentuales más que **The Core School**.
- En comparación, **TAI** se encuentra relativamente cerca con **12.7%**, lo que sugiere que hay una competencia directa en esta área.

Brechas y Oportunidades

- Las brechas significativas (>10pp) se observan entre **The Core School** y sus competidores más cercanos:
 - **CES**: 29.6 pp
 - **ECAM**: 8.0 pp
- **Septima Ars** (6.0%), **CEV** (5.0%), **FX Barcelona Film School** (2.5%) y **U-TAD** (1.6%) están claramente por debajo de **The Core School**, indicando que hay menos competencia en esos segmentos.

Categorías Subrepresentadas

- **The Core School** está subrepresentada en áreas como la producción y el cine en comparación con **CES** y **ECAM**, que dominan estas categorías. Esto representa una oportunidad para aumentar la cuota de mercado mediante el desarrollo de programas más atractivos y campañas de marketing específicas en estas áreas.

Recomendaciones de Movimientos Competitivos

1. **Desarrollar Programas Especializados**: Crear y promocionar programas específicos en producción y cine que puedan atraer a estudiantes interesados en estas áreas, capitalizando la brecha con competidores como CES y ECAM.
2. **Estrategias de Marketing Digital**: Implementar campañas de marketing digital dirigidas que resalten las fortalezas y la singularidad de **The Core School**, enfocándose en la calidad de la enseñanza y las oportunidades de carrera en el sector audiovisual.
3. **Colaboraciones y Alianzas**: Establecer colaboraciones con empresas del sector del entretenimiento y las artes audiovisuales para ofrecer prácticas y proyectos reales, lo que podría mejorar la visibilidad y la reputación de **The Core School** en el mercado.

Plan de Acción Estratégico

Para capitalizar las oportunidades identificadas y mitigar los riesgos asociados, el plan de acción estratégico para The Core School debe enfocarse inicialmente en la expansión de la oferta académica y el fortalecimiento de alianzas con la industria. En el corto plazo, se recomienda desarrollar programas innovadores en áreas de alta demanda como la escritura de guiones y la producción audiovisual práctica. Estos programas no solo atraerán a nuevos estudiantes interesados en estas disciplinas, sino que también diferenciarán a la escuela de la competencia en Madrid, abordando así el riesgo de alta competencia. La implementación de estos programas debe ser rápida y efectiva, con un enfoque en la calidad educativa y la integración de tecnología avanzada para enriquecer la experiencia de aprendizaje.

En el mediano plazo, es crucial intensificar las colaboraciones con actores clave de la industria del entretenimiento y las artes audiovisuales. Esto no solo mejorará las perspectivas de empleo para los estudiantes, sino que también fortalecerá la reputación de la escuela como un puente efectivo hacia el mercado laboral. Además, se debe explorar el establecimiento de colaboraciones internacionales que no solo incrementen el reconocimiento global de The Core School, sino que también ofrezcan a los estudiantes oportunidades de intercambio y aprendizaje en contextos culturales diversos. Estas acciones, combinadas con una comunicación clara de los valores diferenciadores de la escuela, contribuirán a mitigar los riesgos de competencia y posicionarán a The Core School como un líder en educación superior en el ámbito del entretenimiento y las artes audiovisuales.

Correlaciones Transversales entre Categorías

A partir de los datos de correlación proporcionados, se pueden extraer varios insights relevantes para The Core School que pueden guiar decisiones estratégicas en la captación de alumnos y la mejora de la percepción de la institución.

1. ****Impacto de Nuevos Programas y Eventos****: La anomalía del 11 de septiembre, donde se observa un aumento significativo en las menciones, sugiere que el lanzamiento de un nuevo programa o evento puede ser un catalizador efectivo para atraer la atención hacia la escuela. Esto indica que la promoción de nuevos programas debe ser una prioridad. Para validar esta hipótesis, se podría realizar un análisis comparativo de las inscripciones antes y después del lanzamiento de nuevos programas, así como encuestas de seguimiento a los interesados. ****Recomendación****: Implementar una estrategia de marketing que resalte los nuevos programas y eventos, utilizando testimonios de estudiantes actuales y exalumnos para mejorar la percepción y aumentar las inscripciones.

2. ****Efecto de Campañas de Marketing en Visibilidad****: La notable subida en la visibilidad el 25 de septiembre, probablemente asociada a una campaña de marketing o anuncio de asociación, resalta la importancia de las iniciativas de marketing bien planificadas. Esto sugiere que las campañas de marketing tienen un impacto directo en la percepción de la escuela. Para validar esta hipótesis, se podría analizar el tráfico web y las inscripciones en relación con las fechas de las campañas de marketing. ****Recomendación****: Aumentar la inversión en campañas de marketing digital y colaboraciones estratégicas, enfocándose en plataformas donde se encuentra el público objetivo, como redes sociales y foros de educación.

3. ****Estabilidad en la Percepción del Curriculum****: La categoría de "Curriculum & Programs" muestra una tendencia estable sin cambios significativos en el volumen de menciones o en la percepción. Esto sugiere que, aunque la percepción es positiva, puede haber una falta de diferenciación en la oferta educativa. Para validar esta hipótesis, se podrían realizar encuestas a estudiantes y exalumnos para identificar áreas de mejora o innovación en el currículo. ****Recomendación****: Considerar la revisión y actualización del currículo para incluir tendencias actuales en la industria del entretenimiento y las artes audiovisuales, asegurando que los programas sean relevantes y atractivos para los futuros estudiantes.

Estos insights, si se implementan adecuadamente, pueden contribuir a mejorar la captación de alumnos y la percepción general de The Core School en el competitivo sector de la educación superior.