
POLÍTICA DE MARKETING

El órgano de gobierno reconoce, como objetivo final de su política de marketing, optimizar sus campañas para aumentar como elemento diferenciador la marca **Valle del Miro**.

Todas las acciones de marketing están dirigidas para que nuestros Clientes y Clientes Potenciales, reconozcan nuestra *marca Valle del Miro* como un valor de calidad que se ajusta a sus necesidades, presentes y futuras.

En relación a los clientes a los que nos dirigimos diferenciamos:

- **Clientes Externos (alumnos, familias, empresas)**: aquellos que solicitan nuestro producto (educación y formación), de los que depende su viabilidad y sostenibilidad en el tiempo, a los que van dirigidas nuestras Campañas.
- **Clientes Internos**, es decir, nuestro Personal, ya que de ellos depende el servicio que ofrecemos, son el grupo de interés responsable del éxito de la empresa, y nuestra estrategia de marketing se aplica también a ellos. Esta estrategia se debe materializar en un sistema de gestión de RRHH que:
 - Favorezca la incorporación a la empresa de personas que aporten valor.
 - Vincular al personal a través de planes de formación, de promoción interna y fomentar su participación.
 - Establecer canales de comunicación fluidos.

La Política de Marketing del Grupo se fundamente en los siguientes principios generales, en cuanto a:

Producto (educación y formación):

- Cumplir la legalidad vigente establecida por la Consejería de Educación.
- Realizar un análisis de mercado que incluya:
 - o Análisis de la necesidad
 - o Capacidad de la empresa para implantarlo el nuevo servicio (personal capacitado, tecnología apropiada...)
 - o Costos reales de su implantación
- Mantener o aumentar nuestros clientes, adaptándonos a los cambios que puedan producirse para ser competitivos.
- Revisar el Catálogo de Formación de la empresa para adaptarlo anualmente.

Calidad:

- Establecer modelos competitivos para los servicios que ayuden a consolidar la marca.
- Conseguir un aumento de alumnos y nivel satisfacción con nuestros servicios.

Promoción:

- Determinar la mejor opción para captar alumnos, elegir el medio publicitario que mejor se adapte, dentro del presupuesto asignado para su distribución.
- Respetar los requisitos de publicidad marcados por la empresa, a saber, contenido coherente con la imagen de marca, y sencillez y veracidad en el mensaje.
- Rentabilizar las campañas publicitarias.

Alcance:

- Aumentar el área de influencia de nuestros servicios a poblaciones urbanas diferentes de nuestra ubicación en Valdemoro para la formación presencial.
- Establecer acciones para extender formaciones presenciales, y a distancia, no sólo en la Comunidad de Madrid sino también a nivel nacional.