

Digital
Marketing
Transformation

Impacto de la digitalización en el mercado de la educación superior privada en España



Octubre 2020

Agenda

1. Objetivos del estudio y metodología
2. Presentación de los resultados del estudio
3. Preguntas y coloquio
4. Conclusiones

Objetivos y metodología del estudio

Objetivo del estudio

Entender cuáles son las **motivaciones y criterios de elección de los alumnos**, así como **qué elementos participan en el proceso de búsqueda de información**

2.020 estudiantes 18-50 años

5 universidades privadas españolas

Alumnos España y Latam

Encuesta de 12 minutos

Recogida de datos: 4 de Junio al 13 de Julio de 2020

Principales conclusiones del estudio

1 Estudiar ya **no es un tema de edad**, nos formamos a lo largo de toda nuestra vida profesional

2 La **modalidad online** es **elegida por >50%**, especialmente por alumnos mayores de 25 años, de LatAm, y de máster

3 Casi la mitad de los alumnos **comenzaron el proceso de búsqueda por el tipo de programa** y no por el centro en concreto

4 La **toma de decisión** es en media de **6 semanas**, y la toman los alumnos (y no los padres) en el 90% de los casos

5 El 80% de los **canales más usados** para buscar información sobre el centro o la formación **son canales online**

6 Las **ventajas de la formación online** son el ahorro en desplazamientos y la flexibilidad; los **desafíos** son las clases prácticas y el contacto social

Tres etapas en el proceso de decisión de la formación

1.

Considerar

2.

Elegir

3.

Estudiar

1.

Considerar

¿Cuáles son las distintas motivaciones para formarse?

¿Cuáles son las áreas y modalidades más demandadas?



Estudiar ya no es un tema de edad:

Cualquier persona en cualquier momento puede decidir formarse.

Existen 5 tipos de estudiantes en función del momento en el que deciden formarse

¿Por cuáles de las siguientes razones decidiste hacer esta formación?



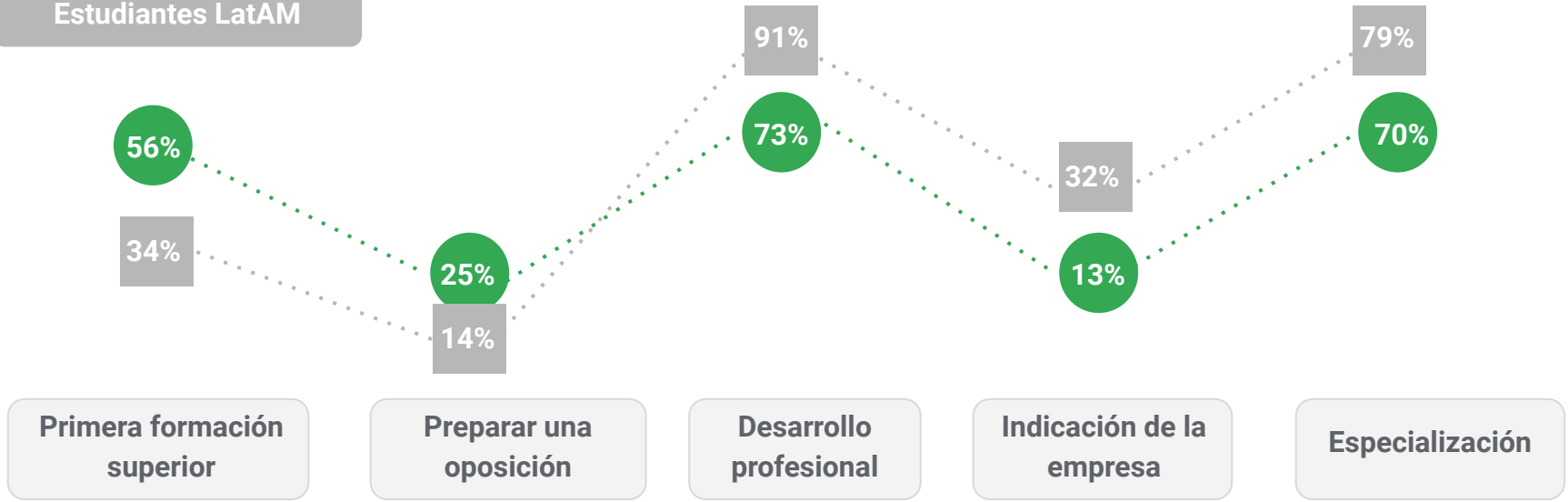
Fuente: estudio realizado por El Departamento

El Desarrollo Profesional es la principal motivación para los estudiantes de LatAm

¿Por cuáles de las siguientes razones decidiste hacer esta formación?

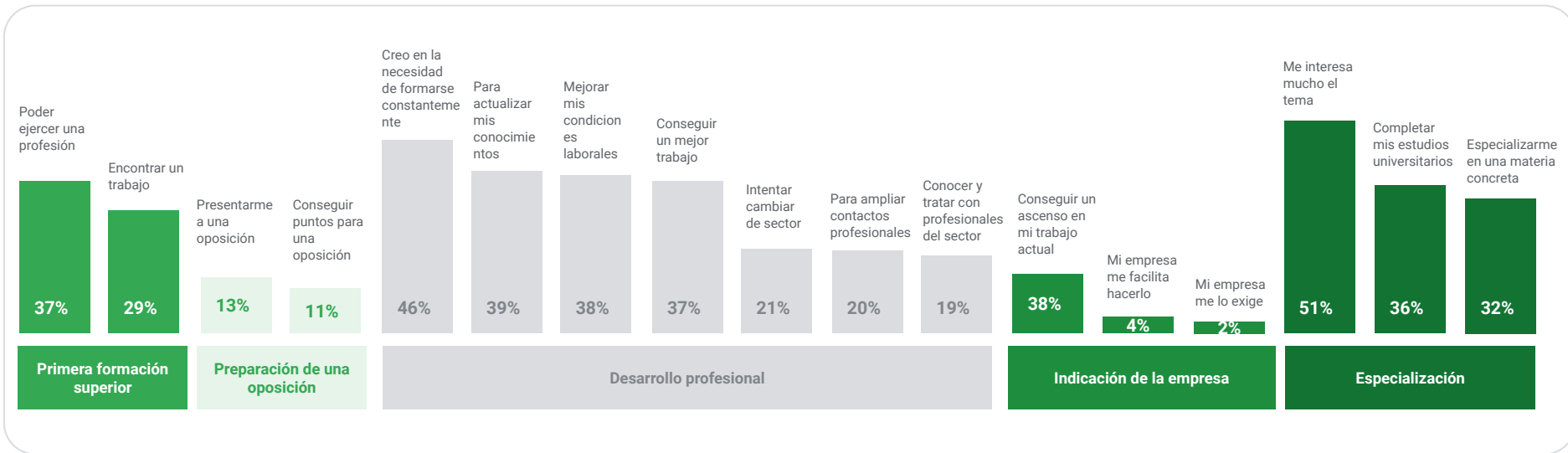
Estudiantes españoles

Estudiantes LatAM



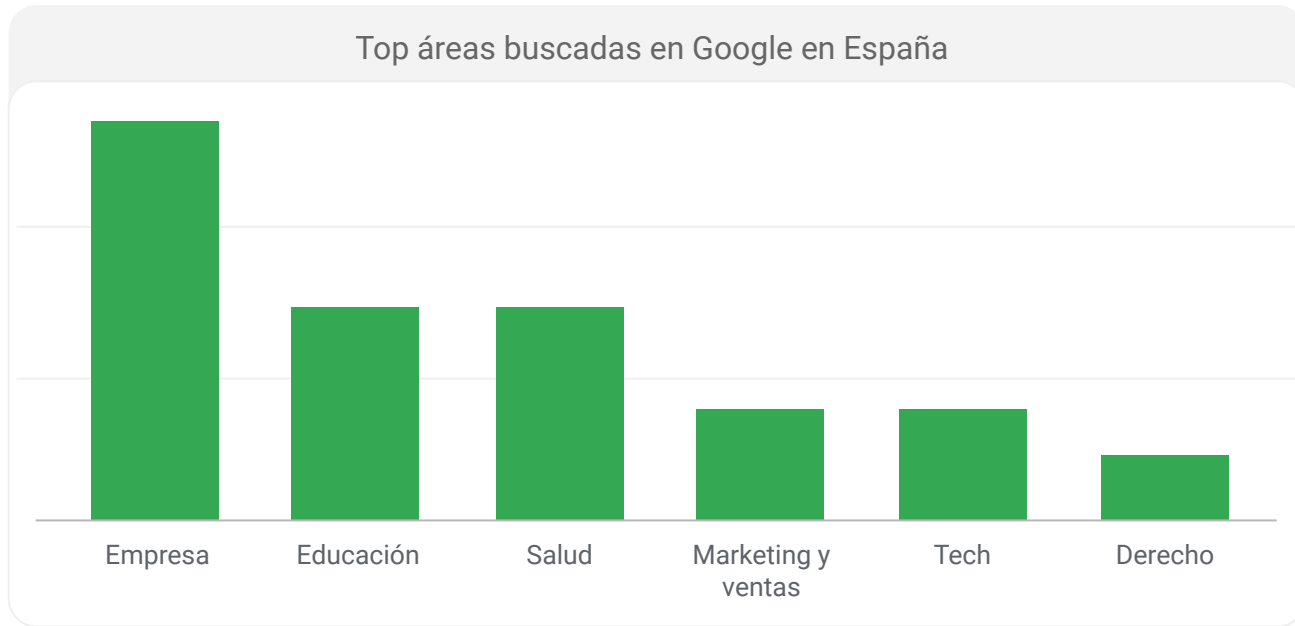
Distintas razones para formarse que dependen del momento en el que se encuentren

¿Por cuáles de las siguientes razones decidiste hacer esta formación?



Fuente: estudio realizado por El Departamento Digital Marketing Transformation

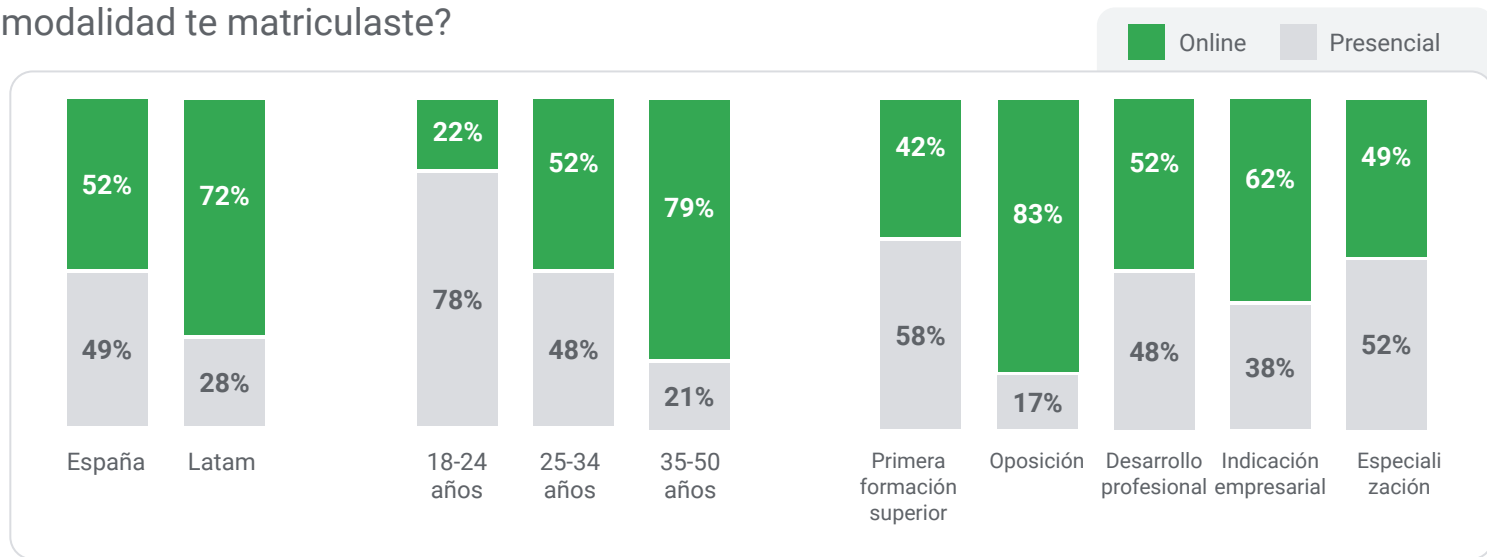
Empresa, Educación y Salud son las áreas más demandadas entre los estudiantes



Fuente: gráfico elaborado con datos de Google Trends en España. Búsquedas genéricas de grado, posgrado y cursos en España durante los últimos 12 meses

La modalidad online se elige más por **estudiantes de LatAm y mayores de 25 años**

¿En qué modalidad te matriculaste?



Fuente: estudio realizado por El Departamento; datos de Google elaborados con Consumer Insights

1. Considerar

¿En qué momento se despierta la idea de estudiar?

¿Qué deciden estudiar?

¿En qué modalidad?

- Hemos pasado de formarnos una vez en la vida a **formarnos de manera continuada** para progresar y especializarnos a lo largo de toda la vida profesional
- **Empresa, Educación y Salud** son las tres ramas de estudios **más elegidas** en educación superior privada
- La modalidad **online es elegida por >50%**, siendo especialmente atractiva entre alumnos **mayores de 25 años, de Latam y de máster**

2.

Elegir

¿Cómo es el proceso de decisión?

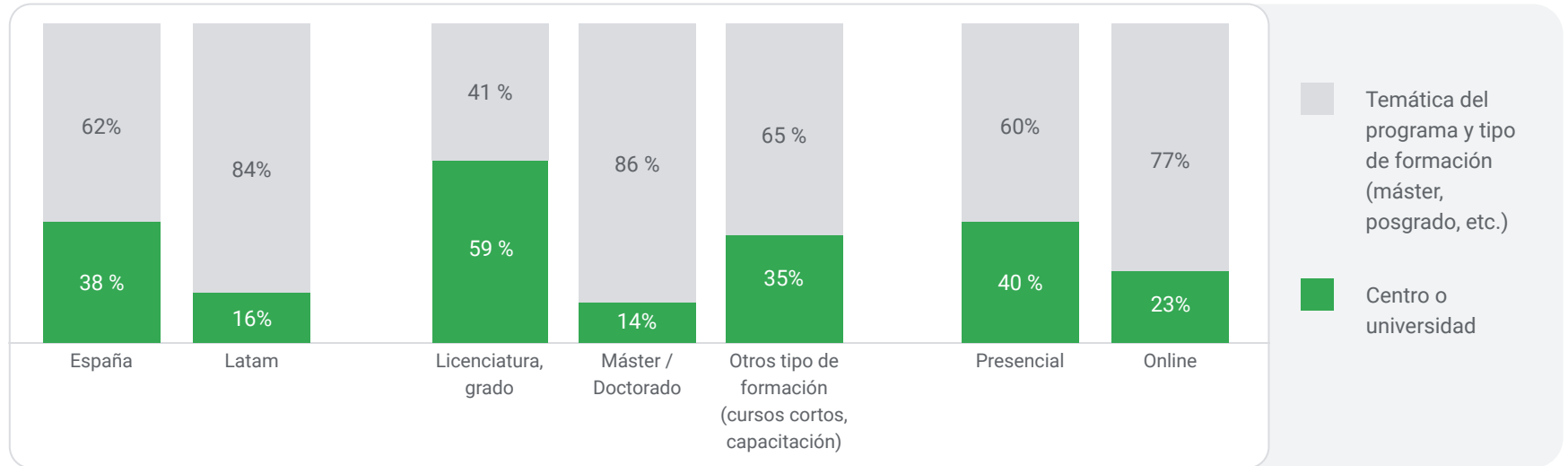
¿Qué aspectos son los más relevantes para los estudiantes?

¿Cuáles son los canales más utilizados?



En grado se empieza a buscar por la universidad, pero en master la clave es la temática del programa

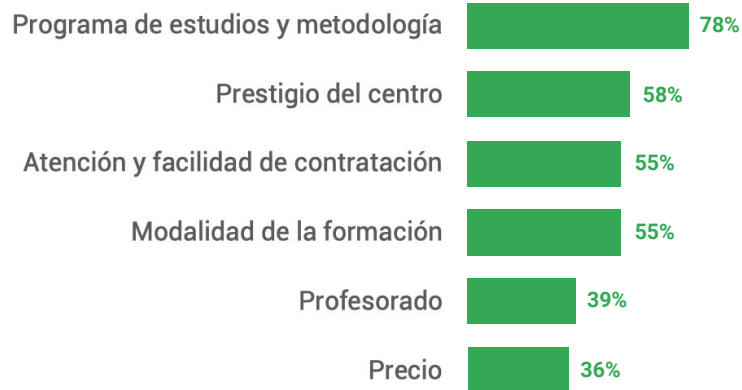
¿Por dónde empezaste a buscar?



Fuente: estudio realizado por El Departamento; datos de Google elaborados a partir de datos de Google Trends

El programa y el prestigio del centro son aspectos más importantes que el precio

¿Qué aspectos fueron más importantes en el proceso de decisión de la universidad o centro de estudios?

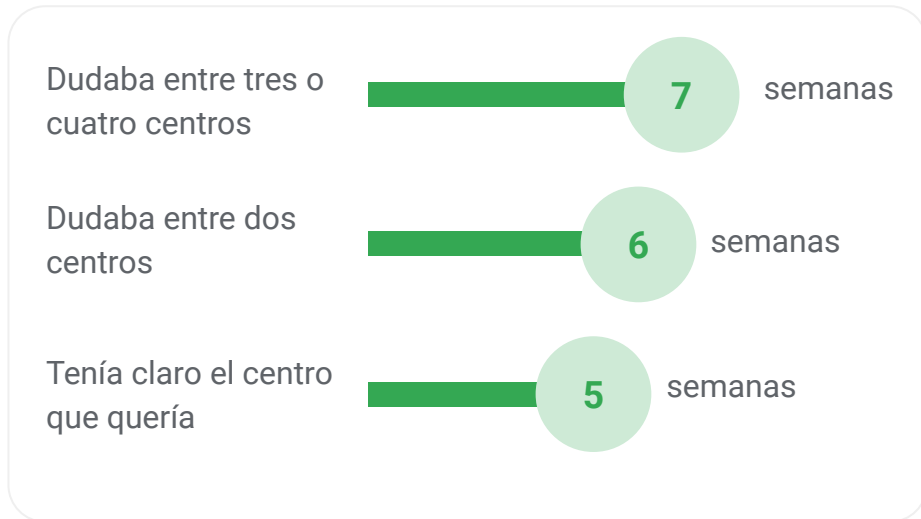
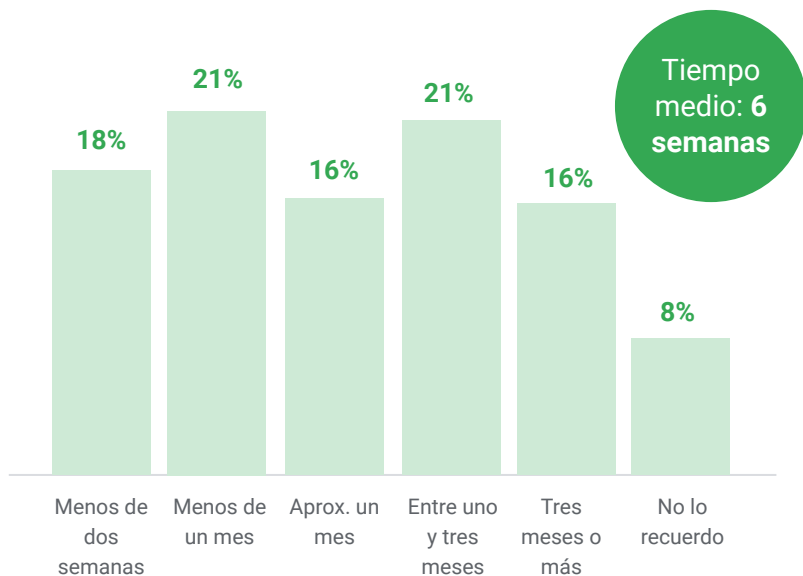


¿Conocías este centro o universidad antes de empezar a buscar información?



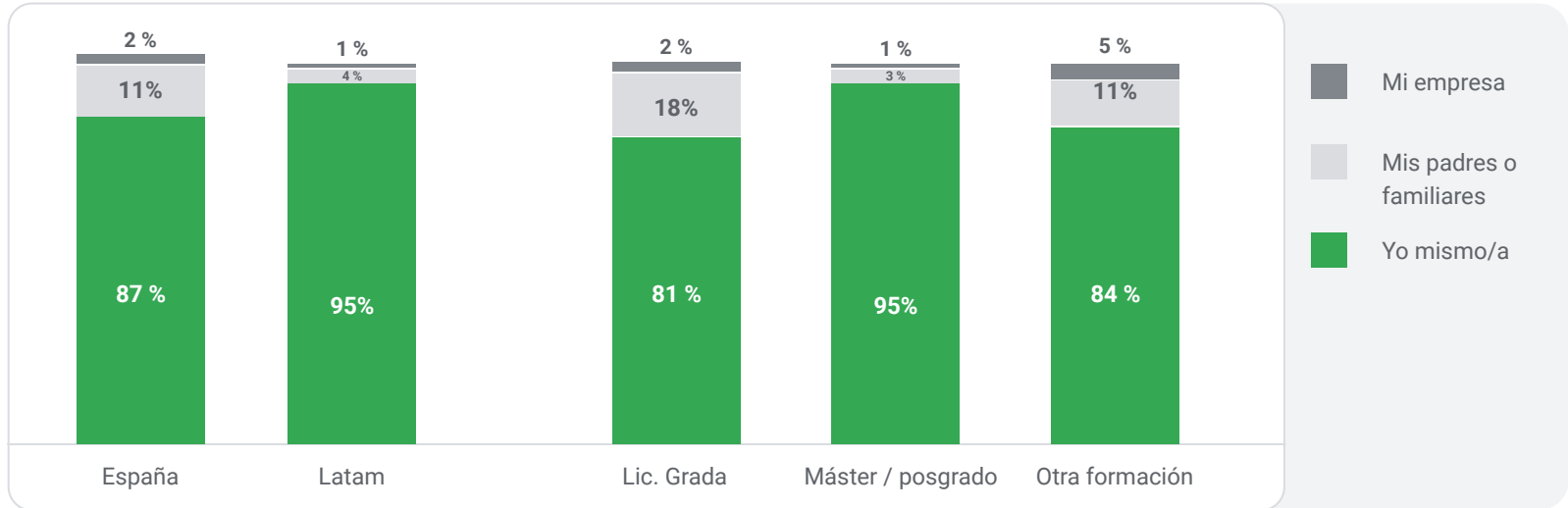
Quienes no tienen claro el centro de estudios necesitan más tiempo para decidir dónde matricularse

¿Cuánto tiempo te llevó desde que tomaste la decisión de formarte hasta que te matriculaste?



Los propios estudiantes son quienes deciden qué estudiar, aunque la influencia de la familia es mayor en licenciaturas

¿Quién tomó la decisión (de formarte)? (respuesta múltiple, resultados indexados a 100%)

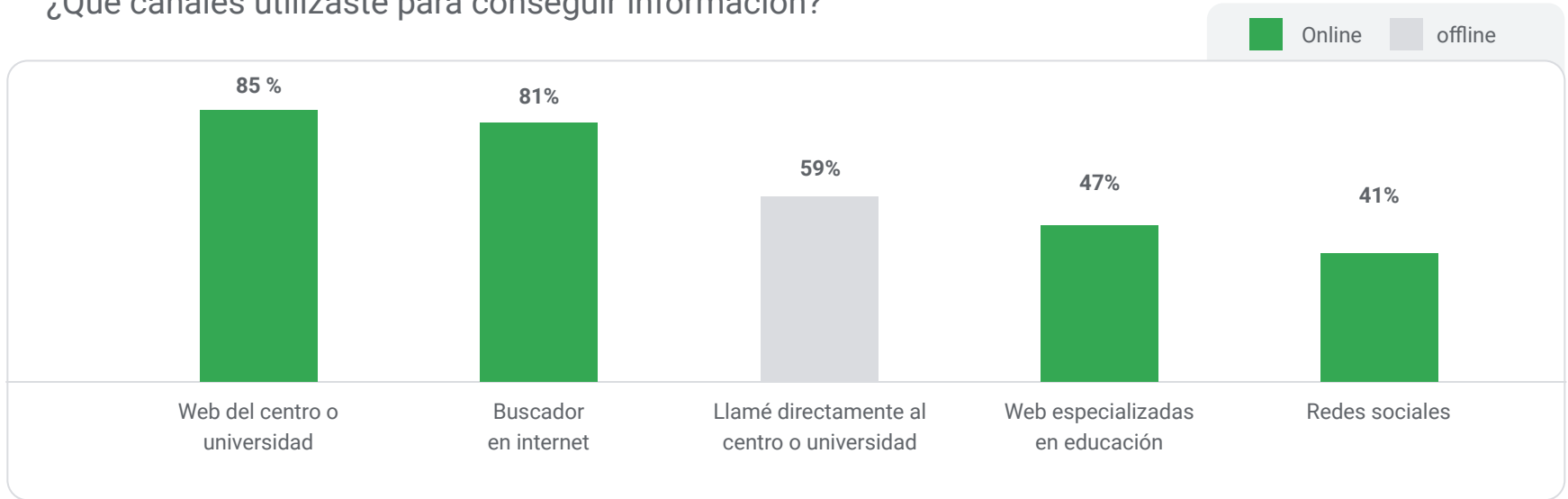


Fuente: estudio realizado por El Departamento

Digital Marketing Transformation

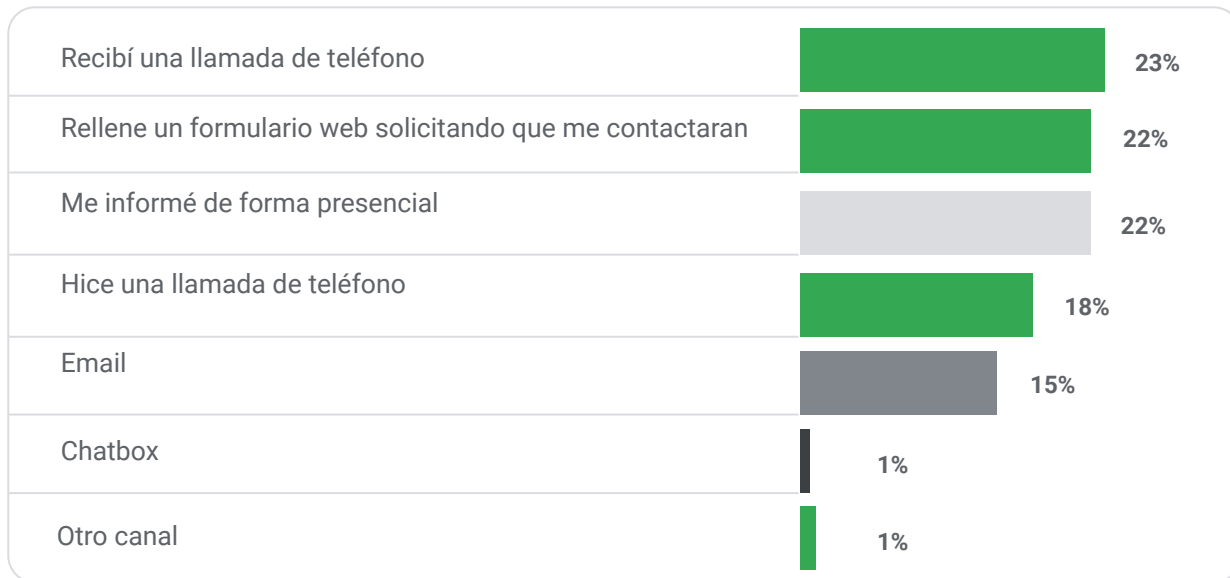
Más del 80% de estudiantes utilizó la web de la universidad y el buscador para buscar información sobre la formación o el centro

¿Qué canales utilizaste para conseguir información?



El teléfono es el canal de información más cómodo para los estudiantes si quieren ampliar información

¿Qué canal te resultó más cómodo para conseguir información?

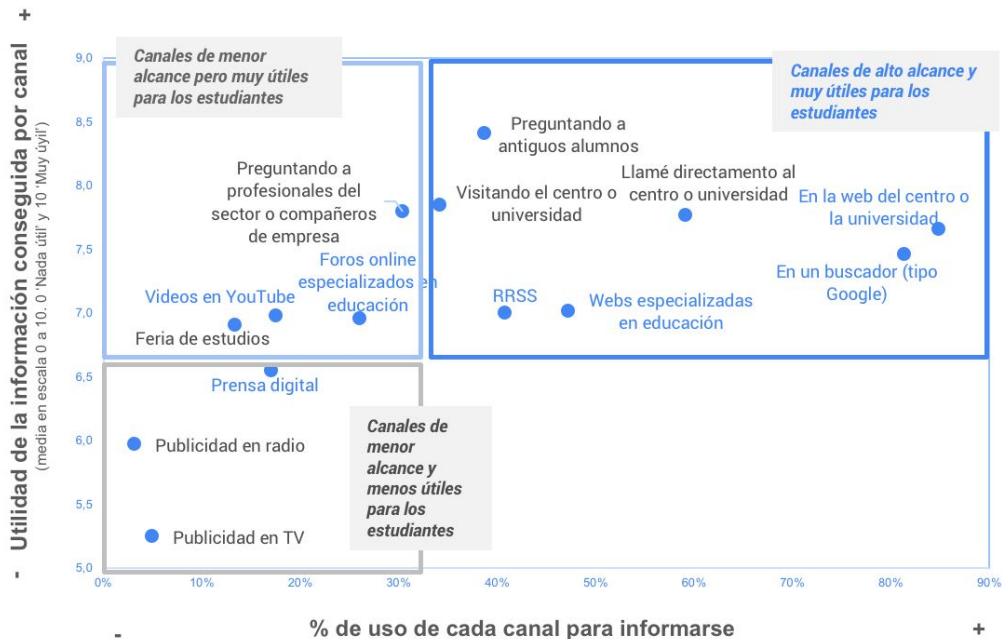


Fuente: estudio realizado por El Departamento

Digital Marketing Transformation

Los **foros online** y los vídeos de **Youtube** tienen un gran potencial para informar a los estudiantes

Incidencia y utilidad en la información recibida en los canales de búsqueda



Fuente: estudio realizado por El Departamento

2. Elegir

¿Cómo es el proceso de decisión?

¿Qué aspectos son los más relevantes?

¿Cuáles son los canales de información favoritos?

- Lo más importante para decidirse es la **temática**, el **tipo de curso** y la **modalidad de la formación (online o presencial)**. **Solo la mitad conocía** con anterioridad el centro en el que terminaron estudiando, sobre todo entre estudiantes online.
- La toma de decisión es en media de **6 semanas** y **la toman los alumnos** en el 90% de los casos
- La **web de centro** y el **buscador** son los canales más utilizados para buscar información. Los canales online como **foros, RRSS y Youtube** tienen un alto potencial de crecimiento por su utilidad a la hora de mostrar información sobre el centro y sus estudios
- El **teléfono** es el canal de información **más cómodo** para los estudiantes si quieren ampliar información

3.

Estudiar

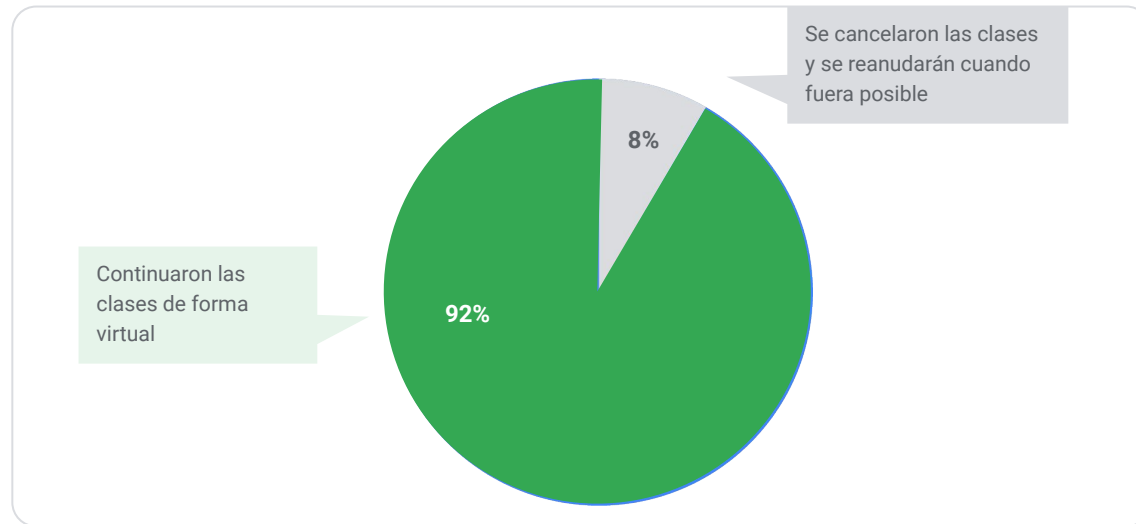
¿Cómo impacta la digitalización de la formación en la experiencia del alumno?

¿Qué retos y oportunidades plantea la formación online?



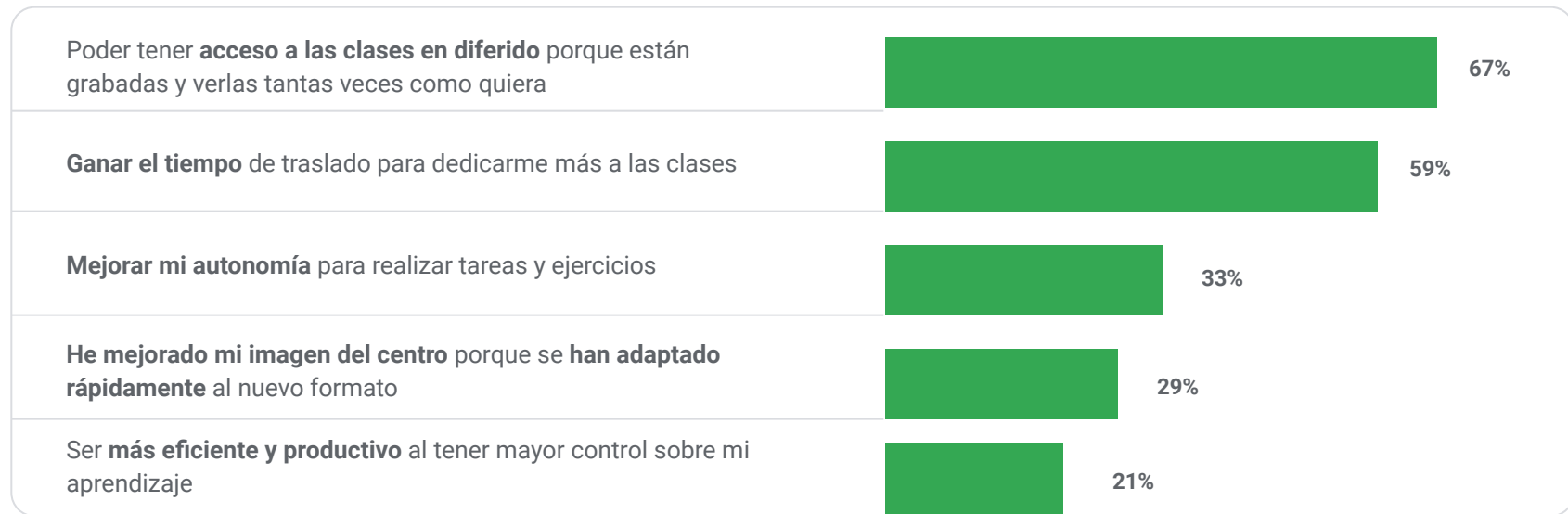
Durante el confinamiento el 92% de las clases continuaron de forma online

¿Cuál de las siguientes opciones para continuar el curso se aproxima más a la que tu centro de formación llevó a cabo tras el decreto del estado de alarma?



La **flexibilidad** y el **ahorro de tiempo** y **costes** de desplazamiento es lo mejor de la modalidad online

¿Qué experiencias te han parecido más positivas del cambio a una formación virtual?

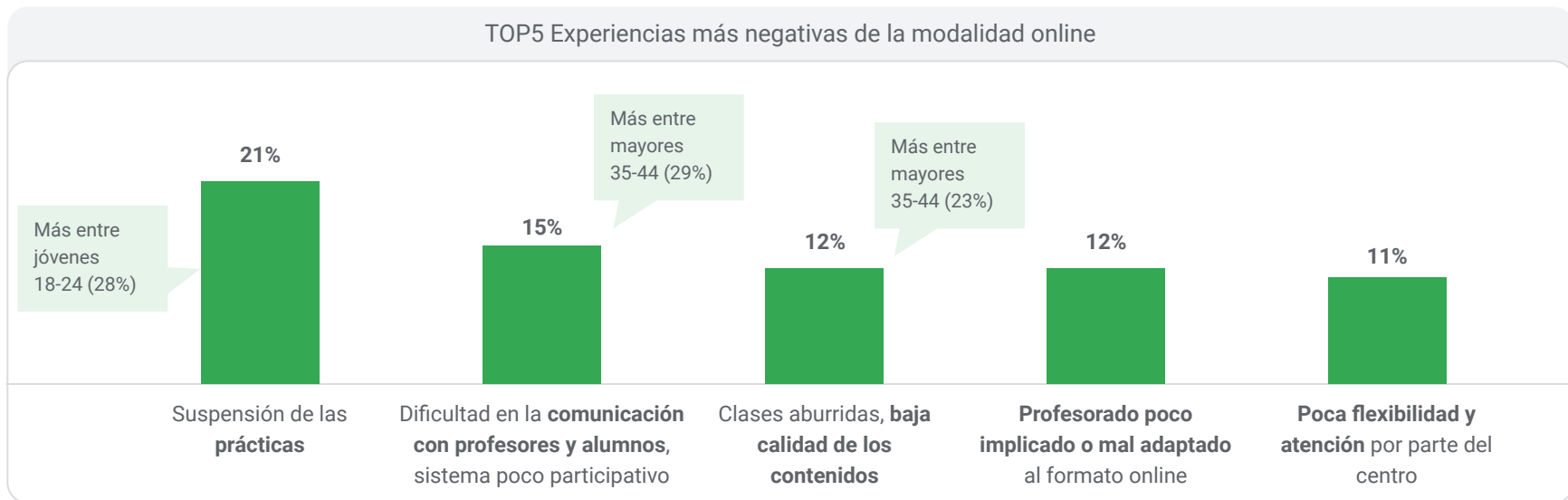


Fuente: estudio realizado por El Departamento

Digital Marketing Transformation

Las sesiones de planteamiento práctico y la interacción son los grandes retos de la formación online

¿Qué es lo que menos te ha gustado del cambio a formación online?

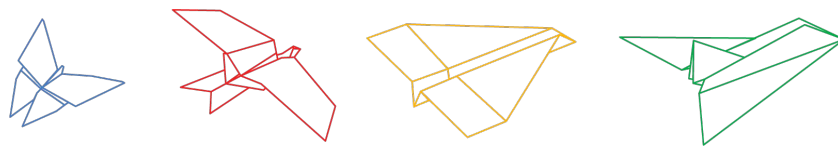


3. Estudiar

¿Cómo impacta la digitalización de la formación en la experiencia del alumno?

¿Qué retos y oportunidades plantea la formación online?

- Los centros educativos han sabido reaccionar rápidamente a la situación imprevista y **sólo se cancelaron un 8% de las clases presenciales**.
- Según los alumnos, las principales **ventajas de la formación online** son el **ahorro de tiempo** y desplazamientos y la **flexibilidad** gracias al acceso a las clases en diferido
- Sin embargo, nos encontramos con importantes **desafíos** frente a la educación presencial, como la realización de las clases **prácticas**, la falta **adaptación de los contenidos** al formato online e insuficientes **habilidades tecnológicas por parte del profesorado**



¡Gracias!