

Objetivos:

- Incrementar los ingresos de la institución
- Convertir el plan referidos en una estrategia de crecimiento permanente en el 2010 para aumentar el número de estudiantes
- Fomentar entre la población estudiantil de Escolme el aprovechamiento de un sistema de mercadeo que les represente altos beneficios

Operatividad de la campaña:

Entre Bienestar institucional y el personal de mercadeo, se visitaran todos los grupos de estudiantes para contarles de que se trata

Entregaremos a cada interesado el volante promocional de la campaña para que lo entregue al referido

Explicaremos claramente las reglas del juego para evitar inconvenientes a través del desarrollo de la campaña

Se llevara una base de datos donde cada estudiante tenga los referidos claramente identificados

Se definirá un responsable de llevar esta lista en el área de admisiones

Se mantendrán volantes alusivos a la campaña en lugares visibles para que el interesado los pueda tener fácilmente (Cafetería, Recepción, mercadeo, admisiones, portería)

Publicidad:

- Portal de Escolme
- Reportes
- Carteleras

- Volantes
- Visita a salones de clase
- Correos electrónicos

Incentivo Económico:

- Esta campaña aplica solo para estudiantes que estén entre el primero y el quinto semestre. Por cada referido matriculado que nos presente el estudiante se le otorgara una rebaja de \$100.000 en la liquidación bruta de matrícula semestral, esto quiere decir, antes de cualquier descuento a que tenga derecho el estudiante.
- El estudiante podrá presentar cuantos referidos quiera, siempre y cuando el total de la suma a rebajar no exceda el valor liquidado de matrícula. Esto quiere decir que por ningún motivo se dejaran saldos a favor del estudiante.

Ejemplo:

- Estudiantes de 1º a 5º semestre:
- Valor total del semestre.....\$1.365.900
- Trae un referido.....\$100.000
- Trae otro referido..... \$100.000
- Saldo.....\$1.165.900
- Descuento de Caja y Escolme\$139.908
- Saldo.....\$1.025.992

Responsabilidades:

- Mercadeo: Diseño de la campaña, redacción y sustentación ante los directivos y rectoría, visita a los salones

- Admisiones y registro: Base de datos y control de los referidos
- Sistemas: Soporte técnico e implementación de software
- Bienestar: Diseño de la pieza, publicidad en los diferentes medios de comunicación, (carteleras, reportes, e-mails, sitios de mayor trafico), visita a los salones
- Cartera: Control financiero

Controles:

- El referido en el momento de su inscripción deberá entregar el formato indicado para la campaña completamente diligenciado
- Para que los estudiantes puedan acceder al descuento, sus referidos deberán estar matriculados previamente y dentro del mismo periodo al que se le aplicara el descuento
- Las fechas definidas por la institución para asentar matricula son:

Del 15 de Junio al 10 de Julio y

Del 29 de Noviembre al 21 de Diciembre

Otras consideraciones:

- La rectoría ha definido que estos descuentos sean directamente aplicados en cartera y no esperar a su visto bueno.
- La campaña estará vigente solo hasta el 21 de Diciembre de 2010
- Se deben pasar los reportes después de cada periodo académico tanto a rectoría como a mercadeo
- Sugerimos que los reingresos puedan hacer parte de los referidos dentro de la campaña.
- Solo se reciben referidos que estén presentados en el formato de la campaña
- Los descuentos solamente se aplicaran después de matriculado el referido.
- Este descuento no es aplicable para aspirantes del convenio ONG ni ningún otro