



---

# *Proyecto Final de Master*

CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE  
ESTRATEGIAS 2.0 Y PLAN SOCIAL MEDIA  
PARA MONTESSORI BABY HOUSE

---

ÁREA DE APLICACIÓN: EDUCACIÓN

MÁSTER EN COMMUNITY MANAGER:  
EMPRESA 2.0 Y REDES SOCIALES

ELENA HERMOSA-O'CONNOR  
MADRID, 29 SEPTIEMBRE 2018

DIRECTOR: JOSÉ LOZANO GALERA



# INDICE

## CONTACTO

www.Montessoribabyhouse.com  
 info@montessoribabyhouse.com  
 (+34) 635 200 882  
 Calle General Pintos, 9  
 (entrada por, Calle Ailanto, 42, 28029 Madrid)

elenahermosas@gmail.com  
 www.instagram.com/hermoseando  
 (+353) 872452247

## ENCUENTRANOS EN



<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	
RESUMEN EJECUTIVO .....	4
CONTEXTUALIZACIÓN (SITUACIÓN ECONÓMICA GENERAL) .....	4
JUSTIFICACIÓN .....	6
OBJETIVOS .....	7
OBJETIVOS A LARGO PLAZO .....	7
OBJETIVOS A CORTO PLAZO .....	7
ANÁLISIS DAFO .....	7
<b>2. PLAN SOCIAL MEDIA:</b>	
DESARROLLO .....	9
ANÁLISIS Y PUNTO DE PARTIDA .....	9
MISION, VISION Y VALORES .....	9
PÚBLICO OBJETIVO .....	9
ANÁLISIS ONLINE .....	10
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	11
ANÁLISIS WEB .....	12
POP UPS .....	13
OPTIMIZACION PARA DISPOSITIVOS MOVILES .....	13
PLUGINGS .....	14
ANÁLISIS SEO	
SEO ON-PAGE .....	14
SEO OFF-PAGE .....	15
CONCLUSIONES .....	15
<b>3. PLAN DE CONTENIDOS</b>	
TIPO DE CONTENIDO .....	17
TONO .....	17
REDES SOCIALES .....	17
OBJETIVOS ESPECIFICOS A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO	
OBJETIVOS ANUALES .....	18
OBJETIVOS SEMESTRALES .....	18
OBJETIVOS TRIMESTRALES .....	18
METRICAS Y KPI'S .....	18
CALENDARIO EDITORIAL .....	20
HERRAMIENTAS UTILIZADAS	
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE CONTENIDO Y AUTOMATIZACIÓN..	21
HERRAMIENTAS PARA GESTION INTERNA DE INFORMACION.....	21
HERRAMIENTAS PARA DISEÑO .....	21
EXTENSIONES .....	21
PRESUPUESTO .....	21
PLAN DE CONTINGENCIA .....	22
CRISIS DE REPUTACION .....	23
PORTFOLIO: COMO SE VE EN LAS REDES SOCIALES .....	24
EVALUACIÓN Y CONCLUSIONES .....	26
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	28
<b>4. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>29</b>



# INTRODUCCIÓN

## RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

Montessori Baby House es una empresa dedicada a la educación infantil trilingüe (chino, Inglés y español). Abrió sus puertas recientemente, en Julio 2018 y esta ubicada en Madrid Capital.

Se caracteriza por ser el único centro infantil en España que combina el concepto chino de educación temprana con métodos occidentales como Montessori y el sistema de disciplina positiva. Aparte ofrece clases de idiomas trilingües de Chino- Español e Inglés para niños de 0 a 6 años, siempre usando metodología participativa.

Montessori Baby House esta en proceso de abrir cursos online de disciplina positiva, manejo de emociones y educación Montessori.

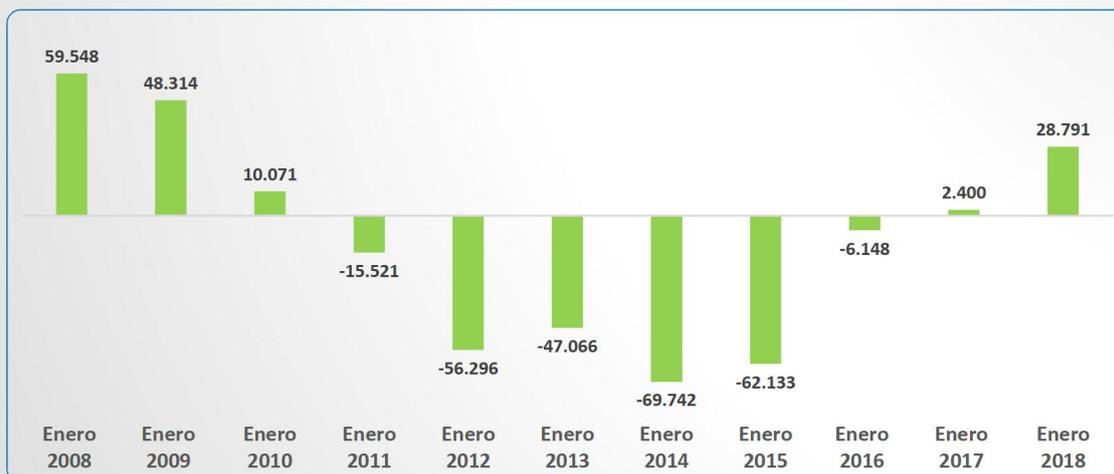


## CONTEXTUALIZACIÓN (SITUACIÓN ECONÓMICA GENERAL):

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la Comunidad de Madrid hay actualmente 6.663.405 personas empadronadas, de los que 893.276 son extranjeros, es decir, un 13,4% de la población residente en Madrid son extranjeros.

Respecto al año anterior, se produce un aumento de la población extranjera de 28.791 personas, en términos absolutos y un incremento del 3,33% en términos relativos. Es el mayor aumento de población extranjera en nuestra región desde el año 2009.

### POBLACIÓN EXTRANJERA EN LA COMUNIDAD DE MADRID. CRECIMIENTO NETO INTERANUAL. 2008-2018



Dirección General de Servicios Sociales e Integración Social

1. Informe de población extranjera empadronada en la comunidad de Madrid realizado por el observatorio de inmigración centro de estudios y datos . Enero 2018  
[http://www.madrid.org/es/Satellite?c=CM\\_InfPractica\\_FA&cid=1354273641612&language=es&pagename=ComunidadMadrid%2FEstructura&pv=1354273649355](http://www.madrid.org/es/Satellite?c=CM_InfPractica_FA&cid=1354273641612&language=es&pagename=ComunidadMadrid%2FEstructura&pv=1354273649355)

El número de ciudadanos chinos en la región ha dado un salto espectacular en solo dos años: de 55.784 a 171.960 personas. Así, este colectivo se ha triplicado en dos años y se coloca como el segundo más numeroso de la Comunidad, Según La Encuesta Regional de Inmigración. 2•

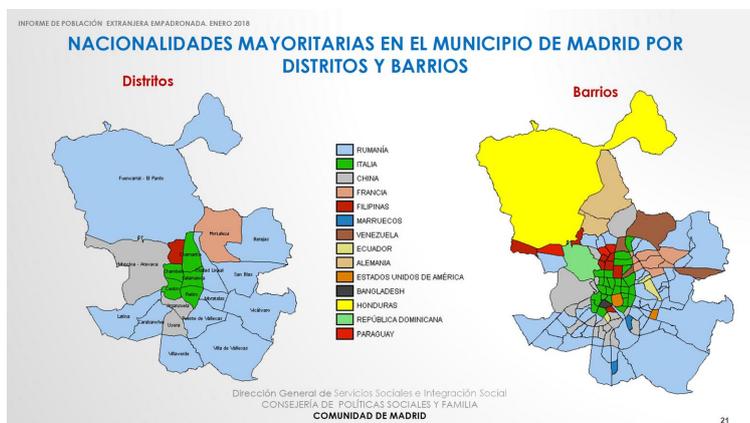


[https://elpais.com/ccaa/2017/02/20/madrid/1487595130\\_033723.html](https://elpais.com/ccaa/2017/02/20/madrid/1487595130_033723.html)

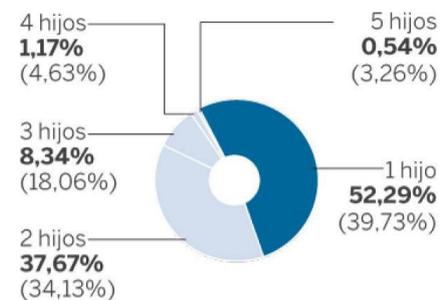
Por otro lado, la geolocalización la hemos elegido basándonos en los datos y estadísticas donde vemos que gran parte de la comunidad extranjera se ubica en la zona norte de Madrid, Zona con muchas oficinas y negocios. Plaza castilla esta estratégicamente elegido al tener acceso en transporte público y carreteras a toda la zona norte y centro de Madrid, con fácil acceso.

También hemos estudiado las rentas per cápita barrio a barrio para estudiar en que barrios sería mas interesante hacer publicidad de nuestros servicios.

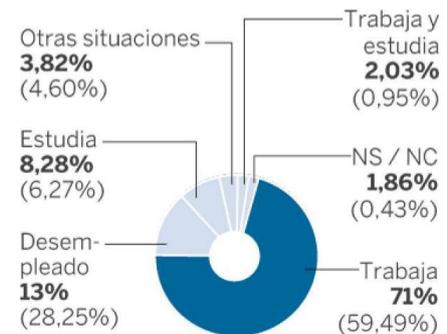
Para analizar mejor las comunidades de expatriados en Madrid podemos ver estas estadísticas que nos indican que la población expatriada es una población joven, trabajadora y con hijos.



**¿CUÁNTOS HIJOS TIENEN?**  
En %. 2016, (2014)



**SITUACIÓN LABORAL ACTUAL**  
En %. 2016, (2014)



Fuente: Consejería de Políticas Sociales y Familia.

## JUSTIFICACION

Comencé este master cuando mi hija tenía dos meses de vida, pensando que no me quitaría demasiado tiempo (ingenua de mi..) y me abriría puertas para trabajar de manera remota en un área que me apasiona.

Vivimos en una casa bilingüe (Inglés y Castellano). En Abril nos mudamos a Madrid, exactamente al barrio donde nací y comencé a buscar guardería para Kira. Pero me topé con el gran problema de plazas en las guarderías públicas, falta de privadas bilingües o auto-denominadas bilingües pero con un programa de dos horas de inglés a la semana y precios desorbitados.

En Junio, con la esperanza perdida de encontrar un centro en nuestra zona, me encontré que en mi barrio estaban en proceso de abrir una guardería nueva!!

Entre, pregunté y me encantó su proyecto. Somos una familia multicultural, que por trabajo hemos tenido que viajar mucho por el mundo y tener a mi hija en un centro donde la enseñen diferentes idiomas, actividades culturales, música, storytelling chino... me encanto! pero se me salía del presupuesto. Miré en Internet y ví que no tenían presencia alguna en redes, Web... En ese momento me llego la inspiración ¿y si les propongo ser su Community Manager a cambio de que mi hija asista a su centro?

Así comenzó nuestra relación profesional con Montessori Baby House. En Julio/Agosto comencé a hacer el plan de comunicaciones, Web, redes, Marketing... y no puedo estar mas contenta. Es un reto profesional y personal importante para mi, creo en su proyecto educativo y además de tener la motivación de querer lo mejor para un proyecto en el que creo, que he visto que funciona y en el que mi hija es "mi cliente principal!"

Por último, trabajar para MBH me está dando la oportunidad de conectar con el barrio, asociaciones culturales, mamás en la misma situación que yo... Es un trabajo donde el factor humano es lo primero.



# OBJETIVOS

## OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Posicionar a Montessori Baby House como referente en educación trilingüe en España.
- Captar a nuevos clientes y socios que apoyen el proyecto.
- Colaboración con blogs y revistas especializadas en educación.
- Aumentar el posicionamiento de la marca en las redes sociales (Facebook e Instagram) en los próximos 6 meses.
- Conseguir clientes fijos y consolidar nuestra reputación online
- Aumentar significativamente nuestro networking y comunidad virtual.
- Generar fidelidad con nuestros consumidores en redes sociales, mejorando la vinculación.

## OBJETIVOS CORTO PLAZO

- Siguiendo el plan de contenidos, publicar información de calidad y relevante diariamente.
- Aumentar la interacción con la comunidad para conseguir engagement.
- Mejorar la conversión a través de redes sociales, mediante la captación de leads
- Crear campañas en Facebook ads, Google Ads e Instagram para conseguir seguidores y clientes.
- Implementar estrategias de e-mail Marketing.
- Aumentar el tráfico de nuestra web o blog
- Incrementar la base de datos (leads)
- Incrementar la conversión.

## ANALISIS DE NECESIDADES Y OPORTUNIDADES. DAFO

Análisis interno

### Fortalezas

Programa de enseñanza único en España  
Educación trilingüe con Chino, Español e Inglés.  
Educación de calidad con personal muy especializado.  
Horarios flexibles  
Precios más bajos que la competencia (en algunos servicios).

### Debilidades

Los perfiles en las redes sociales no cuentan con muchos seguidores.  
Las redes sociales chinas son diferentes a las usadas en España.  
Todavía no se tiene una comunidad consolidada.  
Desconocimiento de la cultura china por parte del CM.  
Es un centro nuevo y aun no es conocido.  
Los clientes comienzan el curso en septiembre y el resto del año es difícil ganar mas clientes para la guardería.

Análisis Externo

### Oportunidades

Llegar a ser referente educativo por nuestro proyecto innovador.  
Oportunidades de colaboración con otros colegios e instituciones.  
Ampliar servicios y clases.

### Amenazas

Es una escuela privada y por lo tanto mas costosa que las guarderías cercanas a nosotros.  
Nuestra competencia tiene clientela fiel.



# DESARROLLO

## ANÁLISIS PUNTO DE PARTIDA:

Montessori Baby House (MBH) es una empresa dedicada a la educación infantil trilingüe (chino, Inglés y español). Abrió sus puertas recientemente, en Julio 2018 y esta ubicada en Madrid Capital.

Se caracteriza por ser el primer único centro infantil en España que combina el concepto chino de educación temprana con métodos occidentales como Montessori y el sistema de disciplina positiva. Aparte ofrece clases extra-escolares de idiomas para niños de 0 a 6 años, siempre usando metodología participativa.

## MISIÓN, VISIÓN Y VALORES:

“Después de haber trabajado en la enseñanza de chino durante más de ocho años, me he dado cuenta de que si perdía la edad de oro del aprendizaje de idiomas, todos los esfuerzos serían menos efectivos. Desde entonces, comencé a estudiar educación temprana en profundidad. Hoy en día, el nacimiento de mi hijo me ha hecho creer que la educación temprana es mi proyecto de vida. Montessori Baby House es el mejor regalo de primer cumpleaños de toda la familia para nuestro hijo. Desde la elección del distrito escolar, la decoración o la selección de maestros/as, hasta la compra de materiales didácticos, todo está enfocado desde la perspectiva de una madre y educadora, comparando y seleccionando cuidadosamente hasta el más mínimo detalle. Además, aprovechamos las características de desarrollo de los/as niños/as de 0 a 6 años. Seleccionamos integramos lo mejor de cada metodología y educamos en tres idiomas (chino, español e inglés) para crear el modelo educativo más adecuado para niños/as trilingües. Montessori Baby House no es solamente el compromiso de una madre con su hijo, sino también es el sueño de una maestra. Nos gustaría poner el máximo esfuerzo en nuestro centro, para difundir nuestro amor y trabajo infinitos, y contribuir a la felicidad de más niños/as y familias.”: Diana, directora general.

## PÚBLICO OBJETIVO:

Hombres y mujeres de 25 a 45 años, trabajadores, con hijos de 0 a 6 años. También docentes especializados en metodología multilingüe y Montessori.

Clase Media – Alta.

Idiomas: Chino/ Inglés y Español

Intereses: Educación Montessori, disciplina positiva y educación de idiomas bilingüe./trilingüe.

Educación multicultural. Educación alternativa. Multiculturalidad.

Ubicación: Madrid

## ANÁLISIS ON-LINE:

- Web: Desde Julio, cuando comenzó la presencia online de MBH, hemos creado la Web con Wordpress teniendo en cuenta los productos y servicios que ofrecemos.  
[www.montessoribabyhouse.com](http://www.montessoribabyhouse.com)
- Redes sociales: Facebook, Twitter, Linkedin, Youtube e Instagram. Perfiles creados entre Julio 2018 y Septiembre 2018. También usamos Wechat y Whatshap.
- Comunidad online: Además de nuestra Web y redes participamos en foros y paginas especializadas en educación (Ludus.org, babytribu.com...)

<b>INSTAGRAM:</b> Usuario: @montessoribabyhouse N Seguidores: 121	<b>FACEBOOK</b> Usuario: Montessori Baby House España N Seguidores: 84	<b>TWITTER</b> Usuario: Montessori baby house @Montessoribaby2 N Seguidores: 3	<b>GOOGLE BUSSINESS:</b> Usuario: @montessoribabyhouse Views: 1.830 Acciones: 1,530
<b>WECHAT:</b> Usuario: @montessoribabyhouse N Seguidores: +500	<b>LINKEDIN:</b> Usuario: @montessoribabyhouse N Seguidores: 3	<b>YOUTUBE</b> Usuario: Montessori baby house Reproducciones: 21 por video N subscriptores: 3	

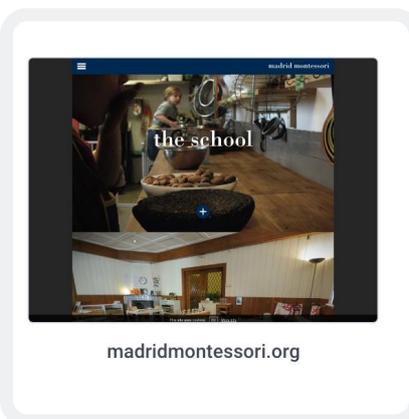
## Comunidades de colaboración:



- Ludus es un directorio de educación alternativa en España, donde se dan a conocer proyectos alternativos con una visión más o menos tradicional de la educación,

## COMPETENCIA:

Usando las herramientas de Social mention, Google maps, ranking coach 1&1 y la herramienta de búsqueda de escuelas en ludus.org, se realizó un análisis y monitorización para identificar a los posibles competidores, basándonos en servicios ofrecidos y localización.



	Facebook	Instagram	Twitter	Youtube	Web	Google maps
Monessorimadrid.org	No	No	No	No	Si	Si
Betaria.es	Seguidores: 322 Post: 2/semana Likes per post: 15	No	No	No	Si	Si
saluscasadelnino.es	Seguidores: 493 Post: 1/mes Likes per post: 10	No	No	No	Si	Si

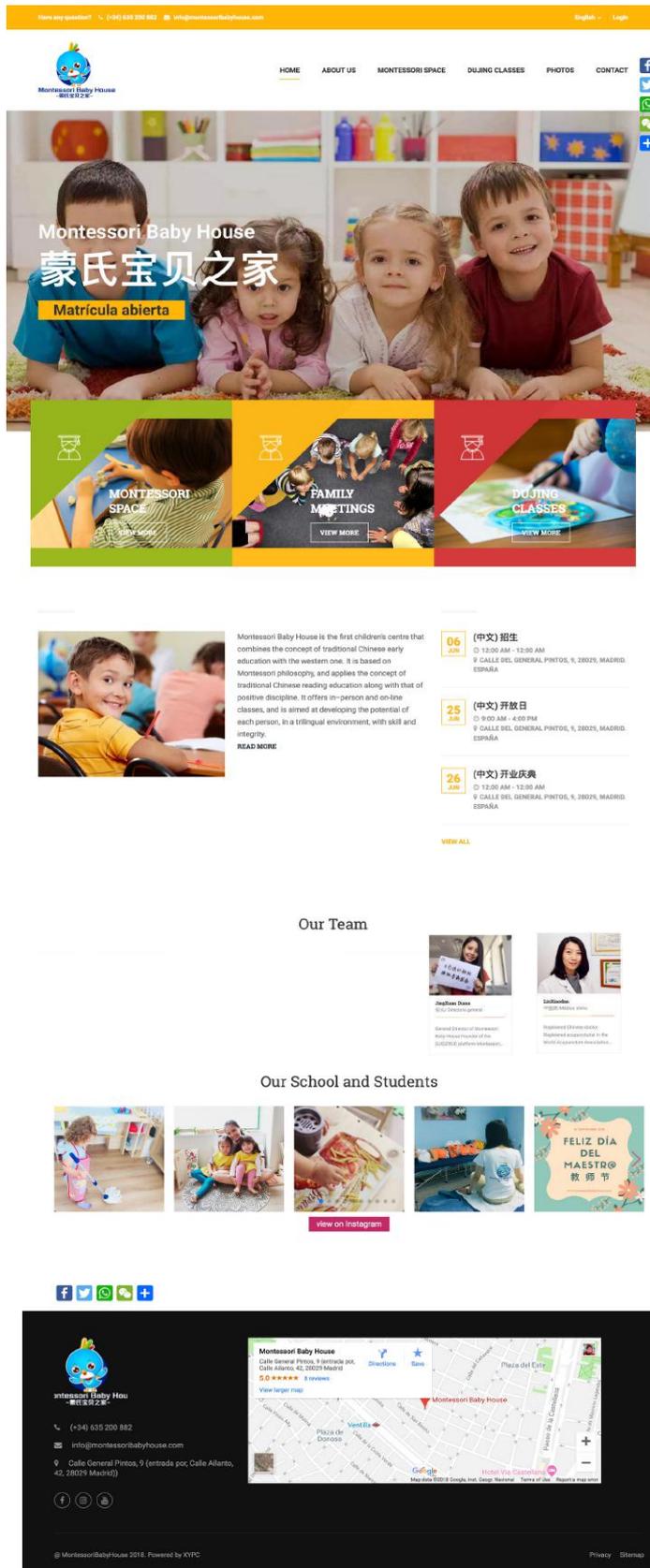
	Otros
Monessorimadrid.org	No
Betaria.es	Portal del ayuntamiento de Madrid <a href="http://www.colesyguardes.es/blog">http://www.colesyguardes.es/blog</a>
saluscasadelnino.es	<a href="http://www.ymagazine.es">www.ymagazine.es</a> (guía de la educación) <a href="http://www.colesyguardes.es/blog">http://www.colesyguardes.es/blog</a> <a href="http://www.educateca.com/">http://www.educateca.com/</a>

	Facebook	Instagram	Twitter	Youtube	Web	Google maps
Lampantin.com	Seguidores: 179 Post: 1/mes Likes per post: 4	No	No	No	Si	No
Sonrisas montessori	Seguidores: 318 Post: 1/mes Likes per post: 7	No	No	No	Si	Si

	Otros
Lampantin.com	<a href="http://www.ludus.org">www.ludus.org</a>
Nido sonrisas montessori	<a href="http://www.topnanny.es">www.topnanny.es</a> <a href="https://www.linkedin.com/company/nido-sonrisas-montessori">Linkedin</a>

Analizando estos resultados vemos que la competencia tiene muy poca presencia en las redes sociales, no publican contenido de forma habitual y tienen muy poco engagement. Por otro lado algunos de ellos, están estratégicamente en blogs de educación donde se ofrecen listados de centros educativos por áreas y temática. Por lo tanto uno de nuestros objetivos primordiales será formar parte de esos blogs y webs con listados de centros educativos para así conseguir más presencia online, engagement, leads y llegar a nuestro público objetivo.

# ANÁLISIS WEB:



- En la parte superior de la página tenemos nuestros datos (email y teléfono). Al ser una escuela trilingüe tenemos acceso a toda la información en Chino, Español e Inglés.
- Menú superior: Logo. Inicio, Quienes somos, Espacio Montessori, Clases de DuJing, Fotos y contacto.
- Carrusel de fotos con botón a Matrícula abierta, video de presentación y promociones actuales.
- Acceso a redes sociales. Botones móviles que te acompañan al subir o bajar en la página.

- Parte media de la Web: Link a Espacio Montessori, educación online, Cases de DuJing.
- Presentación
- Side bar: Eventos actuales

- Presentación de nuestro equipo con fotografías y experiencia en el sector. (faltan miembros del equipo)

- Parte baja: carrusel con nuestras fotos de Instagram con link a Instagram y otras redes sociales.

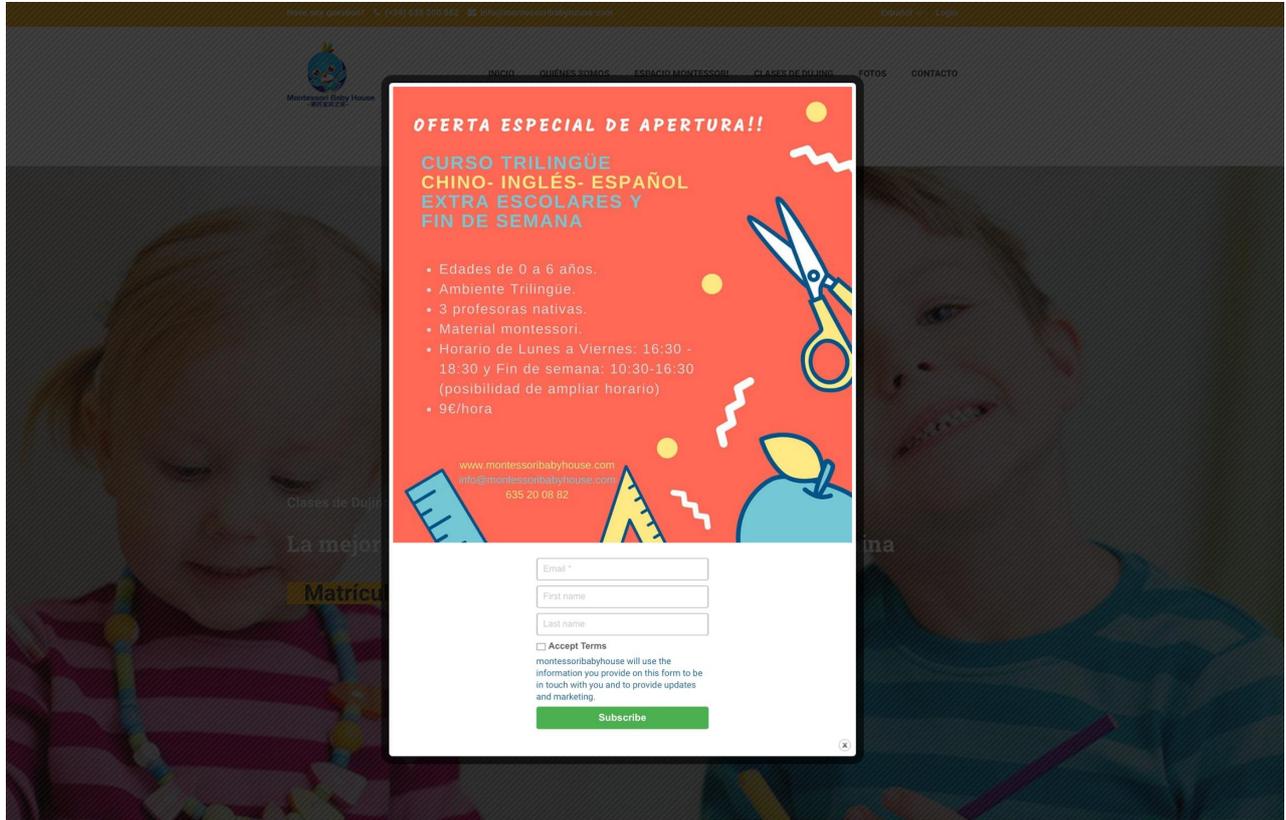
- Footer: Datos de contacto, mapa y acceso a Google maps, acceso a redes sociales.
- Copyrights and sidemap

Todavía estamos poniendo a punto todos los elementos estructurales de la web para optimizar su posicionamiento, y continuar con las tareas de crecimiento de autoridad y robustez SEO.

A nivel de programación web hemos tenido principal cuidado en obtener una web que cumpla con todas las recomendaciones de Google, como por ejemplo una carga rápida la página, que no haya páginas con error, exceso de código, o que la web sea perfectamente responsive, es decir, que está preparada para ser visitada con garantías desde cualquier dispositivo.

## VENTANAS EMERGENTES (POP UPS)

Al abrir la pagina nos encontramos con un Pop-up con las últimas ofertas y promociones y una imagen llamativa para acelerar la captación de leads.



## COMO SE VE EN DISPOSITIVOS MOVILES?



## PLUGINS:

### Plugins Instalados:

#### Seguridad

- iThemes Security: plugin de seguridad para WordPress Copias de seguridad
- Google Drive for WordPress

#### Tráfico y SEO

- Yoast SEO: optimización SEO
- SEO Redirection: ayuda a monitorizar los errores 404 del sitio Web y crea redirecciones a otras páginas o a un 404 personalizado.

#### Redes Sociales

- Easy Social Share Buttons: para implementar botones sociales completos y recomendables.

#### Ecommerce

- Woocommerce: plugin de WordPress gratuito, si no descartas la opción de añadir "una pequeña tienda de comercio electrónico" en el blog.

### Plugins a instalar:

- WP Keyword Suggest: se basa en las sugerencias de palabras clave de Google Optimización

- W3 Total Cache: ayuda a mejorar el rendimiento de WordPress, acelerando los tiempos de carga en entradas, páginas y demás secciones del sitio Web.

#### Interacción con la comunidad

- Thank me later: es un plugin que envía el mensaje (que tu edites) a todo usuario que haga un comentario en el blog.

- Google AdSense: te permitirá insertar banners publicitarios sin necesidad de tener que buscar empresas que se quieran publicar

## SEO:

### SEO ON-PAGE

#### Palabras clave:

Paso 1: La investigación de las palabras clave más adecuadas. Para ello he usado KWfinder, open SEO status, Keywords planning de AdWords y búsquedas en google. En este caso las palabras clave las hemos estudiado teniendo en cuenta que el público buscara en diferentes idiomas

Paso 2: Selección de las palabras clave dependiendo del volumen de búsqueda.

He discriminado palabras que tuvieran menos de 300 búsquedas.

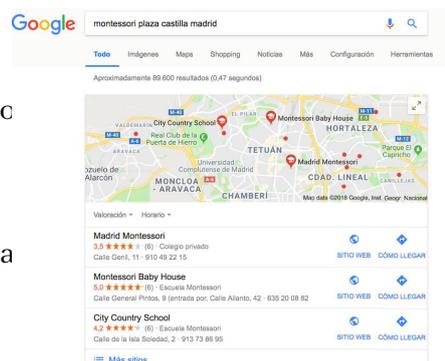
Paso 3: La monitorización de la competencia a nivel SEO.

### Inglés

Montessori  
Baby house  
Baby Montessori  
Baby school  
Kindergarten  
Positive discipline  
Chinese course  
Montessori School  
Montessori School Madrid  
Private school

### Español

Montessori  
Guardería  
Guardería privada  
Educación Sensorial  
Montessori Madrid  
Disciplina positiva  
Escuela montessori  
Escuela infantil  
Curso chino  
Guardería infantil  
Guardería bilingüe  
Escuela infantil de tarde  
Montessori para bebés  
Colegio Montessori Madrid  
Colegio Plaza castilla  
Guardería plaza castilla



Madrid Montessori School  
www.madridmontessori.org  
Madrid Montessori is an American school in Madrid's El Vao neighborhood, which offers an education to children 18 months to 12 years old according to the ...

### ESTRATEGIA

- Generar buen material para social media. De esta manera generaremos trafico a la Web y redes sociales, captaremos leads, visibilidad y networking.
- Implementación del “Link Building”
- Conseguir enlaces desde Blogs. Participación en Blogs y foros.
- Directorios especializados en educación y Escuelas.
- Podríamos invertir en PBN (Private Blog Network) que, con el pago de una membresía, con sitios muy bien cuidados van relacionando nuestra “marca”
- Compra de enlaces. La Buena gestión de la compra de enlaces puede dar un gran empujón a nuestras estrategia SEO Off page.

### CONCLUSIONES

Al ser una empresa que ha comenzado hace dos meses aun no tenemos una gran presencia online y nuestras redes sociales cuentan con pocos seguidores. Lo positivo es que en solo un mes hemos aumentado en mas de un 300% nuestros seguidores, aparecemos en las búsquedas de guarderías en la primera pagina de google search y estamos creando contenido didáctico, educativo, divertido y de interés.

Tras analizar a nuestra competencia hemos visto la necesidad inmediata de pertenecer a ciertas paginas, listados y blogs especializados en Educación y escuelas a nivel nacional y local, entre ellas:

[Colesyguardes.es](http://Colesyguardes.es)

[educateca.com](http://educateca.com)

[yimagazine.es](http://yimagazine.es)

La pagina web esta bien optimizada y con llamadas de accion y pop-ups que estan incrementando el indice de conversion y aumentando los suscriptores a nuestros cursos y newsletters en un 400%. Por otro lado esta adaptada a todos los dispositivos móviles.



## **TIPO DE CONTENIDO Y DONDE SE VA A PUBLICAR:**

- Actividades de la escuela y explicaciones a cerca de las actividades y su significado. (FB, TW, IG, Youtube) (G+: fotografías)
- Montessori en casa: actividades para orientar a los padres a cerca de actividades adecuadas a cada edad, DIY... (IG,FB, Youtube)
- Contenido educacional a cerca de los diferentes métodos de educación de nuestra escuela (Montessori, disciplina positiva...) (FB, IG, youtube)
- Promoción de la cultura China, Española y anglosajona.(FB, TW, IG, LinkedIn)
- Cursos y promociones. (FB, TW, IG, LinkedIn, G+)
- Recursos gratuitos (webinars, eBooks...) (Web, FB, G+, LinkedIn)
- Artículos sobre educación en nuestro blog/Web. (web, FB, TW, LinkedIn)
- Novedades internas (presentación del equipo, nuevas incorporaciones...) (FB, IG, LinkedIn)
- Infografías. (FB, TW, IG, LinkedIn)
- Newsletter quincenal con actividades y novedades. (email, web, FB, TW, G+)
- Actividades de ocio para niños, noticias, eventos (Whatsap semanal)

## **TONO**

Cercano, familiar y de confianza, pero al mismo tiempo profesional. Al ser contenido concerniente a niños utilizaremos exclamaciones y emoticonos para dinamizar, pero sin abusar.

## **RRSS:**

Tras haber hecho la auditoría de nuestras redes sociales y de la competencia vemos que las redes que nos están dando mejor resultado (seguidores, leads...) son :

Instagram, Facebook, Wechat, Whatshap y Google (Business). Como negocio que somos tenemos que tener presencia en LinkedIn por lo tanto se hará especial hincapié en esta red social.

Por lo tanto centraremos nuestro plan de contenidos en estas redes sociales.

La CM llevara la gestión de todas las redes sociales, excepto Wechat, de la cual se encargara la directora del centro.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO



### OBJETIVOS TRIMESTRALES

- Aumentar el tráfico de nuestra web o blog en un 30%
- Incrementar la base de datos (leads) en un 20%
- Incrementar la conversión en un 30%
- Aumentar interacciones en nuestras redes sociales en un 20%
- Aumentar el tráfico paid (Social Ads: FB, google IG) en un 30%



### OBJETIVOS SEMESTRALES

- Aumentar menciones positivas en un 20%
- Aumentar la audiencia efectiva:
  - Aumentar en un 15% los usuarios recurrentes a la web
  - Aumentar en un 30% los seguidores de las redes sociales
  - Aumentar en un 10% seguidores de youtube
  - Aumentar en un 30% el alcance de las redes sociales
- Aumentar la interacción con la comunidad para conseguir engagement en un 30%
- Incrementar la base de datos (leads) en un 20%
- Incrementar la conversión en un 20%



### OBJETIVOS ANUALES

- Aumentar en un 30% defensores de la marca para mejorar nuestra reputación online.
- Aumento de nuestra comunidad online en un 50%
- Colaborar con 2 blogs o revistas especializadas en educación
- Ser parte de al menos 4 directorios de Educación.
- Potenciar la atención al cliente: cuántas consultas hemos atendido, cuánto hemos tardado en responderlas, y qué ratio de satisfacción se ha logrado.

## METRICAS Y KPI'S

Los Indicadores Claves de Desempeño (KPIs) son los parámetros que ayudan a medir el progreso hacia la consecución de los objetivos planteados.

Nuestros KPIs en Social Media y Gestión de Contenidos servirán para hacer un seguimiento periódico de aspectos específicos del negocio que sean medibles, hagan referencia a objetivos alcanzables, sean relevantes y estén estructurados en el tiempo.

Las métricas se segmentarán por mes para poder comparar el último mes con el anterior.



#### Métricas de Facebook:

- Total de me gusta en página
- Nuevos me gusta en página (diarios, semanales, mensuales)
- Tipo de nuevos me gusta en página (Orgánicos y Pagados)
- Fuente de nuevos me gusta en página: Páginas sugeridas,
- En página, Móvil, A través de publicaciones, otras fuentes
- Total de visitas en página
- Alcance de publicaciones

#### KPI:

- Crecimiento /evolución en el tiempo de las métricas anteriormente mencionadas.
- Conversiones totales / Actividad = Índice de interacción.
- Nº de acciones completadas / Audiencia total captada: - Índice de conversión.
- Crecimiento / evolución en el tiempo de los dos KPI anteriores.



#### Métricas Twitter:

- Total seguidores
- Nuevos seguidores de perfil (diarios, semanales, mensuales)
- Engagement: Menciones, Replies, RTs,
- Impresiones: Clics en enlaces
- Listas en las que una cuenta aparece

#### KPI:

- Crecimiento /evolución en el tiempo de las métricas anteriormente mencionadas.



#### Métricas Instagram:

- Followers (nuevos, perdidos, crecimiento)
- Likes
- Numero de seguidores (Orgánicos y Pagados)
- Impresiones (Orgánicas y Pagadas)
- Engagement: Menciones, Replies, RTs,

#### KPI's

- Conversiones totales / Actividad = Índice de interacción.
- Audiencia total captada: Índice de conversión.
- Crecimiento / evolución en el tiempo de los dos KPI anteriores.

#### Google (Business)

- Número de búsquedas
- Número de llamadas
- Total searches
- Número de visitas a la web
- Request directions
- Número de reviews

#### KPI's

- Crecimiento / evolución en el tiempo de los dos KPI anteriores.

#### WEB:

- Visitas de página o blog
- Número de páginas vistas
- Tasa de rebote
- Duración media de visitantes
- Fuente de tráfico: de referencia, por búsqueda, directo

#### KPI:

- Crecimiento /evolución en el tiempo de las métricas anteriormente mencionadas.
- Audiencia total captada: Índice de conversión.



Wechat:

WeChat es, en esencia, una aplicación de mensajería, pero que ofrece funciones de redes sociales más tradicionales como video y compartir imágenes, juegos, stickers y la capacidad de compartir...

Usaremos Wechat teniendo en cuenta:

- Podemos compartir videos, fotos, noticias...
- Haremos Marketing basado en ubicación

Debido a que las Cuentas de servicio oficial de WeChat para negocios detectan la ubicación del usuario, son perfectas para un marketing basado en ubicación.

Fomentaremos la participación de nuestro público en promociones específicas.



Youtube:

Número de Reproducciones

Número de Recomendaciones

Número de comentarios

Número de visitas desde nuestro canal a nuestro Site

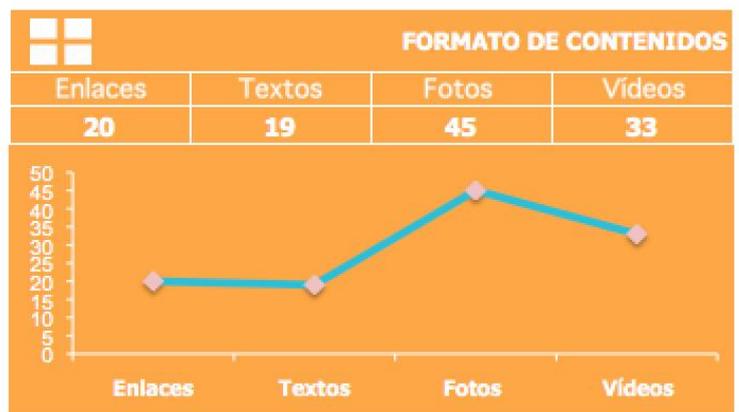


Linkedin:

1. Número de Followers
2. Variación Followers/mes: Se obtiene de la variación de un mes con respecto al anterior.
3. Variación Followers/mes porcentual: Se obtiene de la variación de un mes con respecto al anterior en valor porcentaje
4. Medida Total: Se obtiene por la suma total dividida por el total de meses activos

## CALENDARIO EDITORIAL

FRECUENCIA CONTENIDOS								
	L	M	M	J	V	S	D	
<b>S1</b>	L	M	M	J	V	S	D	
FB	1	2	1	1	2	1	1	
TW	2	2	2	2	2	2	2	
IN	1	1	2	1	2	1	1	
G+			1		1			
wsh					1			
<b>S2</b>	L	M	M	J	V	S	D	
FB	1	2	1	1	2	2	1	
TW	3	2	3	2	2	2	1	
IN	1	2	1	2	1	1	1	
G+			1		1			
Wsh					1			
<b>S3</b>	L	M	M	J	V	S	D	
FB	1	2	1	1	2	1	1	
TW	2	2	2	3	3	2	1	
IN	1	2	1	2	1	1	2	
G+			1		1			
Wsh					1			
<b>S4</b>	L	M	M	J	V	S	D	
FB	1	1	2	1	2	1	1	
TW	1	3	2	1	3	2	1	
IN	1	1	2	1	2	1	2	
G+			1			1		
Wsh					1			
Total contenidos:								144



TOTAL DE CONTENIDOS POR SEMANA			
SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
35	37	37	35

# HERRAMIENTAS UTILIZADAS

## HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE CONTENIDO Y AUTOMATIZACIÓN

- Acortar enlaces: <https://bitly.com>
- Wordpress: diseño web
- Evernote: organizar, clasificar y guardar documentación.
- Automatización y programación: Hootsuite, IFTTT, dlvr.it, Buffer.
- Feedly: localizar fuentes de información que ayudarán a generar contenido de interés, guardarlo y compartirlo.
- Análisis continuo y monitorización: Google analytics, Social Mention, buscador google, hootsuite.
- Creación de QRs: QR Code GeneratorPRO

## HERRAMIENTAS PARA GESTIÓN INTERNA DE INFORMACIÓN

- Trello: hacer cada tarea y cuando, marcar deadlines, hacer listas conjuntas, crear alertas y avisos...
- Google Drive: trabajar en modo colaborativo. Base de datos, fotografías, documentos a compartir...
- WhatsApp (para comunicación diaria)
- Wettransfer (intercambio de archivos)

## HERRAMIENTAS PARA DISEÑO

- Canva
- Adobe InDesign

## EXTENSIONES

Extensiones: Colorzilla, message cleaner, save to facebook, Full page screen capture, SERP preview tool, whatfont, Awesome screenshot, Open SEO stats, hotgram, Notifications for instagram, Twipster, Blue messenger.



## PRESUPUESTO MENSUAL

Web, dominio, mantenimiento, Optimización.	150€
Contenidos: redacción bilingüe, content curation, diseños...	600€
Gestión de redes sociales y mantenimiento de plataformas	700€
Publicidad: Google adwords, facebook ads, Instagram ads	450€
Otros	100€
Total:	2000€

## PLAN DE CONTINGENCIA

El plan de contingencia es uno de los elementos más relevantes del apartado táctico de nuestro plan de marketing digital. La mejor manera de manejar una crisis es evitarla en primer lugar al operar un negocio intachable que reconozca la comunicación abierta con sus clientes.

En nuestro caso hemos identificado dos tipos de crisis:

Crisis de reputación

Crisis Social Media (no lograr los objetivos marcados)

Para ambos tipos de crisis contaremos con un manual de gestión de crisis, donde recogamos la manera de enfrentarnos a estas situaciones de manera correcta, las herramientas a utilizar y la selección y formación de un portavoz.

Este manual sera accesible en cualquiera de nuestras plataformas internas de acceso a documentos (google docs, yammer...) y de lectura fácil para todos con un protocolo sencillo y claro.

Respecto a las herramientas y materiales a utilizar en una crisis de reputación, tendra que contener la siguiente informacion:

- Base de datos de padres, alumnos y staff. También todos los contactos de las personas e instituciones a las que tengamos que mandar el comunicado oficial, si fuera necesario.
- Formularios de preguntas y respuestas comunes que nos podamos encontrar.

Este manual se hará conjuntamente con los empleados, para que todos colaboren con la lluvia de ideas y sean participantes activos en su elaboración. Aprovecharemos estas sesiones para aclarar dudas y preguntas y para escuchar as sugerencias de mejora que propongan los empleados. Se guardara una copia fisica en el centro y copias online.

Neo Attack nos da unas pautas super interesantes a seguir durante una crisis de reputación online:

Puntos Clave de todo Manual de Gestión de Crisis Online

- Guías principales: Breve introducción con los pasos a seguir en una crisis a grandes rasgos.
- Comunicación interna: Cómo se va a comunicar la crisis de reputación internamente.
- Canales y prioridades de comunicación: Canales de comunicación interna para hacer llegar lo más rápido posible la noticia a la persona encargada y prioridades comunicativas en tanto internamente como de cara a los medios.
- Comité de crisis: Responsables de área y líneas maestras de actuación según tipo de crisis.
- Comunicación externa: Cómo se va a comunicar la crisis de reputación externamente.
- Respuestas preestablecidas: Dadas por el responsable de área y en función del carácter de la crisis, el potencial y la gravedad de la misma.
- Responsabilidades: Asunción de responsabilidades lo más rápido posible por parte de la empresa en caso de haber cometido un error.

## Crisis de reputación:

Todas las escuelas son vulnerables a las crisis de reputación, por mucho que tratemos de evitarla a toda costa. Una crisis puede comenzar internamente por el personal de colegio, estudiantes con problemas de comportamiento, bullying, publicación de imágenes de menores sin consentimiento de los padres o de padres descontentos. Cuando aparezca una crisis, siempre es bueno estar preparados para enfrentarla de una manera rápida, eficaz, y conservar la reputación de nuestra institución.

### Pasos que seguiremos:

- 1) Monitoreo constante de nuestro centro en redes sociales para detectar rápidamente el contenido negativo y abordar las críticas antes de que se vuelvan virales. Para ello utilizaremos Google Alerts. Si ya estamos en crisis nos centraremos en: resolver problemas que llevaron a la situación y comunicarse interna y externamente sobre las acciones que está tomando.
- 2) Reconocer el problema, entendiendo qué salió mal y entender cómo ha sucedido. La sinceridad y honestidad serán nuestros valores más importantes.
- 3) Aprender de casos similares. Recopilar información de casos similares en otras instituciones y como lo atajaron.
- 4) Entender las emociones de nuestra comunidad. Debemos de ser capaces de anticiparnos a cómo reaccionará nuestra comunidad a nuestros próximos movimientos. Escucharemos activamente a los estudiantes, profesores, padres, etc.
- 5) Crear un plan de gestión de crisis con el objetivo de recuperar la reputación y reconstruir la confianza de nuestra comunidad.
- 6) Una vez que se evite la crisis, tenemos que involucrar a nuestra comunidad.
- 7) Obtener asistencia y asesoramiento de expertos si fuera necesario.

texto adaptado, inspirado en <https://www.schoolmarket.es/gestionar-crisis-reputacion/>

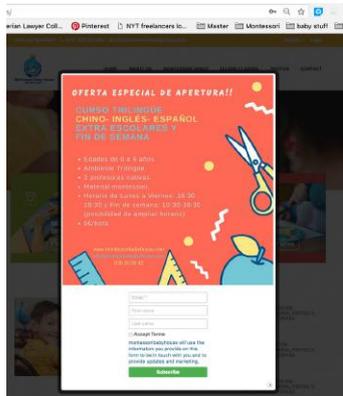


# PORTFOLIO

## COMO SE VE EN LAS REDES SOCIALES:

### ADS

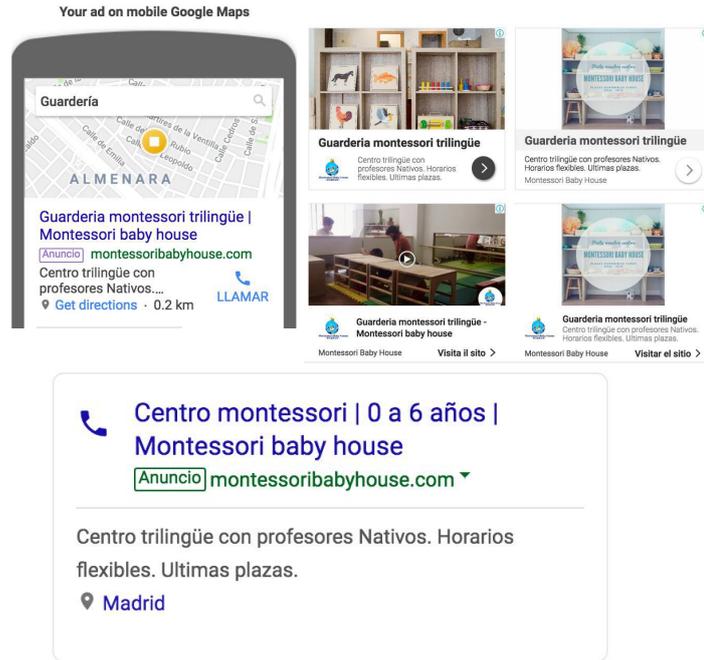
#### WEB POP UP CON PROMOCION



#### FACEBOOK AD



### AD WORDS



### INSTAGRAM

POST EDUCATIVOS: Actividades de la escuela y explicaciones a cerca de las actividades y su significado



montessoribabyhouse 🇪🇸 La torre rosa es uno de los materiales Montessori más conocidos. Está diseñada para que los niños asimilen de forma sensorial la diferencia de volúmenes, pesos y tamaños. 🇪🇸 The rose tower is one of the most well-known Montessori materials. It is designed to assimilate in a sensory way the difference of volumes, weights and sizes. #torrerosa #torresomontessori #sensorialarea #areasensorial #plazacastilla #guardiamadrid



montessoribabyhouse Los mapas montessori son un material perfecto para trabajar la geografía de una forma sensorial. Con ellos los niños sienten y tocan la forma de cada continente y océano y de esta forma se interioriza mucho mejor. Además cada continente lleva su propio código de color igual que en el globo terráqueo. Montessori maps are a perfect material to work geography in a sensory way. With them the children feel and touch the shape of each continent and ocean and in this way they internalise the information much better. In addition each continent has its own color code as the globe has. #montessorimaps #sensorialarea #areasensorial #plazacastilla #guardiamadrid



#### POST PARA VIRALIZACION



montessoribabyhouse 🇪🇸 . 1- Ayuda en el desarrollo de su individualidad y de su autoestima. 2- Fomenta una personalidad creativa e inventiva. 3- Desarrolla habilidades para resolución de problemas. 4- Organiza sus ideas. 5- Estimula su comunicación. La hace más efectiva. 6- Favorece la expresión, la percepción, y la organización. 7- Desbloquea la creatividad. 8- Favorece la expresión de los sentimientos. 9- Serena y tranquiliza. 🇪🇸 9 ways kids benefits from painting 1- Aids in the development of the... #beneficios #pintura #montessori

Contenido educacional a cerca de los diferentes métodos de educación de nuestra escuela (TW)

Montessori baby house @Montessoribaby2 · Sep 8 🇬🇧 Kids love the activities that involves food preparation. This practical live activity improve their autonomy and social life as they can share with family and friends the food they have prepared. #practicallife #healthylife #healthyfood #healthykids #montessori





# RESULTADOS Y CONCLUSIONES

## DATOS RECOGIDOS. COMPARATIVA 28/08- 28/09

### INSTAGRAM



**montessoribabyhouse** Editar perfil

60 publicaciones 124 seguidores 39 seguidos

**Centro De Educación Infantil**  
First children's centre that combines the concept of traditional Chinese early education with Montessori philosophy along with positive discipline.  
[montessoribabyhouse.com/es](http://montessoribabyhouse.com/es)



Estadísticas

ACTIVIDAD CONTENIDO PÚBLICO

17 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

**Sugerencias**

15 121  
Cuentas alcanzadas entre el 6 de septiembre y el 12 de septiembre

Alcance: 15 121  
8318 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

Impresiones: 21 276  
12 386 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

¿Qué significa esto? ^

Impresiones



Estadísticas

ACTIVIDAD CONTENIDO PÚBLICO

800  
Número total de veces que se han tocado tus publicaciones o tu perfil entre el 6 de septiembre y el 12 de septiembre

Visitas al perfil: 753  
357 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

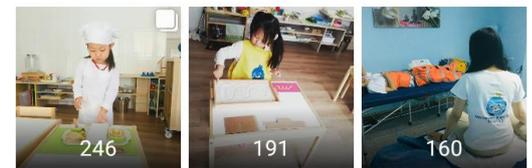
Clics en el sitio web: 23  
8 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

Correos electrónicos: 2  
0 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

Clics en "Cómo llegar": 22  
17 más vs. 30 de agosto - 5 de septiembre

### Noticias

Ver todas

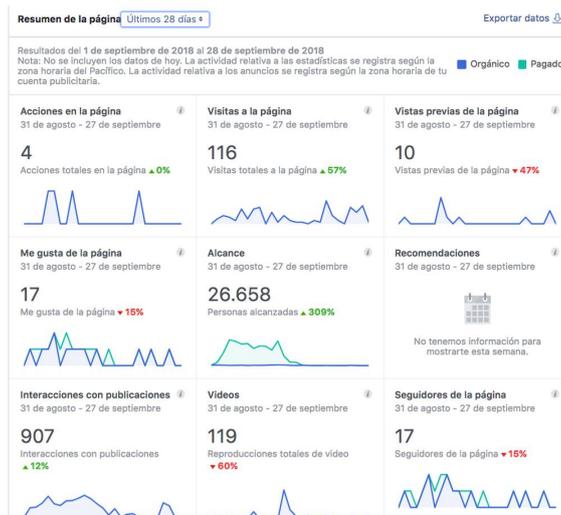


### CREAR PUBLICACIÓN

Publicaciones de la sección de noticias ordenadas por número de visualizaciones.

Público: 82% mujeres, Edades de 25 a 44 años,  
Lugares destacados: Madrid, Guatemala, SEvilla, Málaga y Dublín.  
Días con mas seguidores: Lunes, Martes, Miércoles y Sábado.

### FACEBOOK



Resumen de la página Últimos 28 días + Exportar datos

Resultados del 1 de septiembre de 2018 al 28 de septiembre de 2018

Nota: No se incluyen los datos de hoy. La actividad relativa a las estadísticas se registra según la zona horaria del Pacífico. La actividad relativa a los anuncios se registra según la zona horaria de tu cuenta publicitaria.

<b>Acciones en la página</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 4 Acciones totales en la página ▲0%	<b>Visitas a la página</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 116 Visitas totales a la página ▲57%	<b>Vistas previas de la página</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 10 Vistas previas de la página ▼47%
<b>Me gusta de la página</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 17 Me gusta de la página ▼15%	<b>Alcance</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 26.658 Personas alcanzadas ▲309%	<b>Recomendaciones</b> 31 de agosto - 27 de septiembre No tenemos información para mostrarte esta semana.
<b>Interacciones con publicaciones</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 907 Interacciones con publicaciones ▲12%	<b>Videos</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 119 Reproducciones totales de video ▼60%	<b>Seguidores de la página</b> 31 de agosto - 27 de septiembre 17 Seguidores de la página ▼15%



Promociones recientes en Montessori Baby House España

La actividad relativa a los anuncios se registra según la zona horaria de tu cuenta publicitaria.

<b>Publicación promocionada</b> Aprender idiomas es uno de los mej... Promocionada por Elena Hermosa el Se... Finalizada	6.061 Personas alcanz...	161 Interacción con ...
<b>Oferta de empleo promocionada</b> Guía Montessori AMI y asistentes Monte... Promocionada por Elena Hermosa el Au... Finalizada	1.703 Personas alcanz...	3 Finalización de f...



Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.

— Reacciones — Comentarios — Veces que se compartió — Otro

**PUNTO DE REFERENCIA**  
Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Reacciones  
Comentarios  
Veces que se compartió  
Otro

# TWITTER



## Account home

Montessori baby house @Montessoribaby2

### 28 day summary with change over previous period

Tweets

10 ↓ 47.4%



Tweet impressions

1,801 ↑ 43.7%



Profile visits

8 ↓ 82.2%

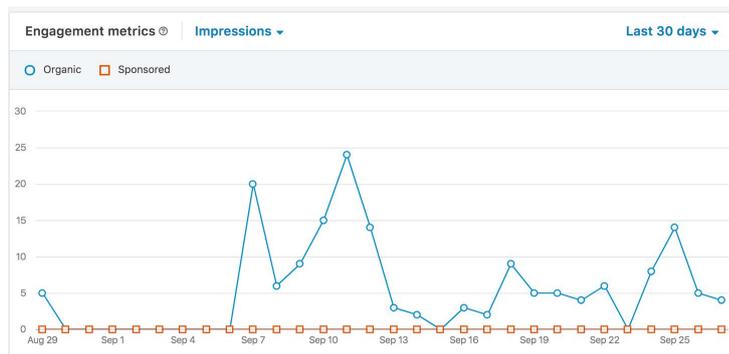


Followers

3



# LINKEDIN



# GOOGLE BUSSINESS/ GOOGLE ADWORDS

Views	Searches	Actions
1.85K	951	1.78K
Search views		467 (+41%)
Maps views		1.38K (+185%)

5 ★★★★★ 8 total

**Cristina Pajares**  
★★★★★ 3 weeks ago  
Profesionales de 10, el trato es buenisimo, se preocupan por adaptar al niño, ojalá fueran así en todas las escuelas... [More](#)

**Yan Brailowsky**  
★★★★★ 3 weeks ago  
Guardería trilingüe (castellano, inglés y chino) nueva. A mi hija le encantó desde el primer día. La metodología Mont... [More](#)

Google | montessori plaza castilla

Aproximadamente 109.000 resultados (0,45 segundos)

Montessori Baby House  
5.0 ★★★★★ (0) | Escuela Montessori  
290,0 m · Calle General Pintos, 9 (entrada por, Calle Alanto, 42 - 635 20 ...

Madrid Montessori  
3.8 ★★★★★ (0) | Colegio privado  
2,8 km · Calle Genil, 11 · 910 49 22 15

City Country School  
4.2 ★★★★★ (0) | Escuela Montessori  
2,8 km · Calle de la Isla Soledad, 2 · 913 73 86 95

Más sitios

Madrid Montessori School  
www.madridmontessori.org/ |  
Madrid Montessori is an American school in Madrid's El Viso neighborhood, which offers an education to children 18 months to 12 years old according to the ...

**Views** 162,039

**Clicks** 2,880

**Amount spent** €664.69

**Search phrases** 36 Total

**Verified calls** 21

**Map actions** 144

Your ad was viewed on:

- Devices: Smartphones (85%), Tablets (3%), Computers (12%)
- Google sources: Google Search (11%), Google Partner Sites (89%)

Your ad was clicked on:

- Devices: Smartphones (90%), Tablets (2%), Computers (9%)
- Google sources: Google Search (45%), Google Partner Sites (55%)

Your budget was spent on:

- Devices: Smartphones (91%), Tablets (2%), Computers (6%)
- Google sources: Google Search (72%), Google Partner Sites (28%)

## CONCLUSIONES

Montessori Baby House abrió sus puertas en Julio 2018 y en ese momento se comenzó a implementar un plan de social media, poniendo énfasis en finales de Agosto y principios de Septiembre pues es cuando nuestro cliente potencial comenzó a buscar información a cerca de guarderías y cursos extra-escolares.

Hemos realizado estas conclusiones basándonos en los resultados de finales de Agosto a finales de Septiembre.

### Audiencia /tamaño de la comunidad

Facebook: ha aumentado en un 166%, Instagram ha aumentado en un 620%, Twitter ha aumentado en un 300%, LinkedIn en un 600% y Google hemos llegado a 162,000 visitas.

La mayoría de seguidores se han obtenido de manera orgánica pero las visitas, alcance e impresiones han incrementado de manera muy significativa debido a las publicaciones pagadas.

Instagram y facebook son las redes sociales que mejor están funcionando, donde mayor cantidad de seguidores tenemos, donde la comunidad interactúa de manera mas activa y que tienen un gran alcance e impresiones.

La optimización de la página de Google Business y la campaña de Google Ads nos han dado muy buenos resultados. Con 163.000 views, casi 2000 visitas, 2,880 clicks y 21 llamadas al centro podemos decir que ha sido la parte mas exitosa de nuestra campaña hasta ahora. Además en esta plataforma hemos tenido 8 reviews, todas ellas de 5 estrellas, lo cual nos ayuda mucho a consolidar nuestra reputación online. Por otro lado vemos que en esta plataforma nuestras clientas interactúan de forma muy activa subiendo fotografías del centro y nuestras actividades, lo cual nos da credibilidad.

Las redes sociales de Youtube, Twitter y linkedin tienen un rendimiento mucho más bajo. La falta de engagement, post y videos no ayuda a conseguir más audiencia y leads. Por lo tanto, recomendamos optimizar estas redes sociales de manera inminente. LinkedIn se acaba de comenzar a usar como plataforma profesional, donde el objetivo es contactar con otras instituciones educativas buscando colaboraciones y networking.

Los resultados y evaluación de Whatsapp y Wechat son difíciles de medir, pero podemos afirmar que nos han llegado clientes a través de estas redes sociales, además de ser unas redes sociales donde la comunicación con el cliente y clientes potenciales es directa y personalizada. Podríamos decir que son las mas "humanas".

# Bibliografía y links

Mapa censal de Madrid

<https://datos.elconfidencial.com/mapa-madrid-censal/>

Google my bussiness, tu escaparate digital.

<https://thesocialmediafamily.com/guia-google-my-business/>

¿Cómo utilizar WeChat para negocios?

<https://blog.hootsuite.com/es/como-usar-wechat-para-negocios/>

Los KPIs: como medir el éxito de nuestra estrategia en Redes Sociales

<http://txemaprats.com/los-kpis-como-medir-el-exito-de-nuestra-estrategia-en-redes-sociales/>

Estrategia en redes sociales para dar visibilidad a tu contenido

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategia-en-redes-sociales-para-dar-visibilidad-a-tu-contenido>

Manual de gestión de crisis de reputación online

<https://neoattack.com/manual-de-gestion-crisis-de-reputacion-online/>



## Anexo 1: Cuestionario

### *“El antes y el ahora de tu Marca Personal en las Redes Sociales”*

Este documento tiene como objetivo medir el crecimiento y desarrollo de tu Marca Personal en Internet y las Redes Sociales. Para un director de RRHH disponer de una buena marca personal en las redes sociales es vital, ya que hoy en día es muy importante cómo un directivo contacta con su entorno: clientes, proveedores, empleados, ya que es un factor de éxito para su propia empresa.

Además podemos encontrar otras razones importantes para que un directivo tenga una perfecta marca personal:

1. Genera credibilidad y confianza, algo que está en la base del liderazgo y que, en consecuencia, aumenta la influencia de los directivos en su entorno.
2. Si un directivo trabaja su marca personal estará mucho mejor preparado para posibles etapas de transición hacia nuevos proyectos, ya que hasta el momento puede ser conocido bajo el nombre de una organización.
3. La transformación digital cambia de manera radical los modelos de negocio como las formas de trabajar. Por lo tanto, especialmente los directivos de marketing, comercial, RR.HH. o del propio CEO deben preocuparse por la digitalización.
4. Creación de sinergias entre la marca corporativa, del empleador y la marca personal y profesional de un CEO y todo el equipo directivo, es una gran ventaja para ‘employer branding’ de la marca de la empresa.

En este cuestionario se medirán diferentes ítems sobre tu presencia en las redes sociales, más importantes. En el caso de utilizar otro tipo de redes sociales se dispone de la columna de “*otras*” para que se pueda especificar.

Es imprescindible completar la primera tabla durante el primer módulo de este Máster, para así poder ver de forma cuantitativa la evolución de tu marca personal.

**Nombre alumno:**

**Fecha Evaluación Inicial: 01/ 01/2018**

RED SOCIAL	Facebook	Twitter	Instagram	Linkedin	Youtube
Usuario	@elenahermosa	@elenahermosas	@hermoseando	@elenahermosa	No
Nº seguidores	3.120	60	10.2k	989	No
Nº a quien sigues	69	340	1200	320	No
Nº visitas	69	15	258	14	No

(\*) **¿Qué es Klout?** Es un servicio web que mediante un índice llamado **Klout Score** (marcador o índice Klout) mide el grado de influencia de una persona o una marca en las redes sociales. Las Redes Sociales que puntúan en el Klout Score son: *Facebook, Twitter, Google Plus, Instagram, LinkedIn, Foursquare, YouTube, Tumblr, Last.fm* y *Flickr*. Y quienes escriban en blogs pueden incluso sumar sus perfiles en Blogger y WordPress. El promedio de los usuarios de Klout es de 40 y se considera como un **Influencer** a aquellas personas con un índice alto por encima de la media, con un valor superior a 60.

Esta segunda tabla está destinada para que se complete antes de finalizar el Proyecto Final de Master. Se hará entrega de este documento junto con el PFM como anexo.

**Fecha Evaluación Final: 30/ 09/2018**

RED SOCIAL	Facebook	Twitter	Instagram	LinkedIn	Youtube
Usuario	@elenahermosa	@elenahermosas	@hermoseando	@elenahermosa	No
Nº seguidores	3.616	142	16,2K	1213	No
Nº a quien sigues	150	646	1794	340	No
Nº visitas	128	33	658	44	No
Incremento% (**)	+15,8%	+57,7%	+37,03	+22,6%	No

(\*\*) Se calculará restando el número de visitas/ seguidores de la Evaluación Final respecto la Inicial. El número resultante será el que se deberá calcular en porcentaje. **Ejemplo:** Nº seguidores al inicio en Facebook = 100, nº seguidores al final en Facebook = 120, incremento = 20%.

**Media total de seguidores:** (Suma de total de seguidores dividido entre el número de redes sociales en las que se tiene presencia)

**Conclusiones:** *¿Qué acciones has ido realizando para llegar a obtener estos resultados? ¿En qué medida este Máster te ha aportado valor para aumentar tu marca personal?*

- Optimización de mis perfiles en redes sociales
- Mayor engagement en RRSS
- Publicaciones con contenido de calidad/informativo
- Publicaciones con infografías
- Publicaciones con trabajo personal
- He aumentado el networking en las redes
- Me he unido a grupos, blogs y redes sociales relativas a la fotografía y fotoperiodismo y he participado activamente en ellas
- He mejorado mis # y mencionado a otros usuarios

© José Lozano Galera, Sant Cugat -26 de mayo de 2017-

MONTESSORI BABY HOUSE

# ANEXO

Documentos importantes y diseños

## AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE IMÁGENES DE EMPLEADOS POR MONTESSORI BABY HOUSE

Con la inclusión de las nuevas tecnologías dentro de las comunicaciones, publicaciones y acciones comerciales que puede realizar **Montessori Baby House** y la posibilidad de que en estas puedan aparecer los datos personales y/o imágenes que ha proporcionado a nuestra empresa dentro del vínculo laboral existente.

Y dado que el derecho a la propia imagen está reconocido al artículo 18 de la Constitución y regulado por la Ley 1/1982, de 5 de mayo, sobre el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen y el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos,

**Montessori Baby House** pide su consentimiento para poder publicar los datos personales que nos ha facilitado o imágenes en las cuales aparezcan individualmente o en grupo que con carácter comercial se puedan realizar con nuestra empresa.

Don/Doña \_\_\_\_\_ con DNI \_\_\_\_\_ autorizo a **Montessori Baby House** a un uso comercial de mis datos personales facilitados dentro de la relación laboral con nuestra empresa y para poder ser publicados en:

- La página web y perfiles en redes sociales de la empresa.
- Filmaciones destinadas a difusión comercial.
- Fotografías para revistas o publicaciones de ámbito relacionado con nuestro sector.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_

FIRMADO:

(Nombre y apellidos del trabajador/cliente)

## AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE IMÁGENES DE MENORES POR MONTESSORI BABY HOUSE

Con la inclusión de las nuevas tecnologías dentro de las comunicaciones, publicaciones y acciones comerciales que puede realizar **Montessori Baby House** y la posibilidad de que en estos puedan aparecer imágenes de vuestros hijos durante la realización de los servicios contratados.

Y dado que el derecho a la propia imagen está reconocido al artículo 18 de la Constitución y regulado por la Ley 1/1982, de 5 de mayo, sobre el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen y el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos,

**Montessori Baby House**, pide el consentimiento a los padres o tutores legales para poder publicar las imágenes en las cuales aparezcan individualmente o en grupo que con carácter comercial se puedan realizar a los niños y niñas, en las diferentes secuencias y actividades realizadas en nuestras instalaciones y fuera de las mismas en actividades contratadas con nuestra empresa.

Don/Doña \_\_\_\_\_ con DNI \_\_\_\_\_ como padre/madre o tutor del menor \_\_\_\_\_.

Autorizo a **Montessori Baby House** a un uso pedagógico/comercial de las imágenes realizadas en servicios contratados con nuestra empresa y publicadas en:

- La página web y perfiles en redes sociales de la empresa.
- Filmaciones destinadas a difusión comercial.
- Fotografías para publicaciones de ámbito relacionado con nuestro sector.

En \_\_\_\_\_, a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_

FIRMADO:  
(padre, madre, tutor legal)

FICHA DE INSCRIPCIÓN

学生资料 Información de alumno/a

姓Nombre:

名Apellidos:

年龄Edad:

性别Sexo:

出生日期Fecha de nacimiento:

国籍Nacionalidad:

居留号NIE

家中排行 Posición entre los hermanos:

敏感药物 Medicación y alergias a los alimentos:

沟通语言 Idiomas hablados:

照顾者Persona responsable:

交通Transporte:



Montessori Baby House  
-蒙氏宝贝之家-

FICHA DE INSCRIPCIÓN

家长资料 **Información de padres**

父 Padre

母 Madre

姓名 Nombre y apellidos

居留号 Nie

职业 Ocupación

电话 Tel.

邮箱 Email



Montessori Baby House  
-蒙氏宝贝之家-

转账信息 **Forma de pago, ingreso en la cuenta bancaria**

名字 Titular: XUAN ZHENG

银行信息 ING direct : ES96 1465 0170 19 1716381611

备注 Concepto: Nombre de alumno/a



Bienvenido

Welcome

Montessori Baby House

欢迎



QUIÉNES SOMOS?

Montessori Baby House es el primer centro infantil que combina el concepto chino de educación temprana con métodos occidentales de prácticas eficaces en el aprendizaje de idiomas, el método Montessori junto con el sistema de disciplina positiva con los que resultan ser los mejores de su generación de niños.

Montessori Baby House is the first children centre that combines the concept of traditional Chinese early education with the western one. It is based on Montessori philosophy, and applies the concept of traditional Chinese teaching education along with that of positive discipline.

蒙氏宝贝之家早教托育中心(CBTH)是 当前行业内首个将东方早教理念融入于中西方中心，首次正式将蒙氏早教与西方法律、行为管理相结合，注重教育品质与科学、国际化、可复制性，是早教行业前三甲的早教中心。

Montessori Baby House, la primera casa Montessori en China.  
info@montessori-babyhouse.com | www.montessori-babyhouse.com

¿POR QUÉ ELEGIR MONTESSORI BABYHOUSE?

- Porque es el único centro de Madrid que combina 3 metodologías: Montessori + Positive Discipline + Pedagogía China
- Ambiente trilingüe con actividades de aprendizaje en mandarín, Chino + Inglés + Español
- Los niños y niñas crecen en un ambiente antiautoritario; liderado por profesionales que aman su trabajo y valoran su seguridad profesional.
- Nuestra metodología cuenta con gran variedad de materiales didácticos que evalúan a los niños y niñas a través de una manera divertida.

- Who we are:
- Because we are the only center in Madrid that combines 3 methodologies: Montessori + Positive Discipline + Chinese Pedagogy
  - We foster a trilingual environment with interactive learning activities: Chinese + English + Spanish
  - Our children grow up in an exciting environment, surrounded by professionals who love their work and care for their safety and well-being.
  - Our facilities have a wide variety of didactic materials that will help children to learn in a fun way.

Montessori Baby House, la primera casa Montessori en China.  
info@montessori-babyhouse.com | www.montessori-babyhouse.com

BREVE HISTORIA DE MONTESSORI BABY HOUSE

"Después de haber trabajado en la enseñanza de niños durante más de cinco años, me he dado cuenta de que a pesar de todo el aprendizaje de idiomas, todos los niños/as tenían malos hábitos. Desde entonces, comencé a estudiar educación temprana en profundidad. Hoy en día, el nacimiento de mi hijo me ha hecho creer que la educación temprana es un proyecto de vida. Montessori Baby House es el mejor regalo de primer cumpleaños de todo a mi hijo/a que nunca fue. Desde la elección del centro escolar, la decoración o la selección de materiales, hasta la compra de materiales didácticos, todo está enfocado desde la perspectiva de una madre comprensiva y sinceramente colaboradora hacia el más pequeño de casa. Además, aprovechamos las características de desarrollo de los niños/as de 0 a 3 años. Sinceramente integramos lo mejor de cada metodología y aplicamos en tres idiomas (chino, inglés y español) para crear el máximo educativo más adecuado para niños/as trilingües. Montessori Baby House no es solamente el compromiso de una madre con su hijo, sino también es el apoyo de una madre. Nos gustaría crear un ambiente educativo en nuestro centro, para ayudar a nuestros niños y niñas a crecer, y contribuir a la felicidad de sus familias y familias."

Diana, Directora general

Montessori Baby House, la primera casa Montessori en China.  
info@montessori-babyhouse.com | www.montessori-babyhouse.com



Nuestros tarifas

MONTESSORI BABY HOUSE

CURSO 2018 - 2019



# MONTESSORI BABY HOUSE

Bono de 20 días

[WWW.MONTESSORIBABYHOUSE.COM](http://WWW.MONTESSORIBABYHOUSE.COM)

	2	3	4	5	6
20	<p>NOMBRE DEL ALUMNO:</p>  <p>FECHA :</p>				7
19					8
18					
17					10
	15	14		12	11

[WWW.MONTESSORIBABYHOUSE.COM](http://WWW.MONTESSORIBABYHOUSE.COM)

