

# FEM DUAL, SOM DUAL

1r de Màrqueting i Publicitat  
INS Premià de Mar

# Índex

<b>Introducció</b> .....	<b>1</b>
Fem dual, som dual .....	2
<b>Anàlisi</b> .....	<b>3</b>
Les 5 forces de Porter .....	4
Anàlisi Pestel .....	6
DAFO .....	7
CAME .....	8
FP DUAL: Anàlisi .....	9
Definició d'objectius .....	11
Estratègies i accions .....	12
Mitjans i suports .....	13
<b>Briefing</b> .....	<b>15</b>
<b>El procés</b> .....	<b>20</b>
Instagram .....	21
Facebook Ads .....	25
Linktree .....	26
Xerrades .....	27
Màrqueting telefònic .....	28
Mailing .....	29
LinkedIn .....	30
Organització .....	31
Publicitat exterior .....	32
Disseny .....	33
<b>Resultats</b> .....	<b>34</b>
<b>Conclusions</b> .....	<b>50</b>



# Introducció

MEMBRES DE L'EQUIP I DADES DE CONTACTE

Khaula El Ouardi El Yagoubi – cm10elouardikha@ipm.cat / 667 243 095

Ivan Garcia Terrés – garciaiva@ipm.cat / 611 441 635

Andrea González Álvarez – gonzalezand@ipm.cat / 671 487 944

Yelena Olenych – olenychyel@ipm.cat / 667 832 112

Carlos Sánchez Esparrech – sanchezcar@ipm.cat / 635 38 42 79

Sandra Villalba Campos – villalbasan@ipm.cat / 611 176 691





# El projecte

**NOM DEL PROJECTE:** “Fem dual, som dual”

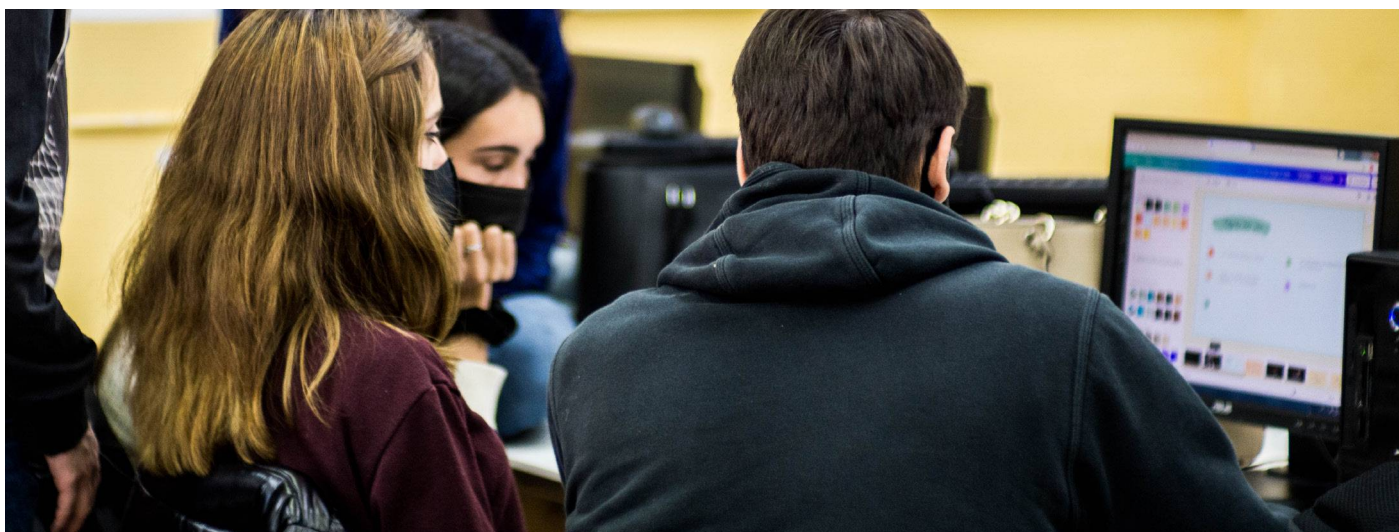
**CICLE FORMATIU:** 1º CFGS Màrqueting i Publicitat

**CENTRE:** INS Premià de Mar (Premià de Mar)

## Fem dual, som dual

Actualment, **molts estudiants se senten indecisos respecte al seu futur: més del 50% no saben què estudiar.** Com a joves, coneixem la situació del nostre entorn i l'efecte que causa a l'hora de cercar feina en acabar els estudis i és per això que creiem en tots els avantatges que ofereix la modalitat Dual, que ens permet adherir-nos al món laboral d'una manera senzilla, eficaç i amb un ampli coneixement del sector al qual ens dirigim.

Després d'una petita investigació inicial ens hem adonat que són molts els alumnes que volen cursar FP Dual, però en canvi **són poques les empreses que col·laboren amb el nostre centre.** Per tant, si volem aconseguir que els joves tornin a sentir-se segurs respecte al seu futur, el primer que hem de fer és aconseguir que les empreses confiïn en el talent jove que ofereix l'FP Dual. Així doncs, la principal necessitat del centre és captar aquestes empreses per





# ANÁLISI

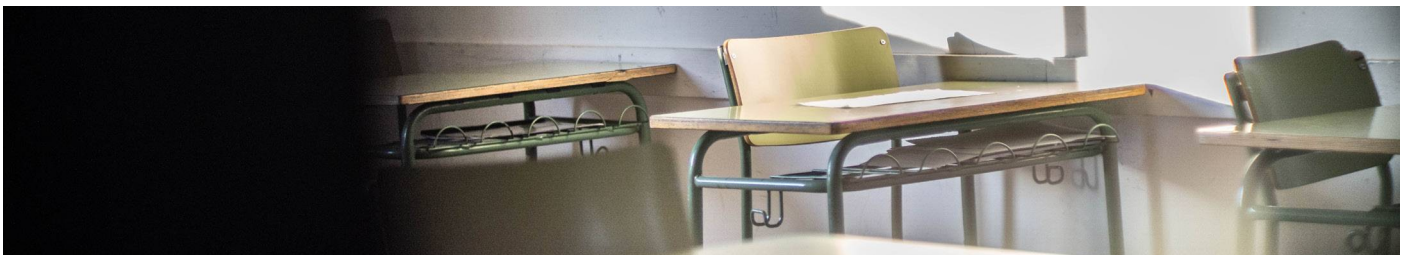
# Les 5 forces de Porter

## Clients

---

**Els alumnes i els pares:** són els que considerem clients de l'IPM, els primers perquè són a qui els hi oferim els nostres serveis d'educació i formació; els segons perquè són els que prenen la decisió en el procés de compra. Però, consumidors, només ho són els alumnes. L'IPM té un perfil de client ben definit, encara que podem trobar gent de totes les edats (majoritàriament joves d'entre 16 a 23 anys), de nacionalitats diferents, amb un poder adquisitiu molt variat i unes inquietuds i motivacions molt diverses

**Empreses:** són una part fonamental si parlem d'FP Dual, ja que sense les empreses no seria possible oferir aquest tipus de formació.



## Barreres d'entrada

---

Si parlem de centres públics, podem trobar grans barreres d'entrada, ja que existeix una dependència directa del Departament d'Educació i de la Generalitat de Catalunya; i si parlem dels centres privats cal comptar amb suficients recursos, econòmics i de personal. Pel que fa a l'FP Dual, dividirem les barreres d'entrada en dos subgrups:

**Alumnes:** en el cas dels alumnes l'única barrera d'entrada seria la maduresa de l'estudiant i la capacitat d'aquest per desenvolupar les tasques; ja que el centre necessita que aquest mantingui el seu compromís amb l'empresa i es responsabilitzi de la seva feina.

**Empreses:** en aquest cas les barreres d'entrada es basen, principalment, en la poca informació que tenen les empreses respecte a l'FP Dual: avantatges, el que comporta, quins beneficis pot aportar-li a l'empresa, etc.



# Serveis substitutius

---

Els serveis substitutius de l'IPM com a institució educativa, poden ser els altres instituts de la comarca on es cursin els estudis que s'imparteixen a l'IPM. Tanmateix, l'IPM sempre ha estat capdavanter a l'hora de diferenciar-se malgrat que s'enfronta a una dura competència que analitzarem més endavant.

Per una altra banda, les FCT serien clarament, un servei substitutiu i en molts casos molt més atractiu per a moltes empreses ja que no comporta una implicació econòmica per la seva part.

## Competència

---

La competència de l'IPM es pot dividir en dos grups:

**Centres públics:** aquests solen anar dirigits a un target group semblant al de l'IPM. Tenen un pressupost més baix, però normalment tenen un professorat més professional i capacitat.

**Centres privats i concertats:** en aquest cas parlariem de competència indirecta, ja que ens dirigim al mateix públic objectiu però a diferents segments.

Ens centrarem en la competència directa, que serien tots aquells centres escolars que ofereixin cicles formatius en modalitat Dual de les mateixes famílies professionals que el nostre Institut

Després de fer una breu recerca sobre la competència de la zona geogràfica del Maresme, hem trobat amb les següents institucions públiques i privades que ofereixen Dual en cicles formatius de les mateixes famílies:

- INS Thos i Codina
- Escola Pia Mataró
- INS Miquel Biada

La competència més directe ens la fa l'**INS Thos i Codina** per la seva gran llista d'empreses fidels a l'hora de realitzar l'FP Dual amb ells i la seva aposta per la innovació constant en la formació dels alumnes i els convenis duals.

# Anàlisi Pestel

L'economia actual redueix els recursos financers de l'institut a causa de la COVID-19, ja que al ser una institució pública depèn dels recursos que el Departament d'Ensenyament li assigni i per tant, això ha fet que l'Institut també hagi de reduir els recursos que designa a la recerca d'empreses i que aquestes tinguin por d'arriscar-se a provar una cosa de la qual no tenen informació.

Pel que fa a les empreses, també s'han vist dramàticament afectades per la crisi, el qual pot esdevenir en una oportunitat a l'hora de fomentar la Formació Professional Dual a les empreses que es vulguin beneficiar de l'exempció en les quotes de la SS.



**La pandèmia ha influït directament a la nostra manera de viure i de pensar, com a persones i com a societat.**

Pel que fa a les empreses, actualment moltes es troben en situació d'ERTE i moltes altres han tancat o quebrat, a més que les ajudes han sigut mínimes, el que comporta que sigui difícil trobar empreses a les quals acudir ja que aquestes no tenen la informació suficient respecte a l'FP Dual.

A banda d'això, ens trobem en un moment en el qual la taxa de persones i joves parats és exagerada, i això ens podria suposar una gran oportunitat, ja que aquests volen formar-se ara que no aconsegueixen feina: per això mateix l'FP Dual és una gran alternativa per aquests joves que busquen construir el seu futur y guanyar-se la vida d'una manera no només digna, si no que els motivi i amb la qual se sentin apassionats..



# DAFO

## D

Una localització de l'institut una mica aïllada de la població

La creació de convenis entre empreses i altres centres educatius

**Pocs convenis duals amb les empreses.**

No tots els alumnes poden cursar l'FP Dual a causa d'aquesta **manca d'empreses.**

**Desconeixement general** pel que fa a la modalitat Dual.

## A

**Competència:** directa i indirecta

Existeix una **limitació d'edat** pel Contracte de Formació i Aprenentatge, que és des dels 16 fins als 30 anys.

La **Covid-19** pot provocar desconfiança a l'hora d'incorporar nous estudiants a l'empresa per la por al contagi.

La **situació econòmica actual està influint negativament** en la quantitat d'empreses que signen convenis Duals.

Existeix un **sentiment d'inseguretat en comú entre els empresaris pel que fa al futur econòmic de la seva empresa** i això afecta negativament a les decisions que es prenen i que posen en joc l'economia de la companyia.

## F

La possibilitat de fer una formació Dual amb tots els **avantatges** que suposa, tant per l'empresa com per l'alumne.

La **remuneració** per part de l'empresa a l'alumne.

Els alumnes tenen una gran **predisposició i motivació** per fer FP Dual.

L'experiència adquirida en les 1000 hores de formació.

Les empreses gaudeixen d'una **bonificació de fins al 100% a les quotes de la SS.**

## O

**Molts joves estan a l'atur i es plantegen tornar a estudiar.**

A causa de la situació econòmica, el fet de no haver de pagar les quotes de la SS (o pagar menys) pot arribar a ser molt **positiu** per les empreses.

L'FP Dual ofereix a les empreses la possibilitat de comptar amb personal professional i àmpliament qualificat a canvi d'una petita retribució, a més de **contribuir activament en la formació, la capacitació i la consolidació de l'aprenentatge de l'alumne.**

A poc a poc, l'economia s'estabilitza.

Les empreses cada cop valoren més la formació com un actiu a tenir en compte.

## **C**orregir debilitats

Aprofitarem per explotar les oportunitats: l'FP Dual ofereix una proposta de moltíssim valor en el moment en el qual ens trobem ara mateix, tant per les empreses que busquen fer ressorgir el seu negoci, com per l'alumnat i els joves que lluiten dia a dia per construir-se un futur.

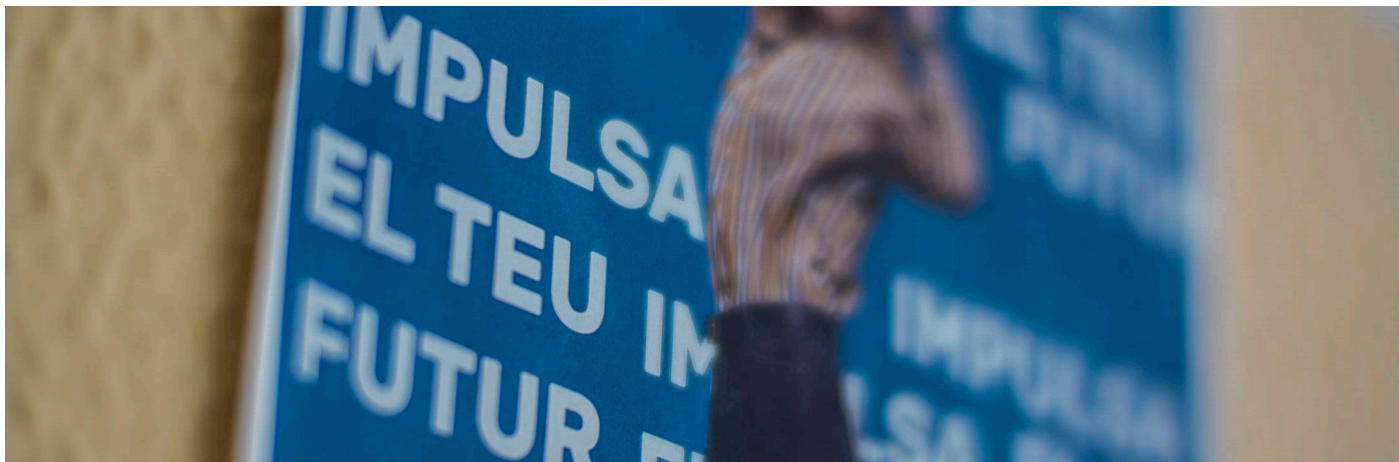
## **E**xplotar oportunitats

Aprofitarem per explotar les oportunitats: l'FP Dual ofereix una proposta de moltíssim valor en el moment en el qual ens trobem ara mateix, tant per les empreses que busquen fer ressorgir el seu negoci, com per l'alumnat i els joves que lluiten dia a dia per construir-se un futur.

**Centrarem la nostra estratègia i les accions a la captació d'empreses que potencialment puguin col·laborar amb el centre.**



# FP DUAL: ANÀLISI



## En què consisteix l'FP Dual?

L'FP Dual és una modalitat de Formació Professional que es basa en realitzar una formació en el centre de treball més extensa que en les pràctiques convencionals. Algunes empreses ofereixen l'oportunitat a certs alumnes de fer un conveni dual, sigui en modalitat de beca o amb un contracte de formació i aprenentatge.

Gràcies a l'FP Dual, l'alumne assolix les competències professionals tot combinant la formació en el centre educatiu i en el lloc de treball.

Les característiques principals de realitzar FP Dual són les següents:

- Realització de 1000 hores o més de formació en l'empresa
- Pràctiques remunerades
- Titulació d'FP Dual
- Convalidació d'un màxim de 5h a la setmana de classe

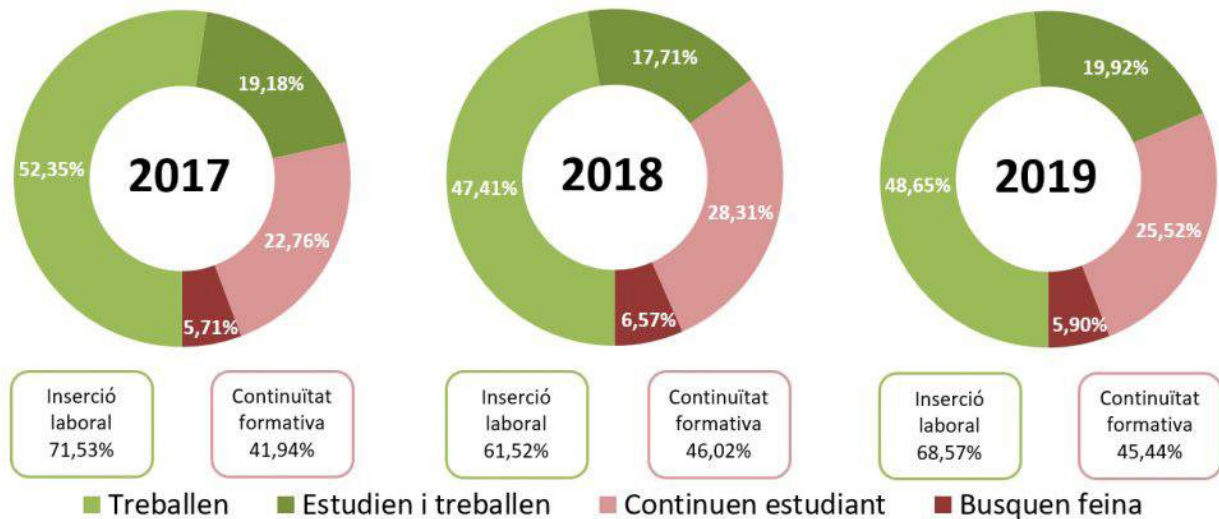
**L'FP Dual és una oportunitat d'inserció al món laboral de manera directa i efectiva, tant per l'empresa com per l'alumnat.**

Consisteix a conèixer, de primera mà, el sector al qual volem incorporar-nos. Aquesta, ens ofereix dues modalitats: beca o contracte de formació i aprenentatge, ambdós amb una retribució econòmica.

L'FP Dual permet a l'alumnat iniciar-se i adaptar-se ràpidament al món laboral, oferint una primera experiència i alhora, formant-los. A més, l'IPM compta amb un conveni dual amb diferents empreses.

Aquesta modalitat també permet convalidar algunes hores per a no sobrecarregar a l'alumne i que pugui seguir, còmodament, amb els seus estudis.

## Graduats en FP dual



## Quins son els avantatges per l'empresa?

- Millora la qualificació professional del personal
- Incrementa la competitivitat i el posicionament de l'empresa
- Contribueix a la política de responsabilitat social corporativa
- Personal format en la cultura i els processos d'empresa
- Identificació i captació de talent
- Genera motivació per l'aprenent/a
- L'aprenent té els mateixos drets i deures que la resta de companys
- Creació d'un planter d'aprenents

A més, també s'ofereix...

- Fins a 1.800 € de bonificació si el contracte passa a indefinit, durant tres anys.
- Baixos costos a la Seguretat Social, fins al 100% de bonificació segons el nombre de treballadors de l'empresa.
- Bonificació addicional per tutoria, fins a 40h setmanals.
- Sense límit de contractes.
- No exigeix devolució de les quantitats correctament bonificades en cas d'acomiadament

# DEFINICIÓ D'OBJECTIUS

## Objectiu principal

**Aconseguir que més empreses de la zona del Maresme coneguin què és i els avantatges de l'FP Dual, i signin el conveni, perquè així més alumnes al nostre centre es puguin beneficiar d'aquesta modalitat de formació.**

## Objectius secundaris

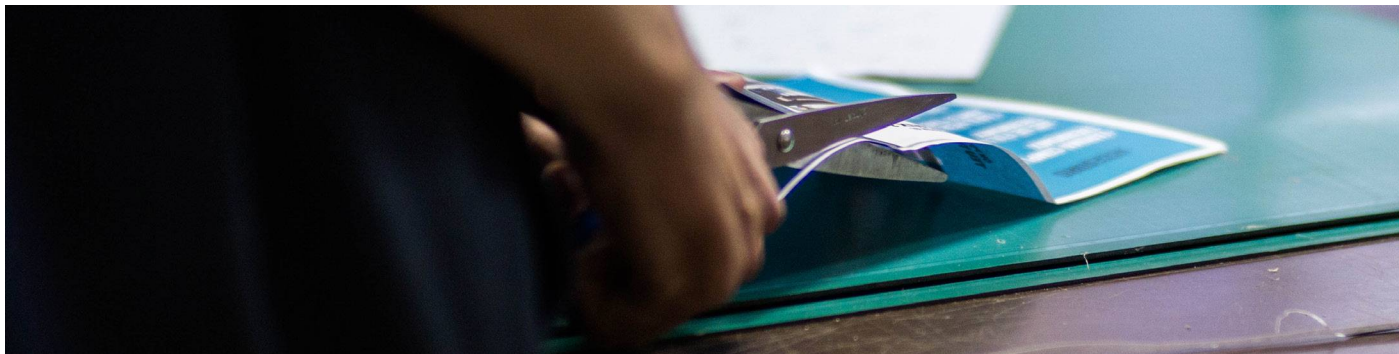
- Conèixer i entendre les necessitats reals de les empreses a les quals ens volem dirigir.
- Captar l'atenció de les empreses de la zona potencialment interessades.
- Informar a les empreses dels beneficis i avantatges que els hi pot aportar signar un conveni Dual i de quin és el procediment per fer-ho.
- Donar a conèixer l'FP Dual, orientar i informar els alumnes que se sentin indecisos respecte a quins estudis cursar o que fer en un futur pròxim.
- Transmetre una certa seguretat a l'alumnat respecte al seu futur laboral, relacionada amb la realització de la Formació Professional Dual.



# ESTRATÈGIES I ACCIONS A DUR A TERME

Centrarem la nostra estratègia en les xarxes socials: Instagram i LinkedIn, no només realitzant campanyes sinó també aprofitant-nos del Màrqueting de Continguts i aportant valor, recolzant-nos també en el Màrqueting tradicional amb campanyes de mailing, publicitat exterior, telèfon i porta freda, per tal d'**arribar al nostre target ideal**: les empreses de la zona que puguin ser potencials empreses col·laboradores.

**Ens centrarem, especialment, en petites i mitjanes empreses, ja que aquestes compten amb una bonificació del 75 fins al 100% a les quotes de la Seguretat Social, el qual creiem que pot ser un molt bon argument de venda.**



Les estratègies i accions a dur a terme seràn les següents:

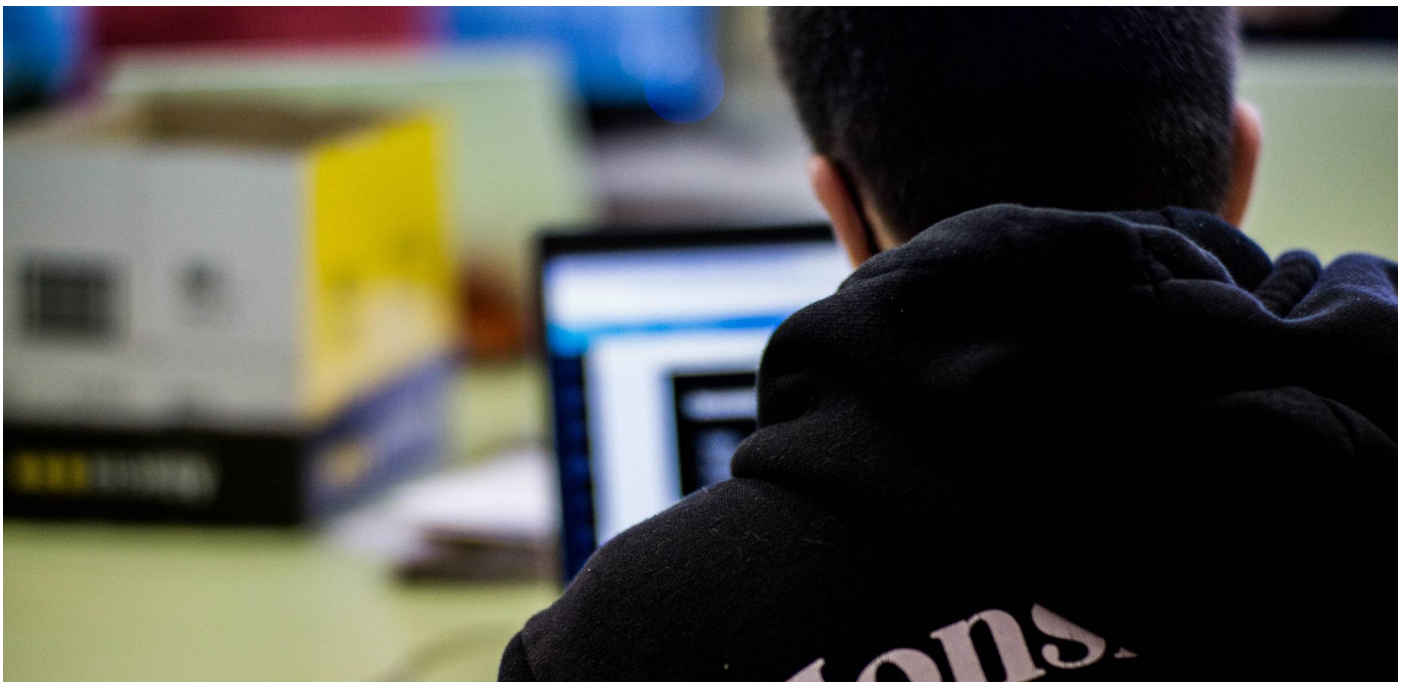
- Campanya de **Mailing** per a la captació d'empreses.
- Trucades a empreses o **telemàrqueting**.
- Sessió de **fotos** per a totes les comunicacions.
- Campanya tradicional de **Publicitat Exterior**.
- **Màrqueting de continguts** a les xarxes socials.
- **Xerrades** d'orientació.
- Vídeo-**documental** amb testimonis i experiències d'FP Dual.
- Article a la web de l'Institut.
- Difusió a través del **Telegram** oficial del centre.

# SELECCIÓ DE MITJANS I SUPORTS

## Màrqueting tradicional

---

- Publicitat exterior: Cartells
- Màrqueting telefònic
- 'Buzoneo': Flyers



## Màrqueting digital

---

- **Instagram & Facebook Ads**
- **MailChimp** destinat a empreses, ho realitzarem després d'un filtratge que portarem a terme a través del màrqueting telefònic, per la immediatesa que aquest comporta.
- Creació de **continguts de valor** dirigits al nostre públic objectiu.
- **Màrqueting de continguts a les xarxes socials:** Instagram, LinkedIn, YouTube...



## Altres

---

Per una altra banda, també hem realitzat una comparació i recerca d'altres mitjans i suports que, per una qüestió de timing i pressupost, finalment hem hagut de descartar, aquests serien:

- **Exteriorplus i ClearChannel:** inicialment, creiem que podia ser bona idea un MUPI en un punt transitat del Maresme, però se'n va molt de pressupost.
- **TikTok Ads:** no hem pogut accedir a la plataforma d'anunciants, a més que creiem que per arribar a les empreses serà molt més efectiu LinkedIn.
- **Google Ads:** per una qüestió de timing, hem prioritzat Instagram.
- **Capgròs i altres suports impresos:** el timing era massa ajustat.
- **Influencers** (del sector dels emprenedors, formació i empresa): al tenir un temps tan ajustat, no hem pogut arribar a contactar amb cap dels influencers que havíem analitzat prèviament.
- **Creació de merchandising per enviar massivament a les empreses:** finalment, aquesta opció se n'anava massa de pressupost. A més, mesurar els resultats d'aquest tipus de campanya és complicat.



# **BRIEFING**

# L'institut

L'Institut Premià de Mar va néixer de la fusió dels instituts Serra de Marina i Cristòfol Ferrer el curs 2011-2012. És un centre de gran projecció, l'únic públic de secundària a Premià de Mar, i participa en diversos programes d'innovació pedagògica.

## Servei

Modalitat Dual a l'INS Premià de Mar. Concretament, ens dirigim a les empreses, i per tant li oferim la possibilitat de contractar als nostres alumnes a canvi de formar-los en l'especialitat que aquests estàn estudiant.

## Objectiu de comunicació

Volem comunicar tots els punts a favor que té aquesta modalitat des del punt de vista de les empreses, per tal que moltes més se sumin i coneguin el projecte, per així aconseguir augmentar les possibilitats que més alumnes disposin d'una empresa on puguin formar-se en modalitat Dual i poder cobrir la demanda de FP Dual al centre.

## Target

- Petits i mitjans empresaris de la zona que vulguin beneficiar-se dels avantatges que ofereix la modalitat Dual.
- Alumnes potencialment interessats en l'FP Dual.

# Lliurables

- Cartells A2 (Alumnes)
- Flyers A5 a dues cares (Empreses + Alumnes)
- Banners per a la web de l'IPM
- Article per la web de l'IPM + Copywriting i SEO
- Copywriting per Instagram i anàlisi de hashtags
- Un mínim de 50 posts 1080x1080 per Instagram + Vídeos
- 10 reels per Instagram (9:16)
- 2 vídeos per IGTV (9:16)
- 1 filtre per Instagram (Spark AR)
- Vídeo per YouTube 1920 x 1080
- Imatge publicitaria per Facebook Ads (format storie i 1:1)
- Creació d'una landing page senzilla amb Linktree

# Promesa

**“Una oportunitat única d'innovació i captació de nous talents per a tu i per a la teva empresa.”**

# Estratègies

- Informar i donar a conèixer tant a les empreses com als alumnes l'FP Dual, a través de les xarxes socials i la publicitat exterior.
- Centrar-nos, principalment, en les empreses potencialment interessades en el conveni Dual.
- Crear contingut de valor que promogui la Formació Professional Dual tant de cara als alumnes com de cara a les empreses.



# Tons de veu

Inspirador, formal, proactiu.

## Arguments

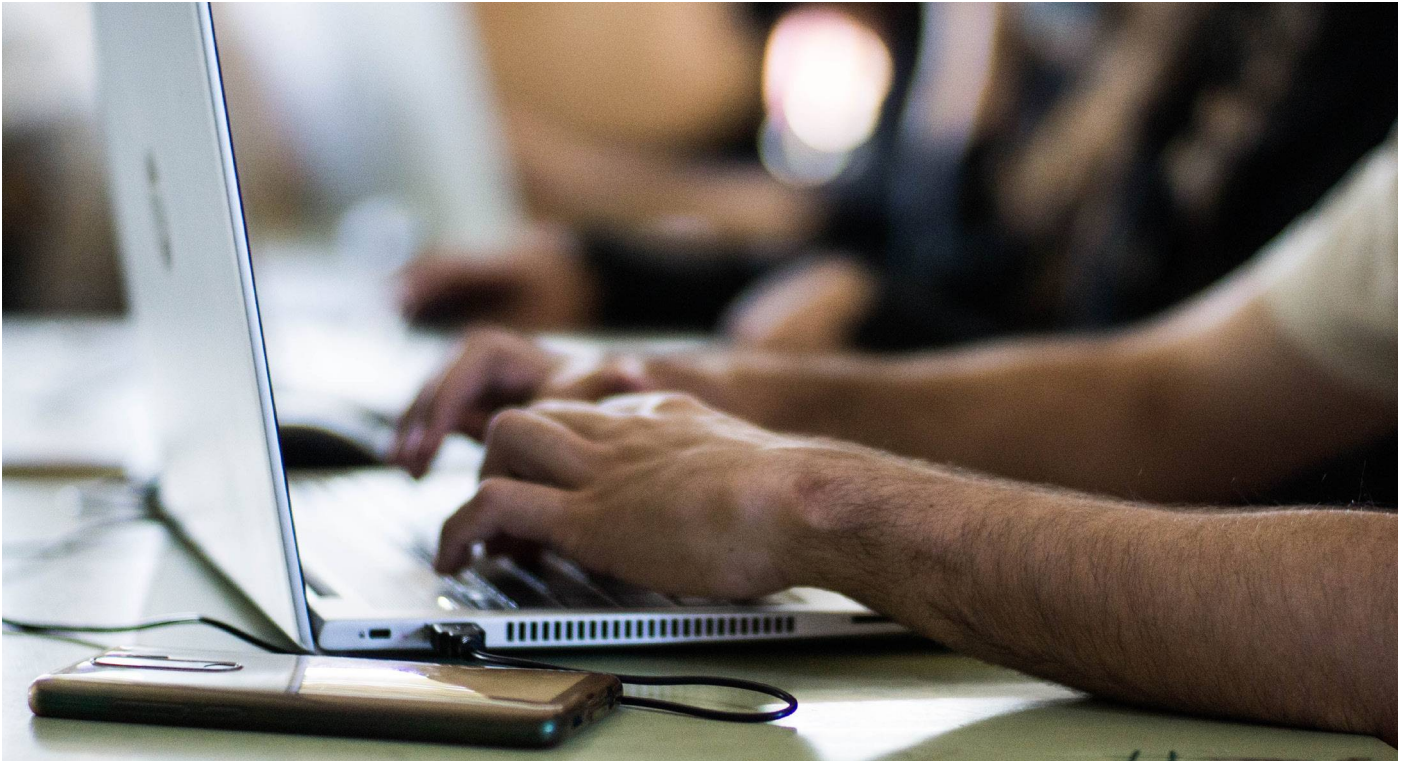
- Les empreses gaudiran de diverses bonificacions i facilitats.
- És una gran oportunitat per incorporar talent jove a l'empresa, formant als estudiants en la cultura d'empresa.
- L'empresa pot seleccionar els alumnes que més encaixin amb el perfil que està buscant.
- Tant l'empresa com l'alumne es beneficien d'un conveni de col·laboració entre el Departament d'Ensenyament, el centre educatiu i l'empresa.

## Antecedents

- L'IPM té experiència amb la modalitat Dual, així com convenis amb diverses empreses
- Alumnes del centre que han estat cursant la modalitat Dual amb casos d'èxit (continuació al lloc de treball)
- Pocs alumnes coneixen la Dual avui dia, encara que cada cop en són més.
- Són poques les empreses que coneixen els avantatges que ofereix la formació Dual, i fins i tot l'existència d'aquest tipus d'FP.

## Mandatoris

- Logotips oficials (Dualiza, FP Dual, Generalitat, IPM...)
- Colors corporatius (Blau com a color primari i verd com a secundari)
- En les comunicacions per l'alumnat, l'eslògan serà: "Et sents insegur respecte al teu futur?"



## Mitjans i suports

- Instagram (Feed, Stories, Reels, IGTV i Ads)
- LinkedIn (Creació de continguts)
- Publicitat Exterior
- Mailing i “buzoneo”
- Màrqueting telefònic

## Pressupost

Facebook Ads (Instagram): 100 €  
4000 flyers + 500 cartells (impressió): 191,34 €

**TOTAL: 291,34 €** gastats d'un pressupost total de 500 €

# EL PROCÉS



# INSTAGRAM

Una vegada creat el compte d'Instagram i activada l'opció de compte professional per a poder consultar les estadístiques i valorar el rendiment en la posterior fase de control, començarem compartint contingut al feed relacionat amb el que ofereix el nostre centre i també amb el projecte, per així aconseguir generar confiança, **crear i reforçar la imatge de marca de l'INS Premià de Mar.**

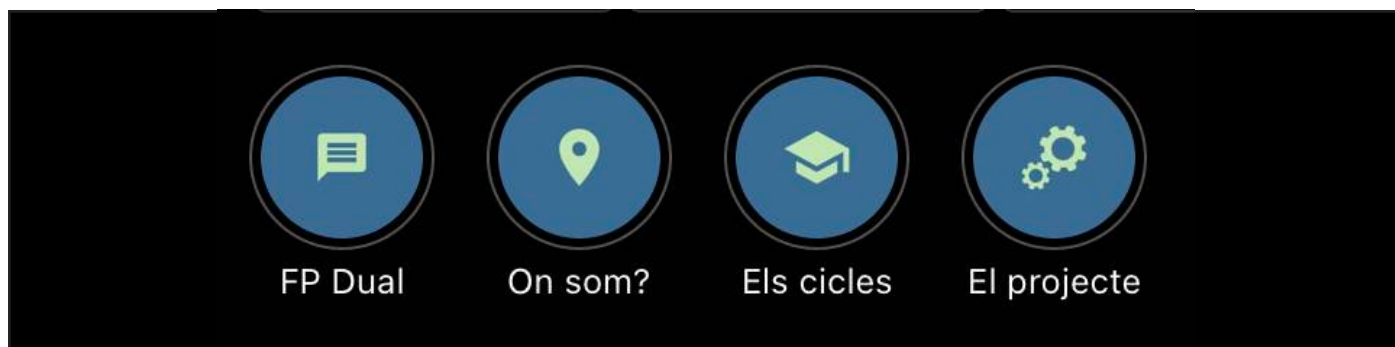
Per una altra banda, també començarem a crear contingut a les stories, procurant generar interacció amb els nostres seguidors amb la creació d'enquestes, votacions i resolent els dubtes que ens poden plantejar tant a través dels stickers de preguntes com per missatge privat.

A més, com ens interessa cridar l'atenció de les empreses, plantejarem el perfil d'una manera professional, **creant una consistència entre les publicacions a través de l'ús dels colors i de la quadrícula que ens ofereix la plataforma**, per així també aconseguir diferenciar-nos a través de la creació d'una **imatge corporativa formal, consistent, professional i adaptada als temps que corren.**

A la dreta, podem veure una imatge de com ha quedat el nostre feed inicial amb la utilització dels colors corporatius i el marc verd com a punt en comú i d'unió de les diferents publicacions.



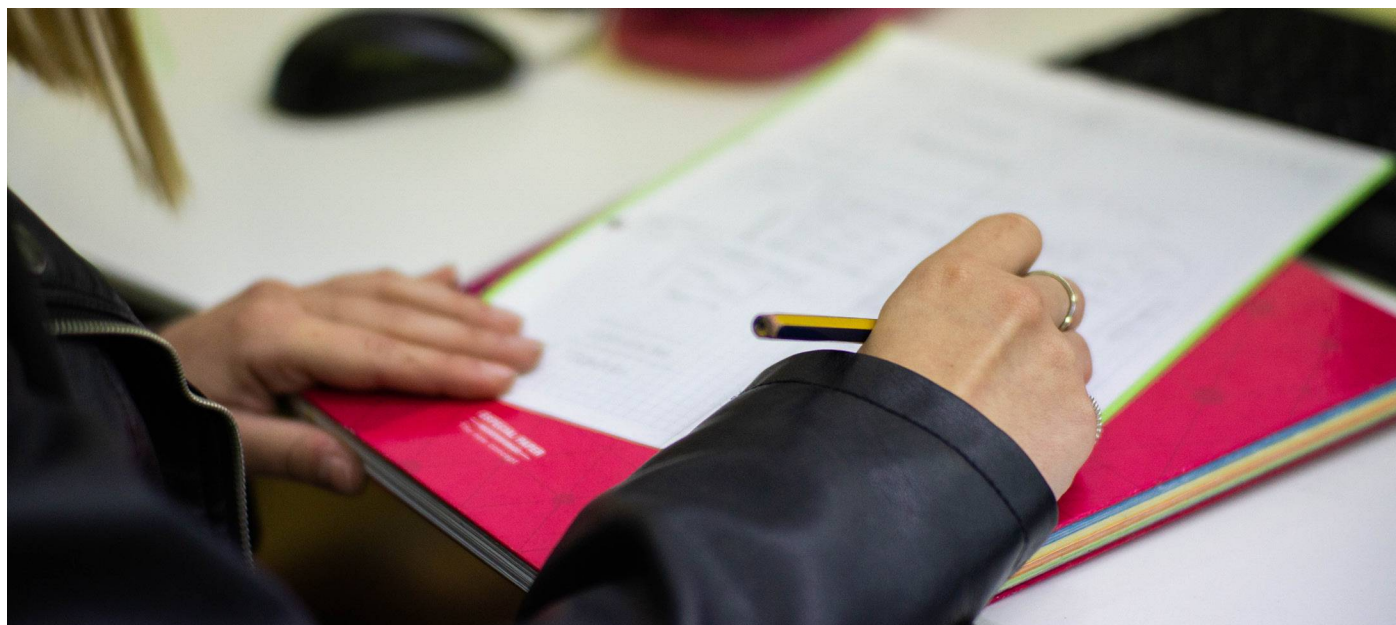
Per generar aquesta consistència de la qual parlem i alhora informar, també hem creat una **llista d'històries destacades on podem trobar diferents tipus d'informació d'interès de manera molt gràfica**, senzilla i específica, tal i com veiem a la imatge:



Posteriorment i per mantenir l'activitat al compte oferint contingut de valor, aconseguir generar més impressions i seguir creant interacció i nous leads també farem ús de diferents **hashtags** relacionats amb les temàtiques dels nostres cicles, la formació i l'educació.

A més, aprofitarem la **realització d'entrevistes a alumnes que han realitzat FP Dual per a generar interacció i nous continguts en format vídeo**, el qual creiem fermament que pot connectar molt bé amb el nostre públic objectiu, ja que genera una sensació propera i és molt més fàcil que el nostre target empatitzi amb la nostra promesa.

Durant el procés, també realitzarem diferents vídeos en format Reels per aprofitar l'impacte i la viralitat que aquests ens poden oferir. Per aconseguir més visibilitat, la primera setmana farem un petit anàlisi de quin és l'horari i el contingut que millor funciona en el nostre sector, "testejant" així les diferents opcions i oportunitats que ens ofereix la plataforma.





Pel que fa al **copywriting** de les publicacions, seguirem el to de veu especificat al briefing: formal però proper i proactiu. Farem ús dels emojis per aconseguir cridar l'atenció i procurarem generar interacció amb els seguidors, fomentant la participació. S'intentarà respondre a tots els comentaris d'una manera amable i propera i sempre que es pugui, contextualment parlant, oferirem i tractarem d'apropar l'FP Dual a través de la interacció amb els seguidors.

A més, també estem aprofitant Instagram per aconseguir difusió de diferents mitjans del Maresme on puguem trobar una audiència afí al nostre públic objectiu, com per exemple **@newsmaresme** amb més de 3.000 seguidors o la **Revista La Clau @laclaumaresme** amb més de 3.300 seguidors.

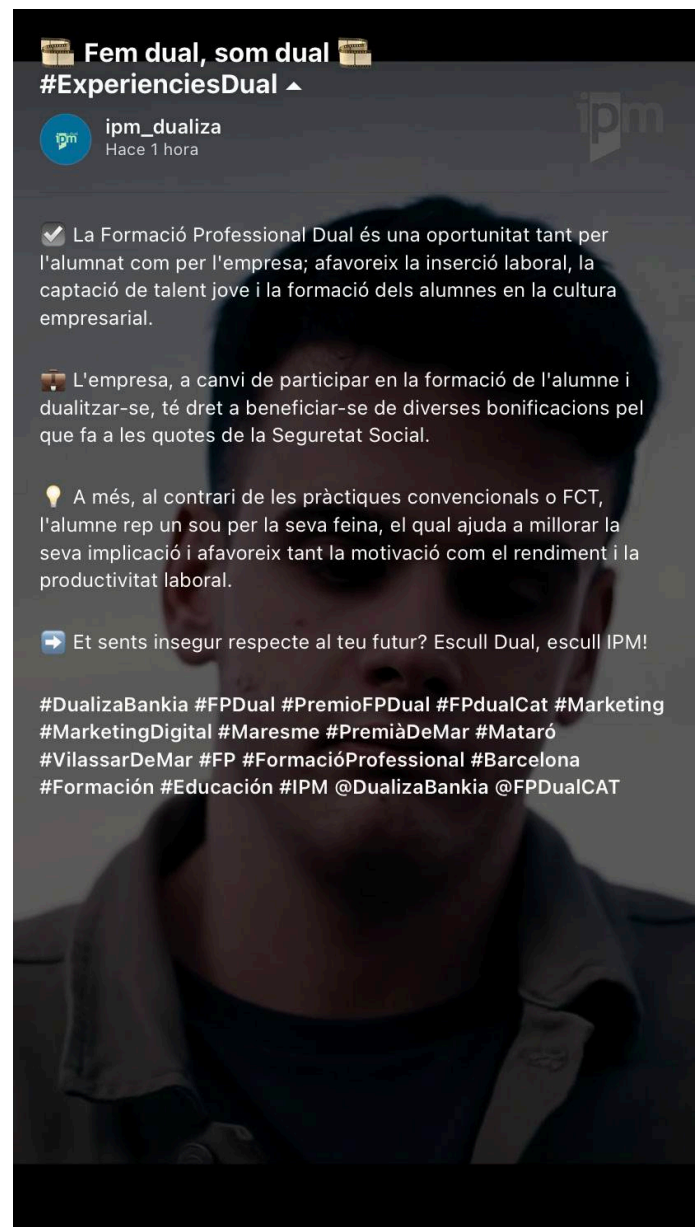
Gràcies a aquesta xarxa social, també hem pogut **connectar amb diferents Espais Joves**, que han fet difusió de manera gratuïta d'aquest projecte: Espai Jove Boca Nord (Barcelona), Espai Jove d'Arenys de Mar, Joventut de Vilassar de Mar o La Fletxa a Premià de Dalt, son alguns exemples.

Per una altra banda, també hem publicat un vídeo de gairebé sis minuts a través d'Instagram TV en el qual mostrem diferents experiències d'alumnes d'FP dual, centrant-nos en els avantatges que aquest tipus de formació ofereix tant a l'alumnat com a les empreses i mostrant la

realitat que viuen dia a dia aquests alumnes.

A més, gràcies a IGTV podem afegir a les nostres Stories un Call To Action en forma de Swipe Up.

Com a extra, també realitzarem una **campanya de captació d'empreses a través d'Instagram**, aprofitant i beneficiant-nos de la presència de moltes petites i mitjanes empreses i comerços de la zona a aquesta xarxa social.

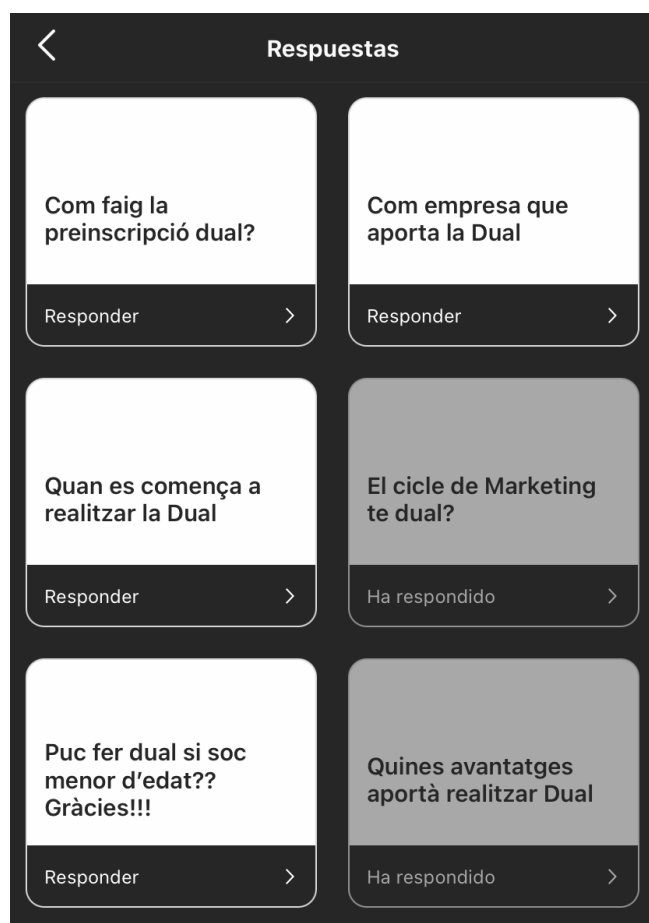




Per una altra banda, i com hem comentat anteriorment, farem ús de les diferents opcions per Stories que ens ofereix l'aplicació: enquestes, preguntes, votacions, etc. per aconseguir així **fomentar la interacció amb els seguidors**, és a dir, amb alumnes i empreses interessats en l'FP Dual.

A la imatge de la dreta podem veure diversos dubtes i preguntes que ens plantegen els seguidors.

Com a extra, també realitzarem una campanya de captació d'empreses a través d'Instagram, aprofitant i beneficiant-nos de la presència de moltes petites i mitjanes empreses i comerços de la zona a aquesta xarxa social.





# FACEBOOK ADS

Per a complementar l'activitat executada a Instagram i com hem dit anteriorment, també hem realitzat una campanya de Facebook Ads, amb un pressupost de 100 € en total, començant per 40 € al dia i fent una segmentació adreçada fonamentalment a empreses (és a dir, empresaris, alts càrrecs o directius, persones de recursos humans...).

The image shows a screenshot of the Facebook Ads campaign management interface. On the left, there is a sidebar with campaign settings: 'CAMPAÑA • Tráfico', 'Dualiza', '1 CONJUNTO DE ANUNCIOS', '1 ANUNCIO', 'Categoría de anuncio especial: Ninguna', 'Presupuesto y calendario: 18 de mayo de 2021 - 21 de mayo de 2021, 40,00 € EUR al día', 'Audiencia: Hombres y mujeres, edades + 29', and 'Ubicaciones: Ubicaciones automáticas'. The main area is titled 'Vista previa del anuncio' and shows two ad formats. The first is a 'SECCIÓN DE NOTICIAS PARA MÓVILES' (Mobile News Section) ad for 'IPM Dualiza' with the headline 'Conecta con el talento y benefíciate de hasta un 100% de bonificación en las cuotas de la Seguridad Social. ¿Quieres saber más?' and a large 'DUALIZATE' graphic. The second is an 'INSTAGRAM STORIES' ad for 'ipm\_dualiza' with the headline 'DUALIZATE CONECTA CON EL TALENTO, SÚMATE A LA INNOVACIÓN.' and a large 'DUALIZATE' graphic. Both ads feature the phone number '93 754 92 82' and a 'MÁS INFORMACIÓN' button.

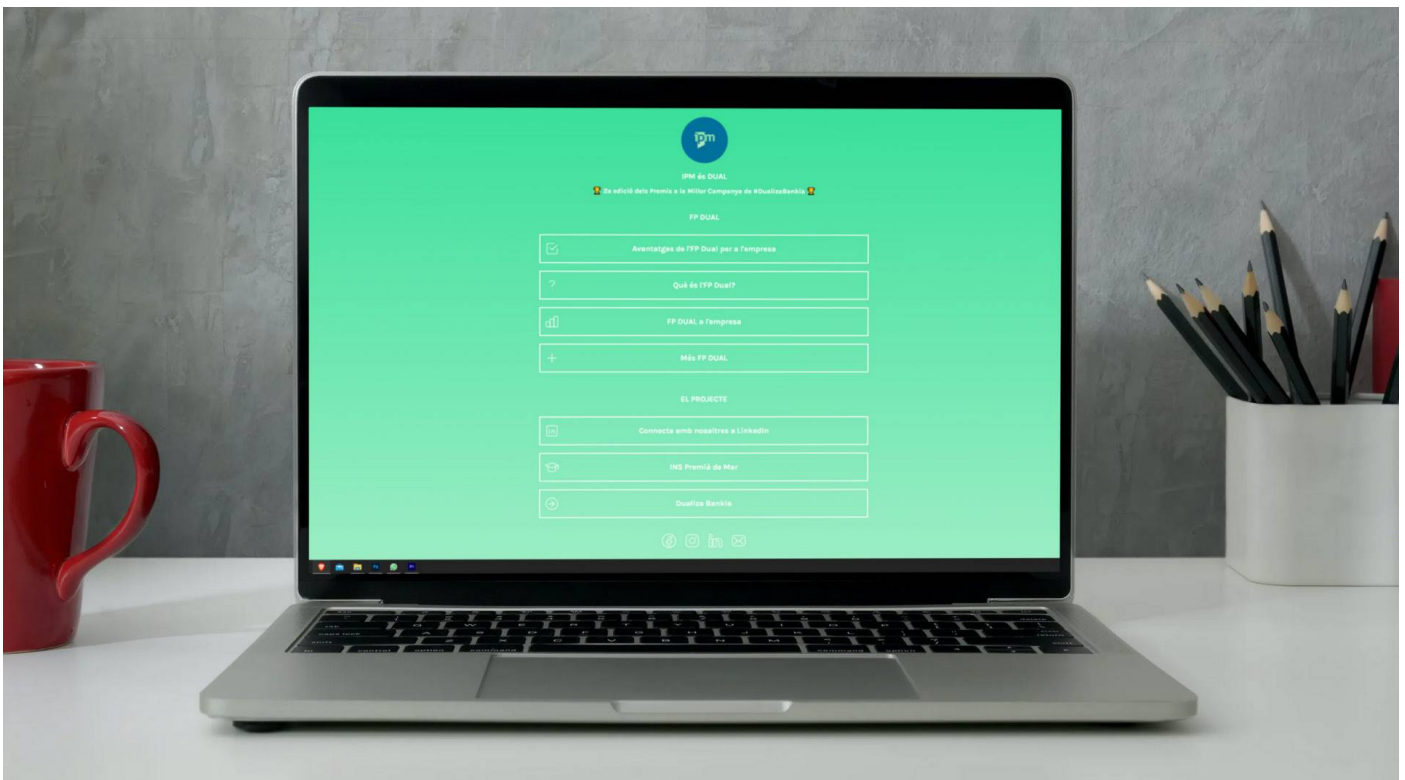
Segmentarem per zona geogràfica (centrant-nos essencialment en la nostra zona, el Maresme), per edats i també segons interessos tal com hem comentat en el punt anterior per a així poder dirigir-nos al nostre principal target: empreses i empresaris, amb dues creativitats diferents per adaptar-nos als diferents formats que s'ofereixen (feed i stories).

# LINKTREE

Crearem una landing page amb Linktree, una eina molt utilitzada en el món del Marketing Digital i que ens permetrà agrupar tots els enllaços i pàgines web d'interès en una sola URL amb la qual podrem monitoritzar els resultats de manera clara i senzilla.

En aquesta landing page, oferirem enllaços amb informació relativa a:

- Què és l'FP Dual?
- Avantatges de l'FP Dual per l'empresa.
- Preguntes freqüents per les empreses.
- Testimonis.
- Més informació sobre l'FP Dual.
- Les xarxes socials del projecte.
- Enllaç a la pàgina web del nostre centre.
- Més informació sobre Dualiza i enllaç a la seva pàgina web.



# XERRADES

En primer lloc ens vam posar en contacte amb diferents centres amb l'objectiu de **realitzar una orientació sobre l'FP Dual**, explicant les experiències, els avantatges i en el que consta de primera mà amb exalumnes Dual.



Tenint aquests objectius clars, vàrem fer una segmentació dels centres amb major públic objectiu on estiguin realitzant 4t d'ESO, batxillerat, formació bàsica, formació del pla a la transició al treball o bé formació professional de grau mitjà de la mateixa família que ofereix l'IPM els seus graus superiors.

Seguidament, vam posar-nos en contacte per via telefònica i a través de correus electrònics amb els centres resultants de la nostra recerca per aconseguir i demanar el permís per a poder realitzar l'orientació.

Amb el termini tan curt i les mesures per la Covid-19, només se'ns va oferir l'oportunitat de realitzar-ho a dos cursos: Formació de Transició al Treball i Formació Professional de Grau Mitjà d'Administració.

Així doncs, vàrem realitzar una presentació que seguia amb l'estètica de la campanya, i un contingut escàs de lletra per què l'atenció se centra en l'explicació dels coordinadors que són exalumnes de formació Dual. També es va utilitzar l'estratègia de cridar l'atenció dels alumnes, fent preguntes, aplicant **storytelling** i explicant anècdotes per dinamitzar, etc...



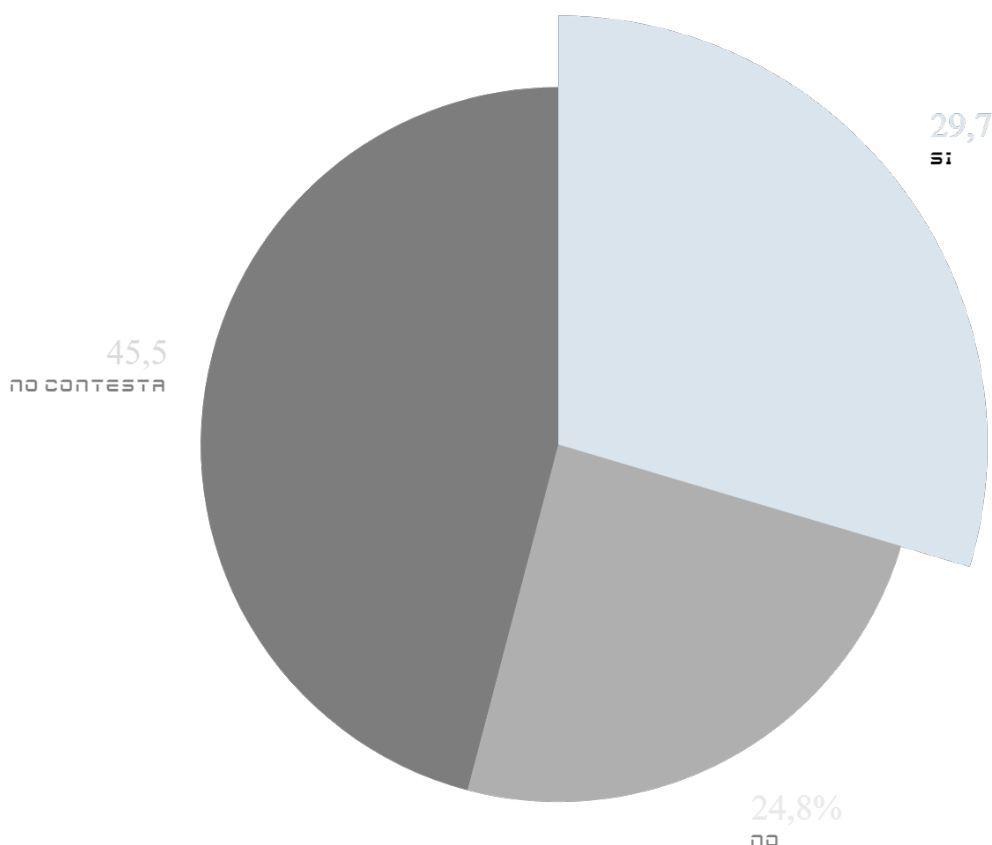
# MÀRQUETING TELEFÒNIC

Per aconseguir arribar al major nombre d'empreses i empresaris de la zona, en primer lloc hem realitzat una recerca d'aquestes empreses i una mini-campanya de màrqueting telefònic o telemàrqueting, fent un petit filtratge de les empreses que podien estar interessades en l'FP Dual per a posteriorment captar-les via email amb tota la informació i avantatges que aquesta ofereix.

**Finalment, hem trucat a més de 600 empreses en total i comptem amb una base de dades de més de 150 empreses interessades en obtenir més informació sobre l'FP Dual.**

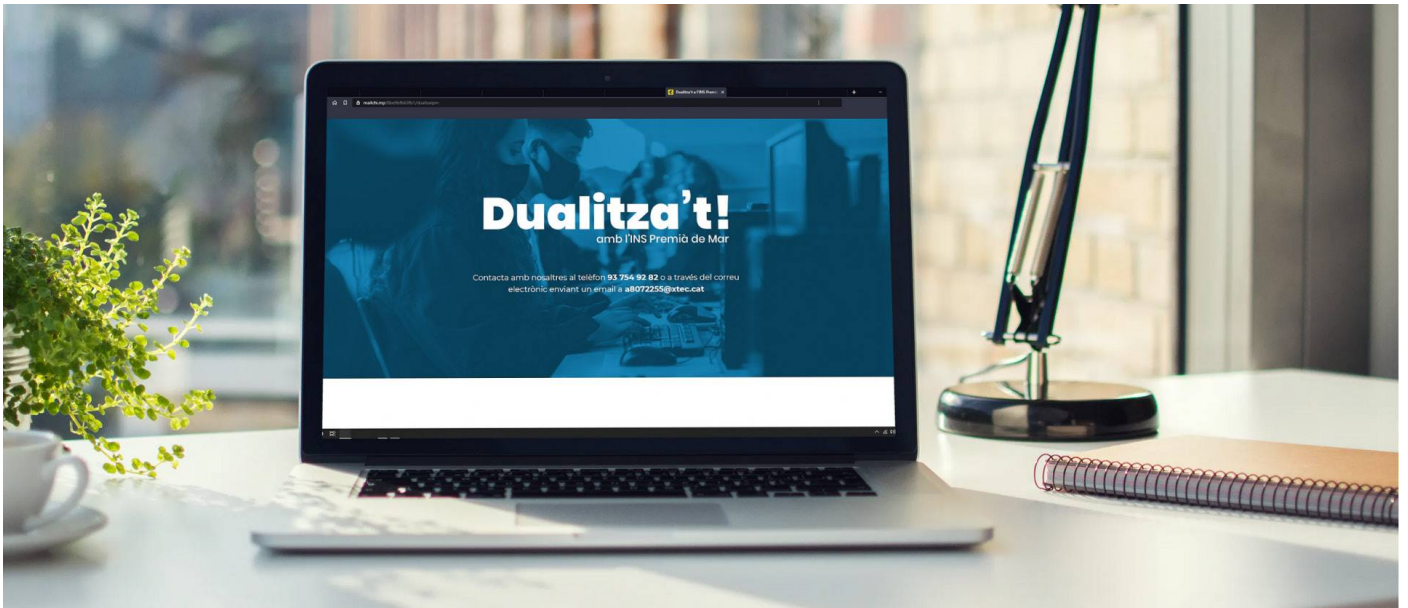
A continuació, adjuntem un gràfic que mostra el percentatge d'interès de les empreses a les quals hem trucat:

## Tassa de resposta





# MAILING



Per a la realització de la campanya d'**email màrqueting** hem utilitzat **Mail-Chimp**, una eina que ens ofereix la possibilitat de beneficiar-nos d'una mena de mini CRM en línia que ens facilita la labor a l'hora de l'enviament de mails i de la creació d'un embut per a la captació d'empreses que puguin estar interessades a participar en l'FP Dual.

Començarem introduint les empreses interessades a MailChimp, agrupades per cicles i amb tota la informació que considerem necessària. Una vegada duta a terme aquesta tasca, dissenyarem i redactarem un mail amb la intenció de cridar l'atenció de les empreses i evitar que l'enviïn directament a la paperera o al correu brossa.

És important que treballem correctament el **copywriting** de l'assumpte i la previsualització del text, ja que aquest és un dels punts més importants per aconseguir el nostre objectiu: que les empreses obrin el correu.

Per completar el procés i crear un petit cercle d'interlinking i informació rellevant, també hem creat una landing page a través de MailChimp on dirigirem a les empreses, en aquesta pàgina tenen tota la informació necessària sobre l'FP Dual i també el contacte del nostre centre, a més d'altres enllaços d'interès.

# LINKEDIN

Per a poder connectar amb les empreses de manera ràpida i efectiva, també hem creat un perfil de LinkedIn on compartirem diferents vídeos i continguts d'interès relacionats amb la Formació Professional Dual i els avantatges que aquesta ofereix a les empreses.

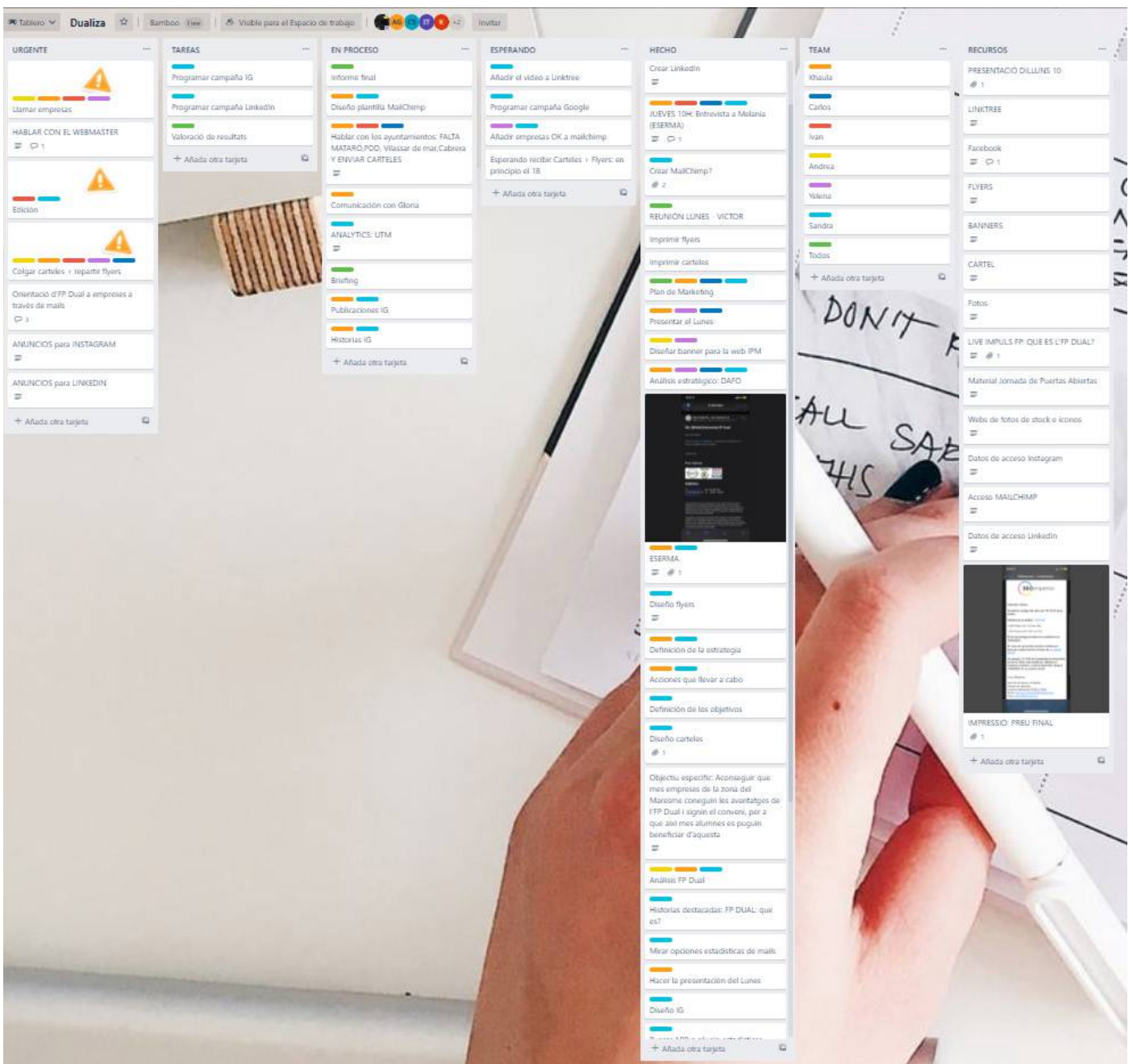




# ORGANITZACIÓ

Creiem fermament que el treball en equip és un dels pilars perquè tot funcioni correctament i per això considerem molt important l'organització de tots els membres de l'equip per a poder afavorir la productivitat i el rendiment.

Per a poder dur a terme aquesta organització i coordinar-nos de manera efectiva, hem utilitzat Trello:



*Més de 70 targetes i tasques realitzades en equip.*

# PUBLICITAT EXTERIOR

Per a la realització d'aquesta campanya de publicitat exterior hem passat per diferents fases, aquestes han sigut:

1. Recopilació de recursos, investigació i sessió de fotos.
2. Realització del primer concepte i creació de l'eslogan.
3. Contacte amb els ajuntaments de la zona i autorització d'aquests per la posterior distribució del material.
4. Copywriting del cartell i dels flyers.
5. Disseny digital amb Adobe Photoshop, Illustrator i InDesign.
6. Impressió.
7. Distribució del material ja imprès.

Després de realitzar la sessió fotogràfica i la investigació, vam començar a treballar paral·lelament. Per una banda, el disseny del cartell i el concepte d'aquest, i per l'altre ens vam començar a posar en contacte amb diferents Ajuntaments de la zona per valorar la possibilitat de distribuir tant la cartelleria com els flyers en punts gratuïts i autoritzats pels mateixos Ajuntaments. A més, també vam començar una comparació de preus i temps per començar a moure'ns i imprimir el material.

Un cop ja acabats i revisats els recursos gràfics, ho enviem a la impremta i als diferents Ajuntaments per acabar de concretar l'autorització per la posterior distribució de cartelleria.





# ET SENTS INSEGUR RESPECTE AL TEU FUTUR?

**Més del 50% de joves també**

La **Formació Professional Dual** t'ofereix la possibilitat de formar part d'una empresa i alhora, formar-te en la teva especialitat.

A l'INS Premià de Mar t'oferim l'**oportunitat** de formar-te en diferents especialitats:

- #CFGM **Activitats Comercials**
- #CFGM **Jardineria i Floristeria**
- #CFGM **Guia en el Medi Natural i de Temps de Lleure**
- #CFGM **Gestió Administrativa**
- #CFGM **Electromecànica de Vehicles Automòbils**
- #CFGM **Instal·lacions Elèctriques i Automàtiques**
- #CFGS **Màrqueting i Publicitat**
- #CFGS **Administració i Finances**

## VOLS SABER MÉS?



C/Rafael de Casanova S/N  
08330 Premià de Mar



937 54 92 83



[agora.xtec.cat/inspm](http://agora.xtec.cat/inspm)



@ipm\_dualiza

# RESULTATS

# FACEBOOK ADS

Hem realitzat una campanya de publicitat a Facebook Ads a través del Business Manager i l'Administrador d'Anuncis, publicant insercions tant a Facebook com a Instagram i en diferents formats (stories, al feed, display al final dels vídeos, etc...)

## Més de 250 clicks i 22.600 persones impactades amb la campanya a Facebook Ads.

279

Resultados: Clicks en el enlace

22 688

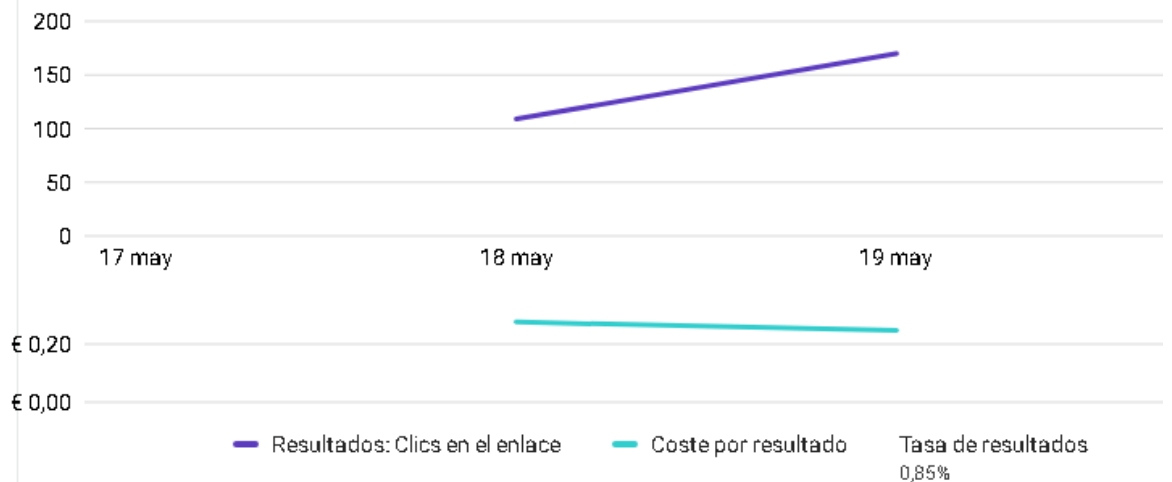
Personas alcanzadas

72,05 €

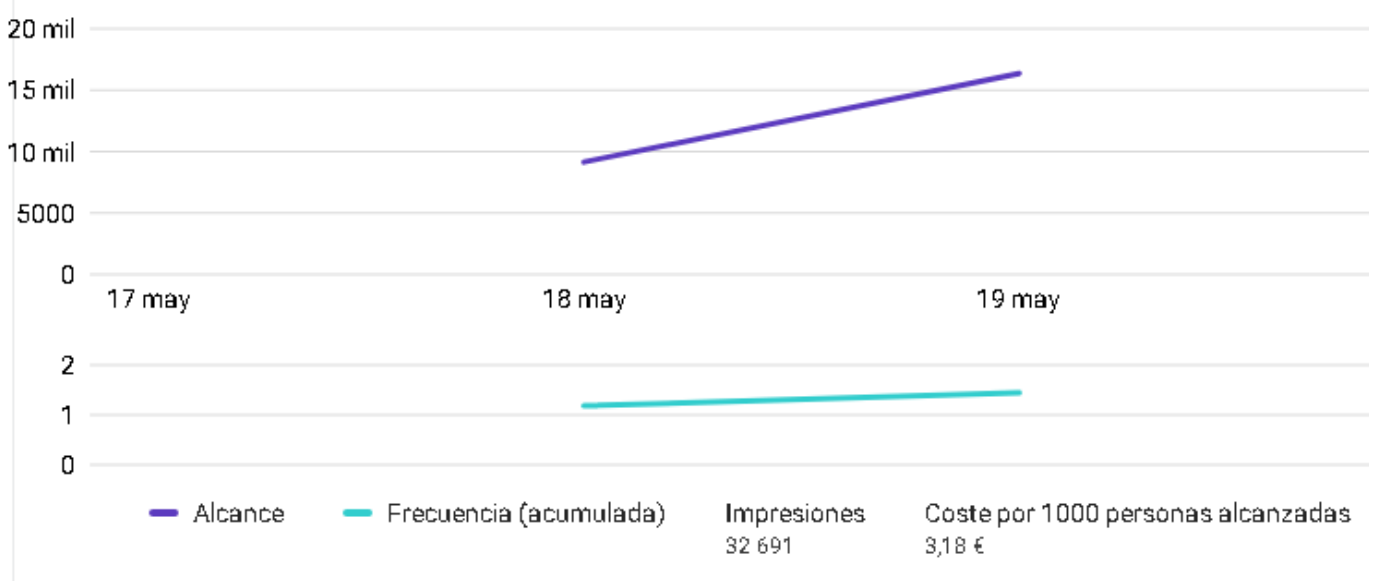
Importe gastado

Personalizado

### Resultados: Clicks en el enlace sobre Coste por resultado



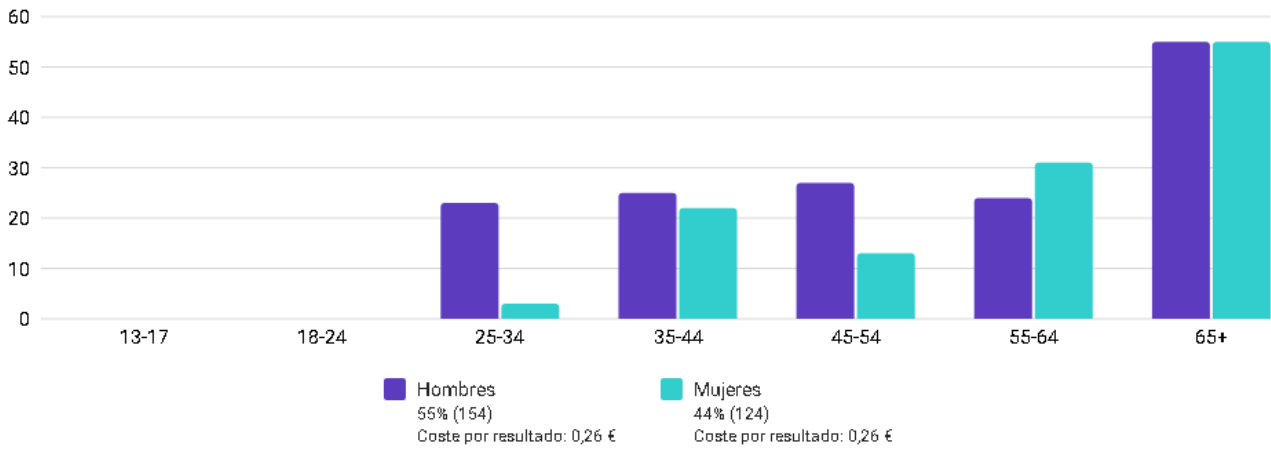
### Alcance sobre Frecuencia (acumulada)



## Distribución por sexo y edad

Todos

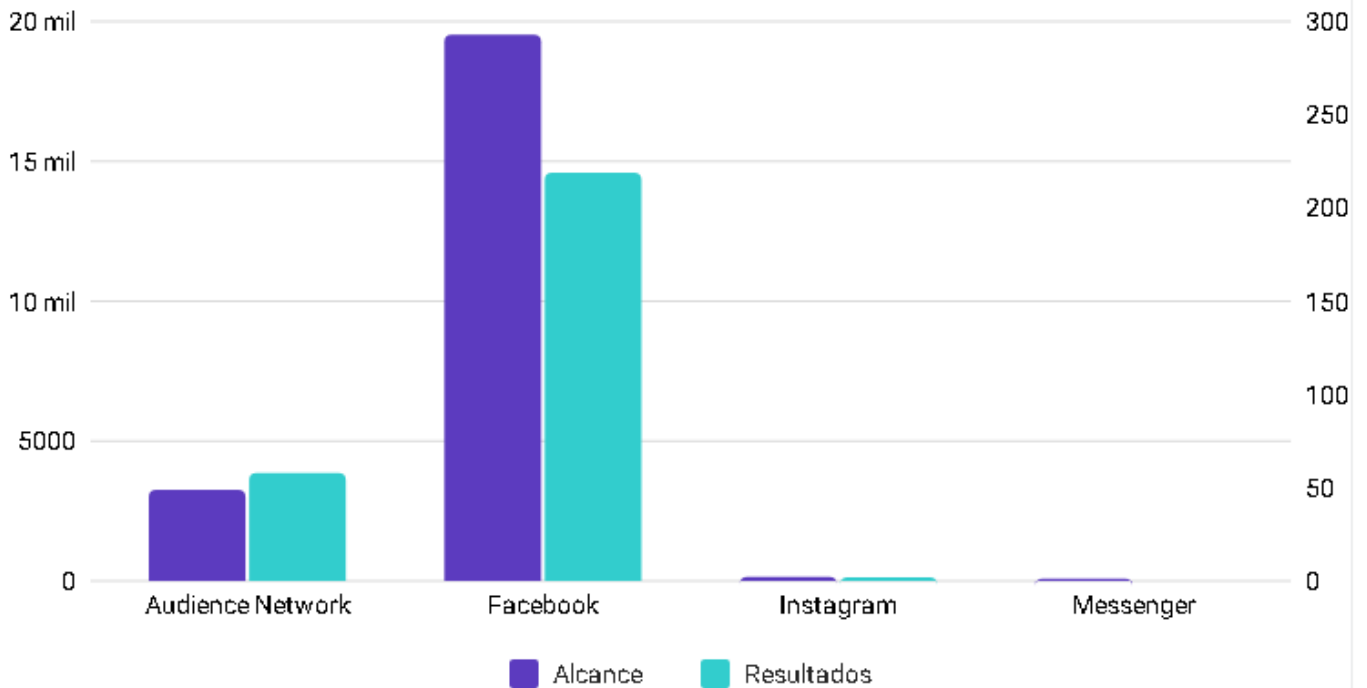
Resultados



## Ubicación por plataforma

Alcance

Resultados



\* Es posible que veas unos resultados de entrega bajos para la ubicación de Facebook Stories hasta que estos anuncios estén disponibles para todas las personas que usan las historias de Facebook. Para unos resultados más precisos, usa la opción de coste por resultado.



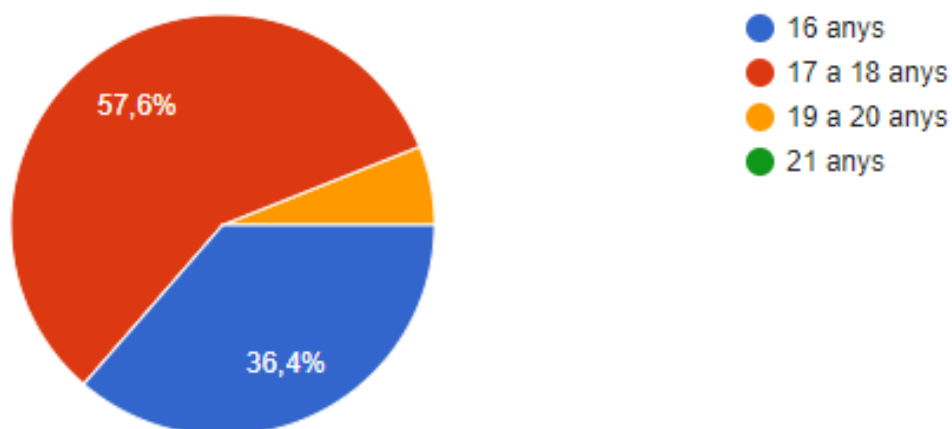
# XERRADES

Després de realitzar les xerrades els hi vam facilitar una enquesta per a poder conèixer la seva opinió al respecte i descobrir quin és el curs del seu interès a l'IPM.

D'això vam extreure els resultats que podem veure a continuació:

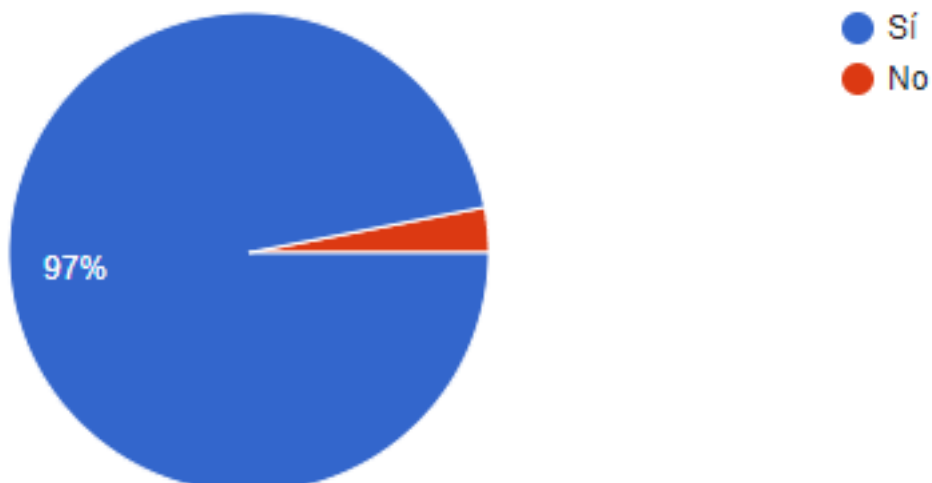
Indica la teva edat

33 respostes



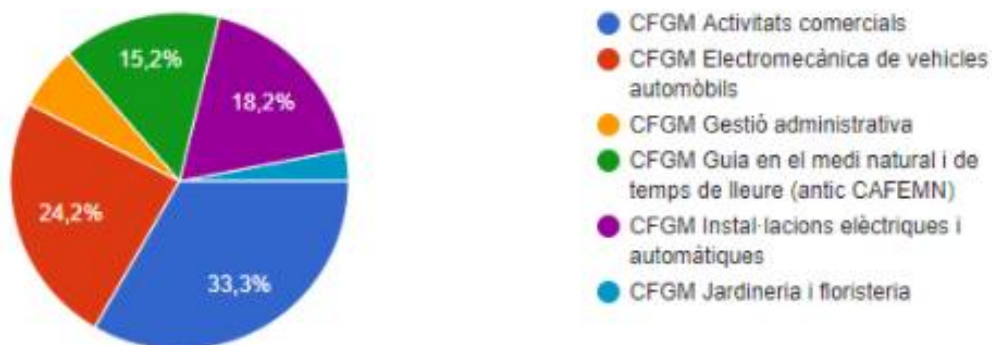
Esteu interessats en realitzar un Cicle Formatiu de Grau Mitja?

33 respostes



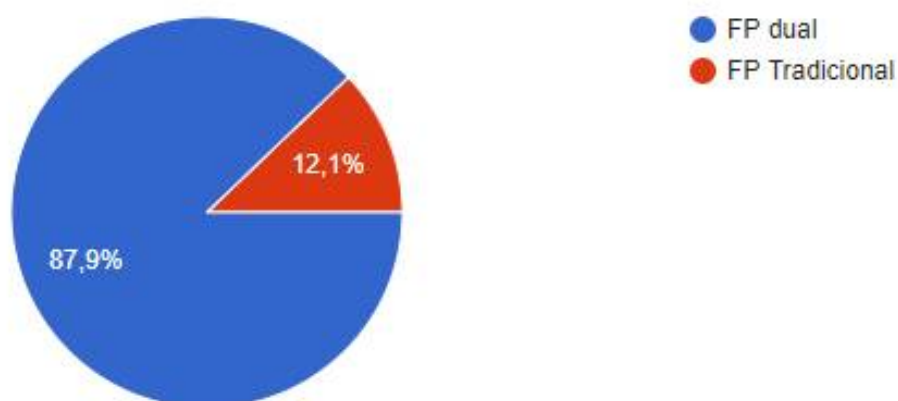
### Quin dels següents cicles formatius ús ha cridat més l'atenció?

33 respostes



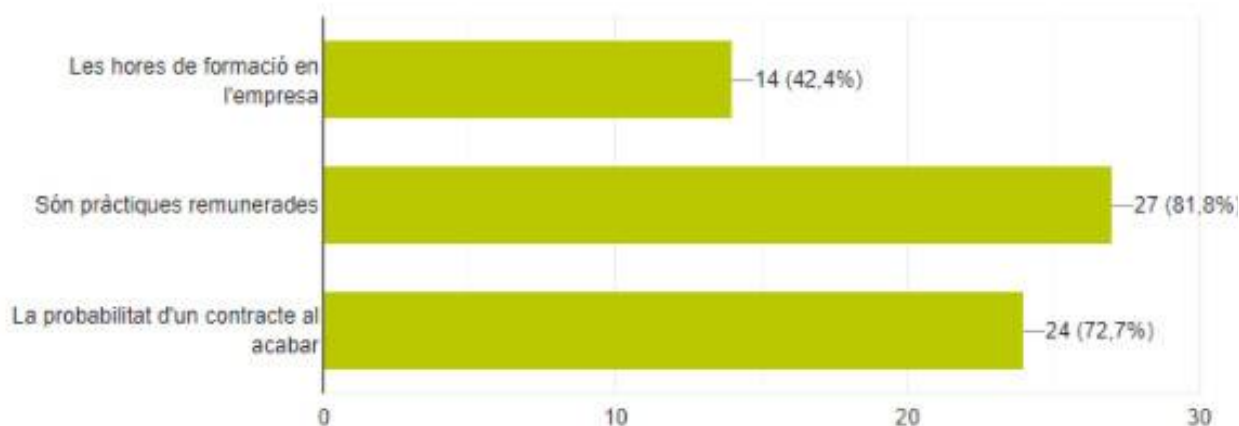
### En cas de cursar un cicle formatiu quina FP realitzaries?

33 respostes



### Que et motivaria a realitzar l'FP dual?

33 respostes



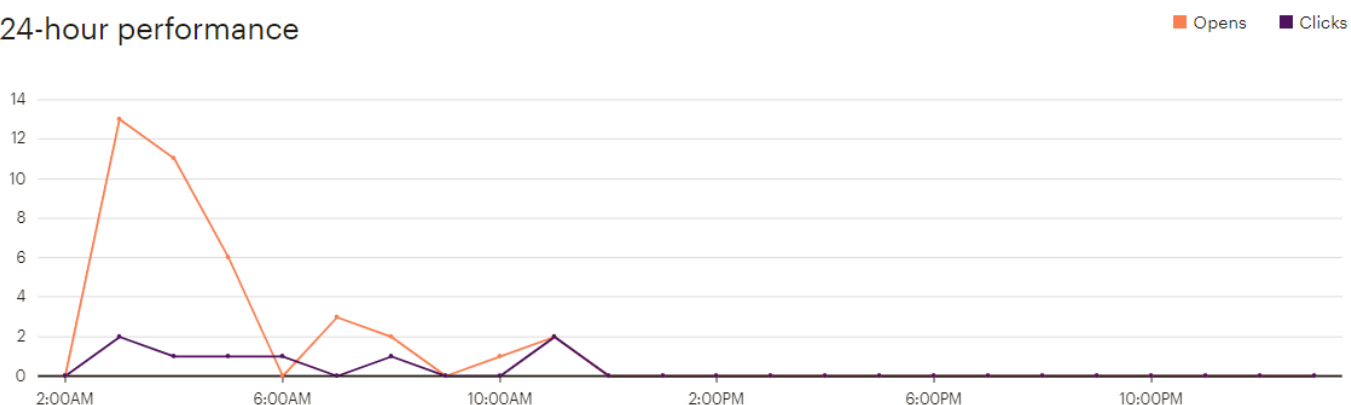
# MAILING

Després de trucar a més de 600 empreses i obtenir els seus correus electrònics, vam realitzar la campanya de e-mail màrqueting a través de Mail-Chimp i els resultats obtinguts van ser els següents:

49 Opened	7 Clicked	34 Bounced	0 Unsubscribed
--------------	--------------	---------------	-------------------

Successful deliveries	132	79.5%	Clicks per unique opens	14.3%	
Total opens	74		Total clicks	10	
Last opened	5/20/21	8:16AM	Last clicked	5/20/21	4:12AM
Forwarded	0		Abuse reports	0	

## 24-hour performance



**Gràcies a aquesta campanya de Mailing diverses empreses han contactat amb el centre, tant per telèfon com per mail.**

May, 2021 (2)

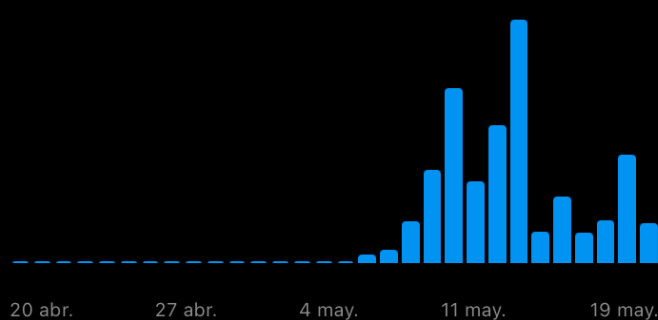
	<b>Dualiza</b> Regular · Dualiza IPM	Sent	37.1% Opens	5.3% Clicks	View Report	▼	
Sent mié., mayo 19th 2:06 a. m. to 166 recipients by you							
	<b>DualizaFP</b> Landing page · Audience: Dualiza IPM <a href="https://mailchi.mp/8be9bfb63fb1/duali...">https://mailchi.mp/8be9bfb63fb1/duali...</a>	Published	310 Visits	7 Clicks	1 Subscribes	View Report	▼
Published mar., mayo 18th 1:44 a. m. by you							

# INSTAGRAM

Com ja hem comentat, hem obert un nou compte a Instagram per realitzar aquest projecte, i els resultats obtinguts han sigut molt profitosos, ja que hem arribat a molta més gent de la prevista inicialment.

## Cuentas alcanzadas

5.401 cuentas



Cuentas alcanzadas desde 20 abr. - 19 may.

## Interacciones con las publicaciones

1.971

-- frente a 21 mar. - 19 abr.

Me gusta

1.780

Comentarios

112

Veces que se ha guardado

49

## Interacciones con las historias

--

0% frente a 21 mar. - 19 abr.

## Interacciones con los vídeos de IGTV

101

-- frente a 21 mar. - 19 abr.

Me gusta

69

Comentarios

8

Veces que se ha guardado

4

Impresiones

26.983

Actividad de la cuenta

2.021

Visitas al perfil

1.992

Toques en el sitio web

29

**Gràcies al màrqueting de continguts hem aconseguit gairebé 2.000 interaccions a les nostres publicacions, i més de 26.000 impressions.**

Més de 1.900 persones han visitat el perfil i ens han comentat més de 100 vegades en poc més d'una setmana.



# El nostre creixement a Instagram ha sigut del +5.620% pel que respecta als seguidors.

## Desglose de seguidores

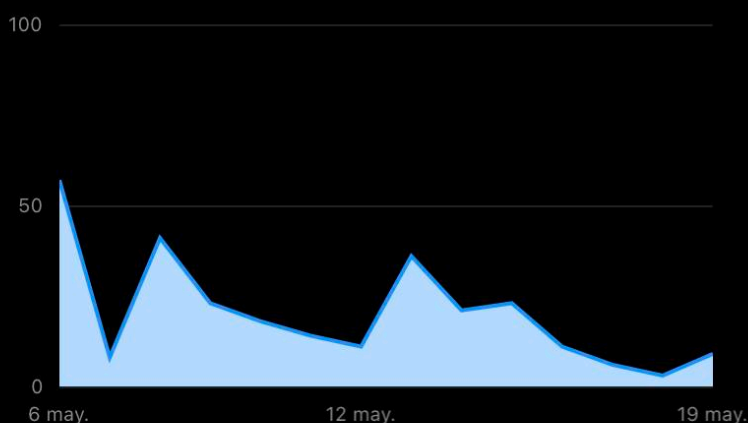
286 seguidores

+5.620% frente a 21 mar. - 19 abr.

### Aumento

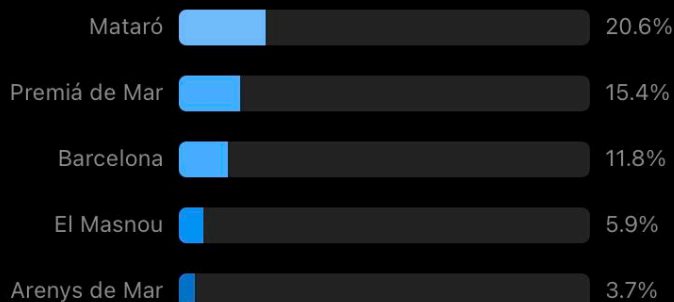
- General
- Seguidores
- Personas que han dejado de seguirte

281  
309  
28



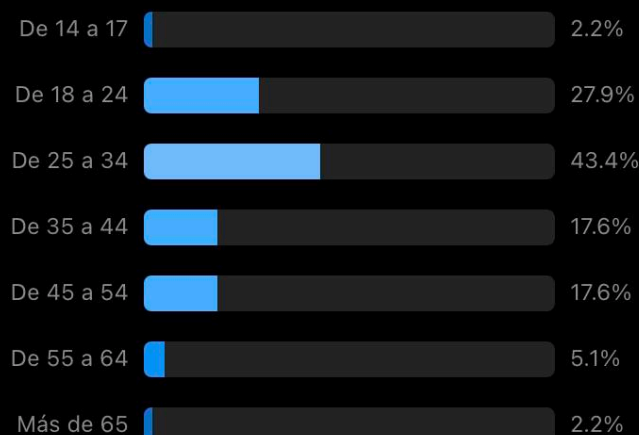
## Lugares destacados

Ciudades Países



## Intervalo de edad

Todos Hombres Mujeres



# PUBLICITAT EXTERIOR



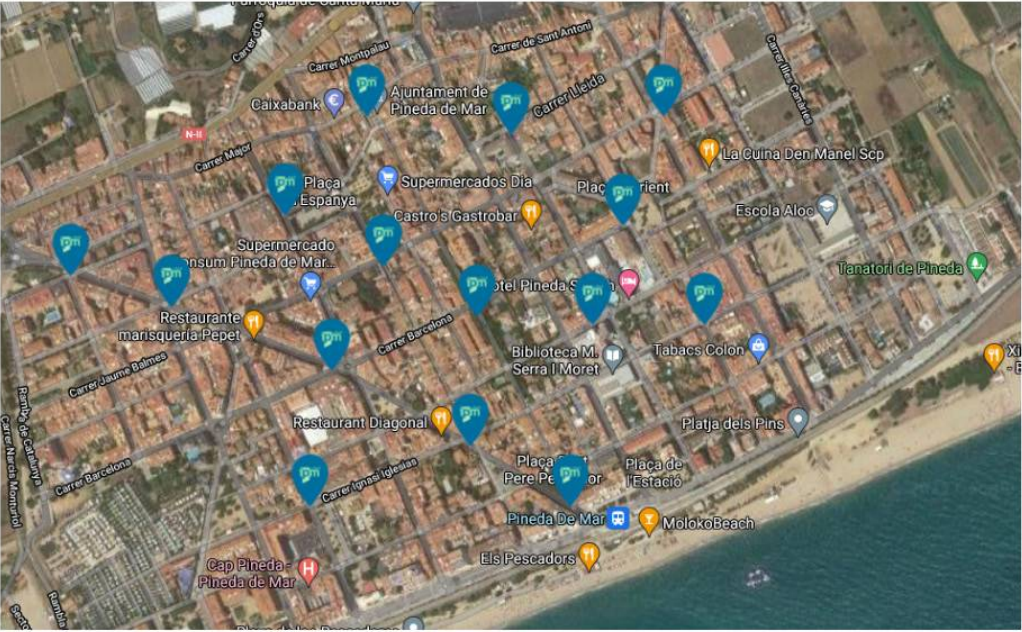
Hem repartit flyers i penjat cartells a l'Institut, a diferents punts autoritzats i també a comerços i empreses **de tot el Maresme** (sempre demanant el permís).

A més, hem pogut aconseguir contactes a diverses empreses de la zona que estaven interessades en informar-se més sobre l'FP Dual.





# Mapa de cartells



**Pineda de Mar**



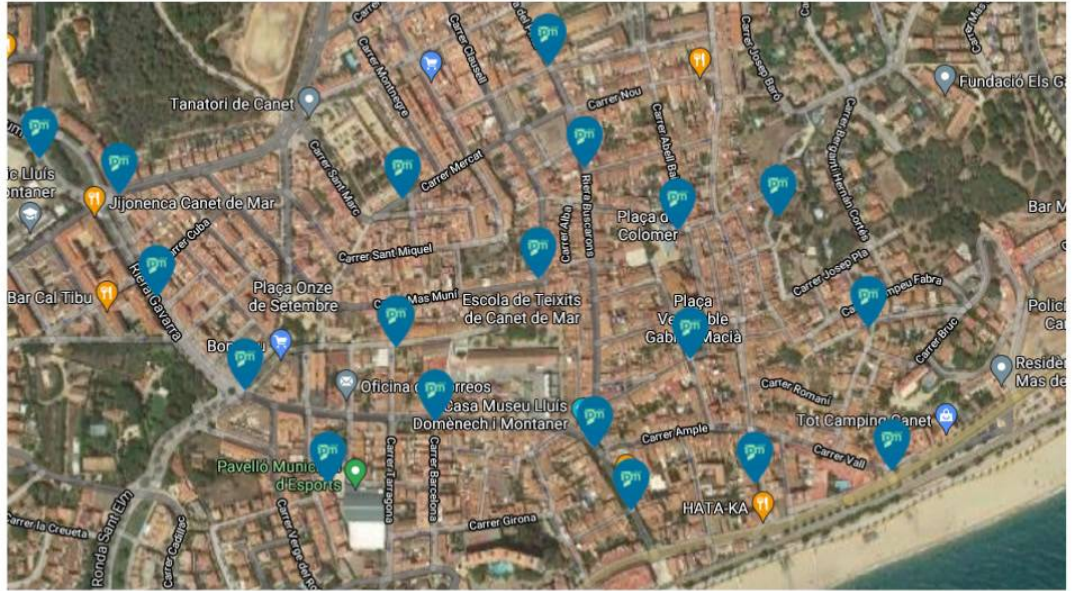
**Calella**



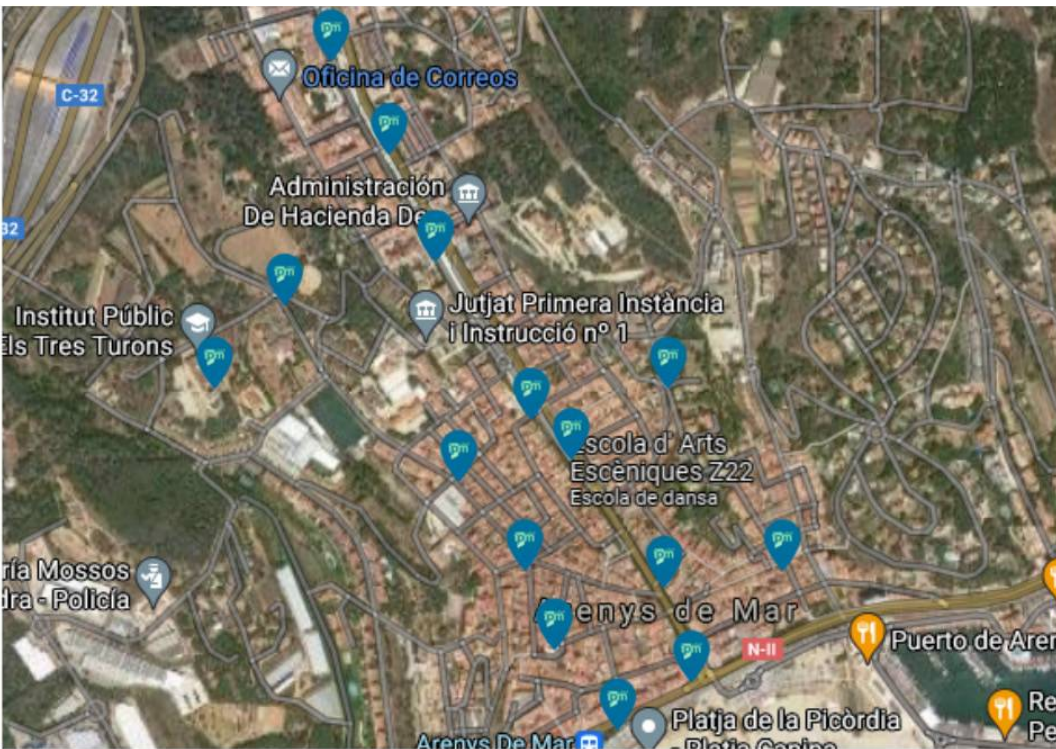
**Sant Pol de Mar**



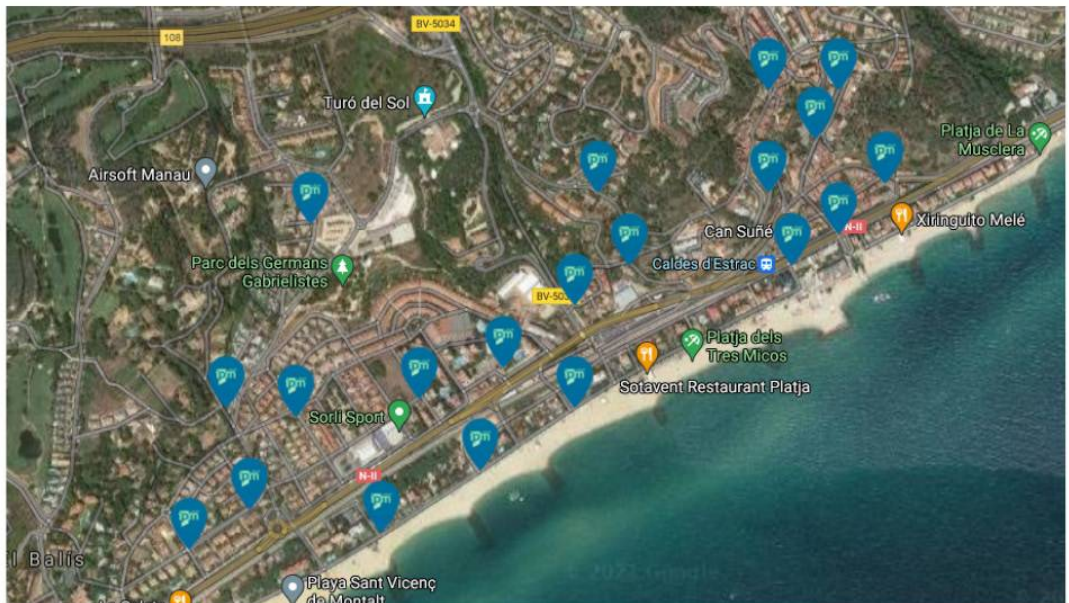
# Canet de Mar



# Arenys de Mar



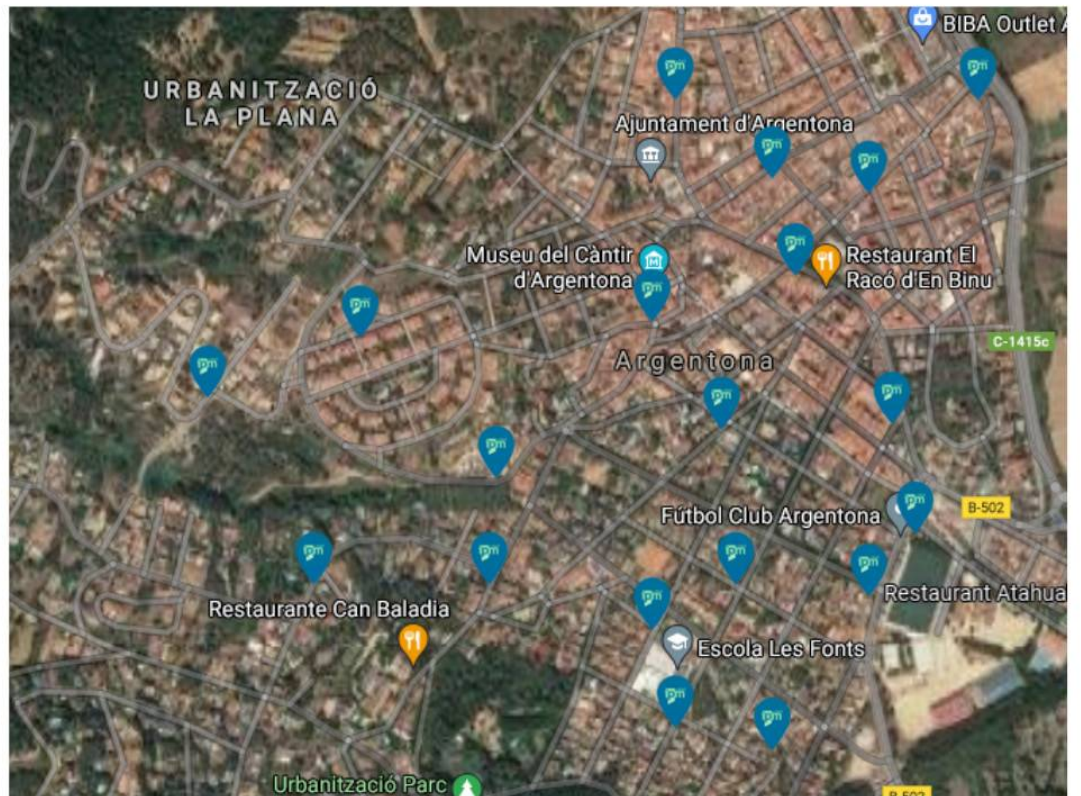
# Caldes d'Estrac







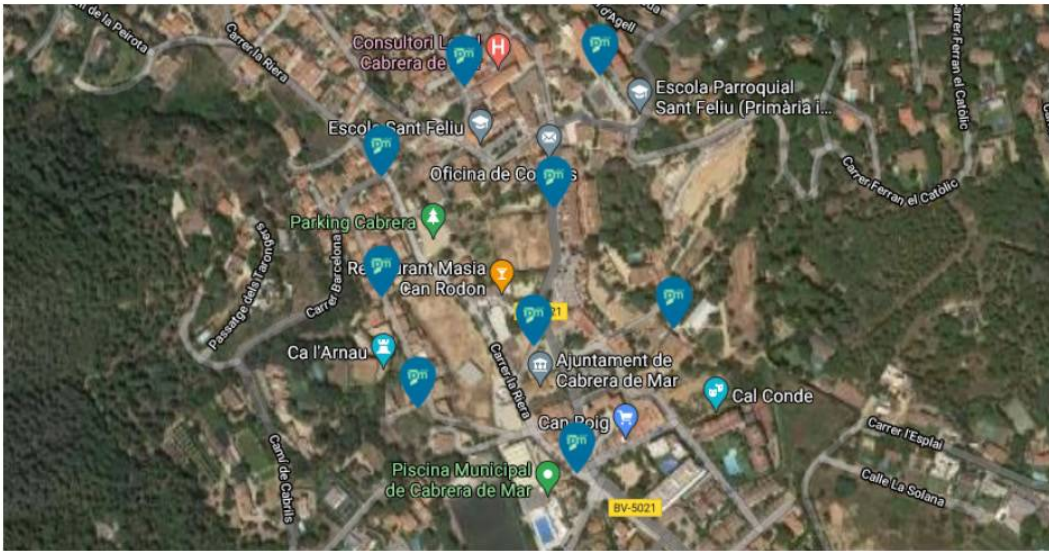
# Mataró



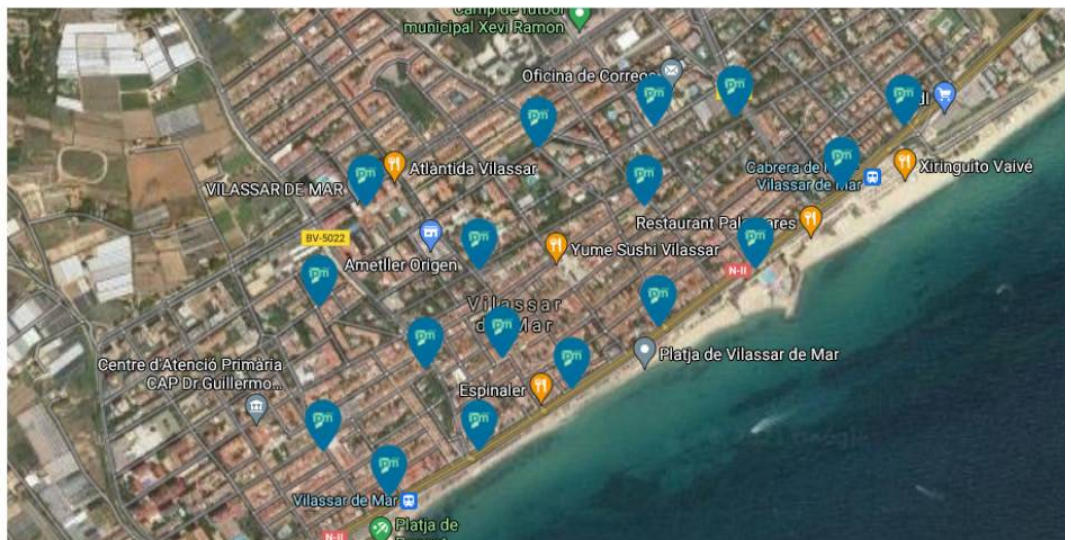
# Argentona



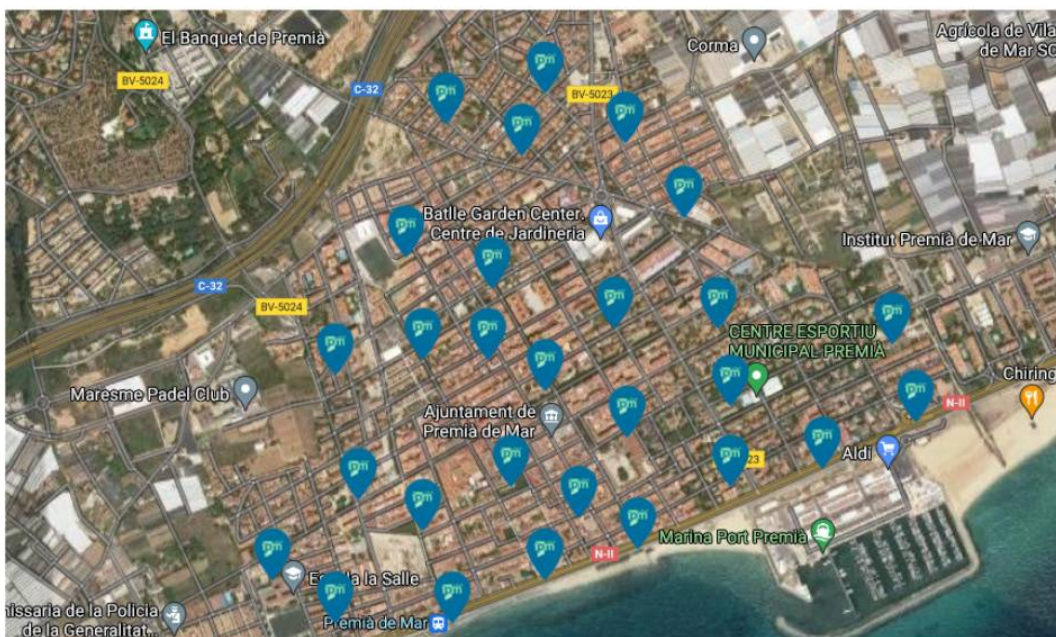
# Cabrera de Mar



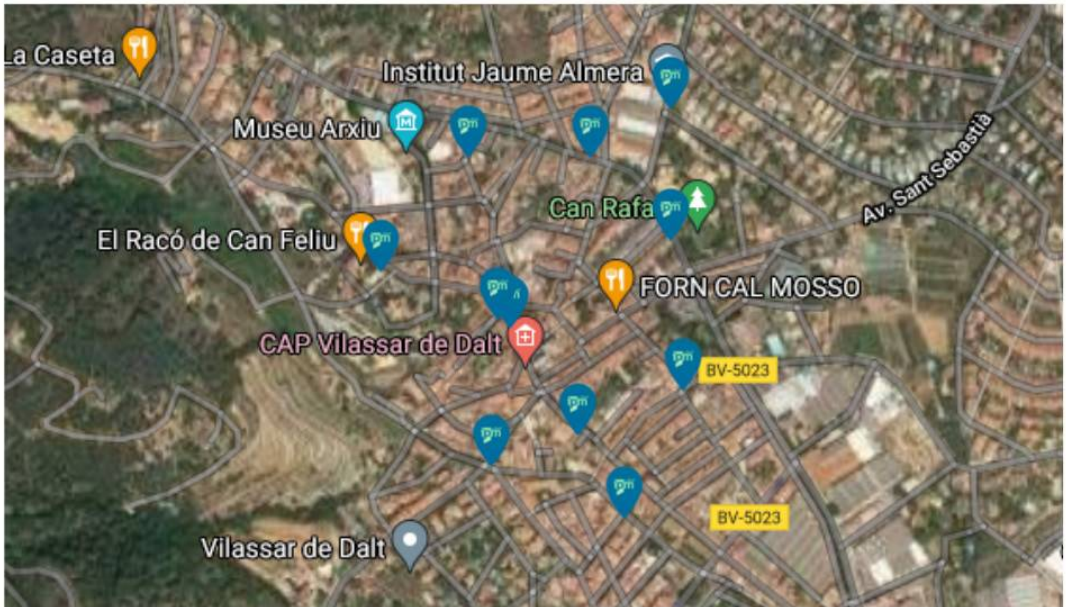
# Vilassar de Mar



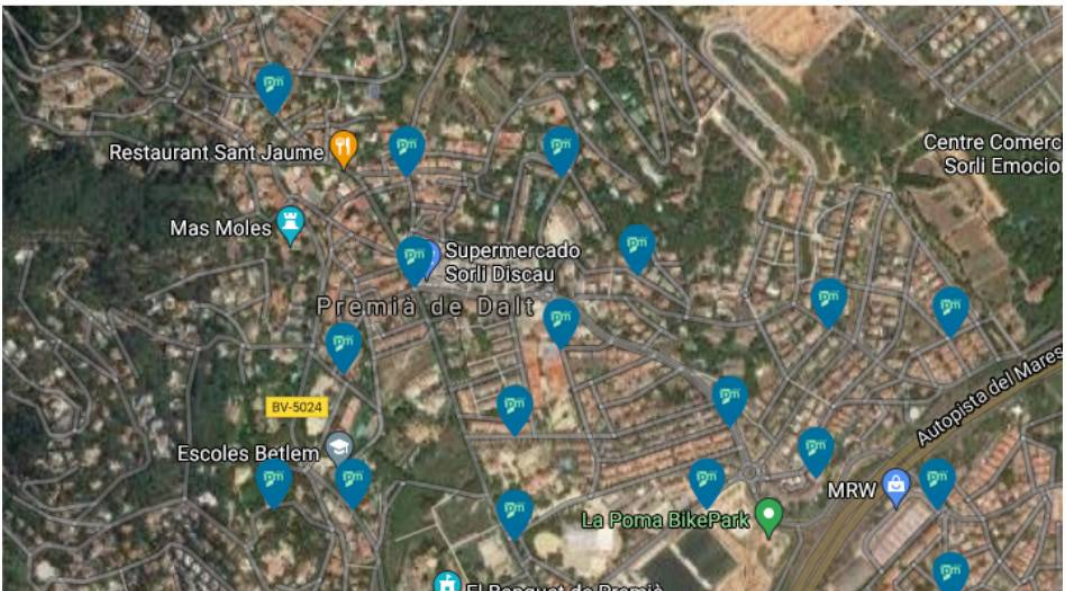
# Premià de Mar



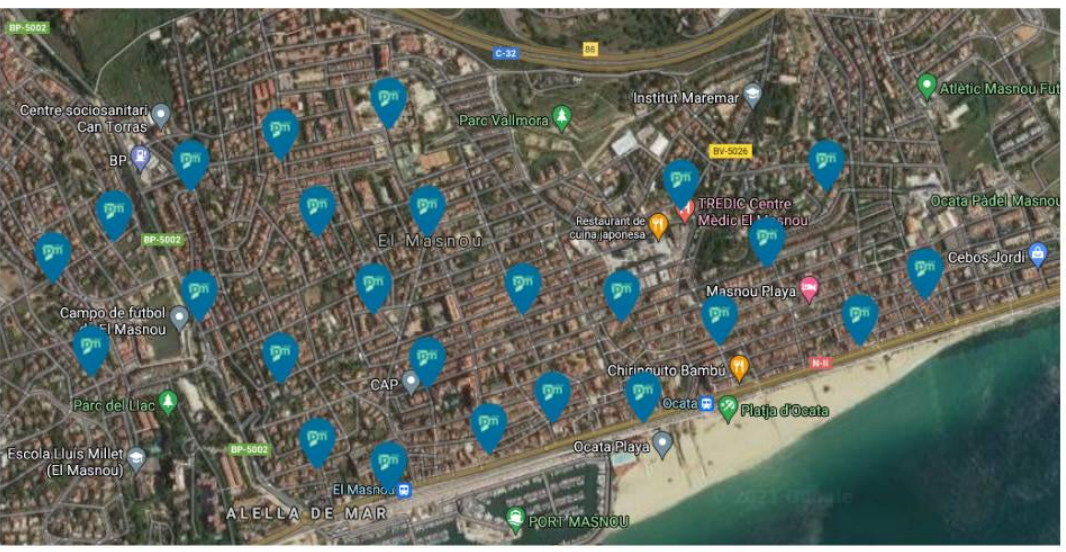




**Vilassar de Dalt**



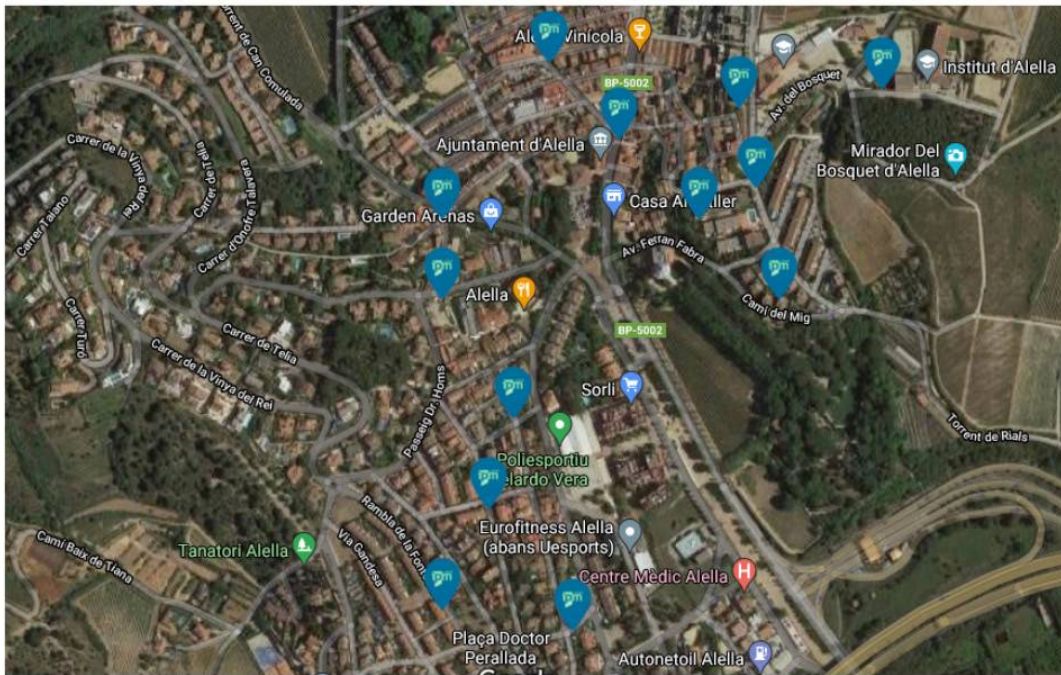
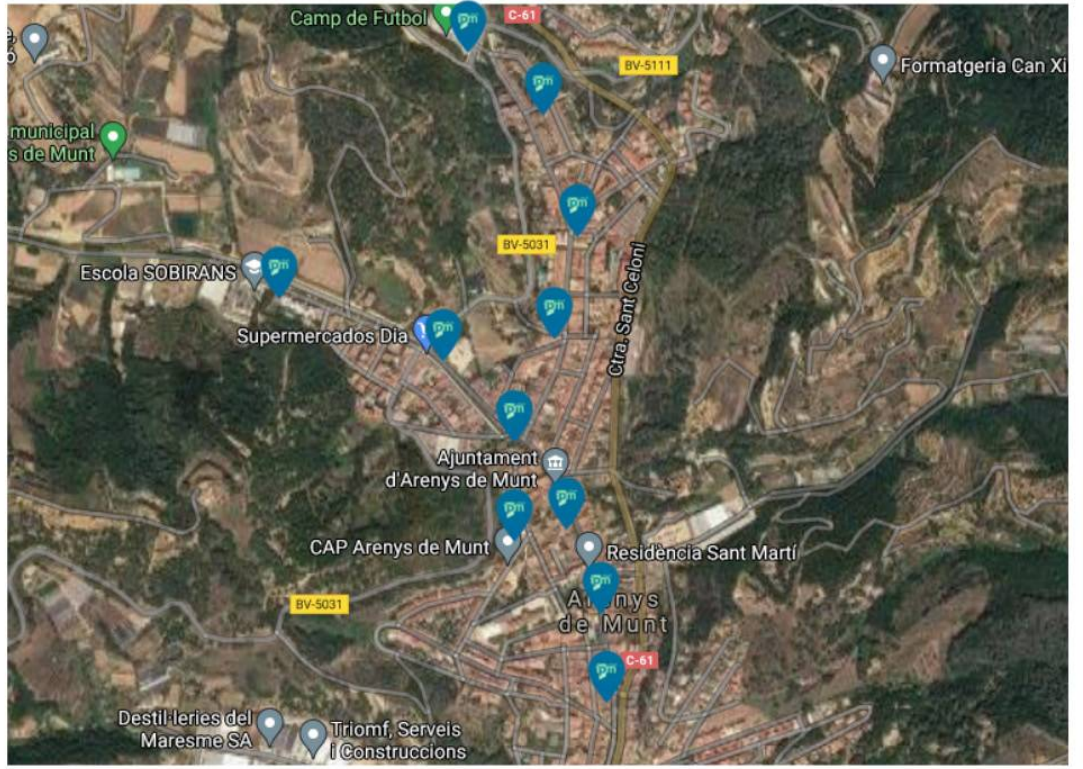
**Premià de Dalt**



**Masnou**



# Arenys de Munt



# Alella



# FILTRE D'INSTAGRAM

Hem creat un filtre d'Instagram del projecte per aconseguir una major visibilitat i més interacció de manera orgànica, ja que és un format que s'adapta totalment al nostre target.

Els resultats han sigut els següents:

## Efectos

Total



IPM Filtre  
Visible

1537

Impresiones

204

Veces que se  
ha abierto

88

Capturas



Compartir

## Estadísticas

Últimos 7 días

Últimos 28 días

Total

Impresiones

1537

Veces abierto

204

Capturas

88

Veces que se ha compartido

32

Impresiones

1537

Veces abierto

204

Capturas

88

Veces que se ha guardado

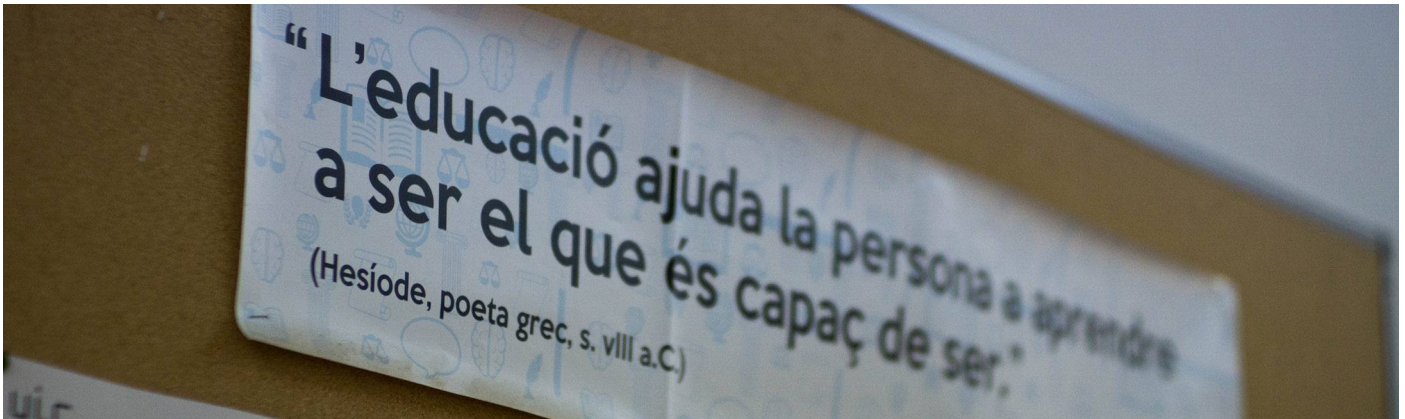
19

Veces que se ha compartido

32

# CONCLUSIONS

Hem pogut aconseguir que, com a mínim, dues empreses es sumin a l'FP Dual amb l'IPM.



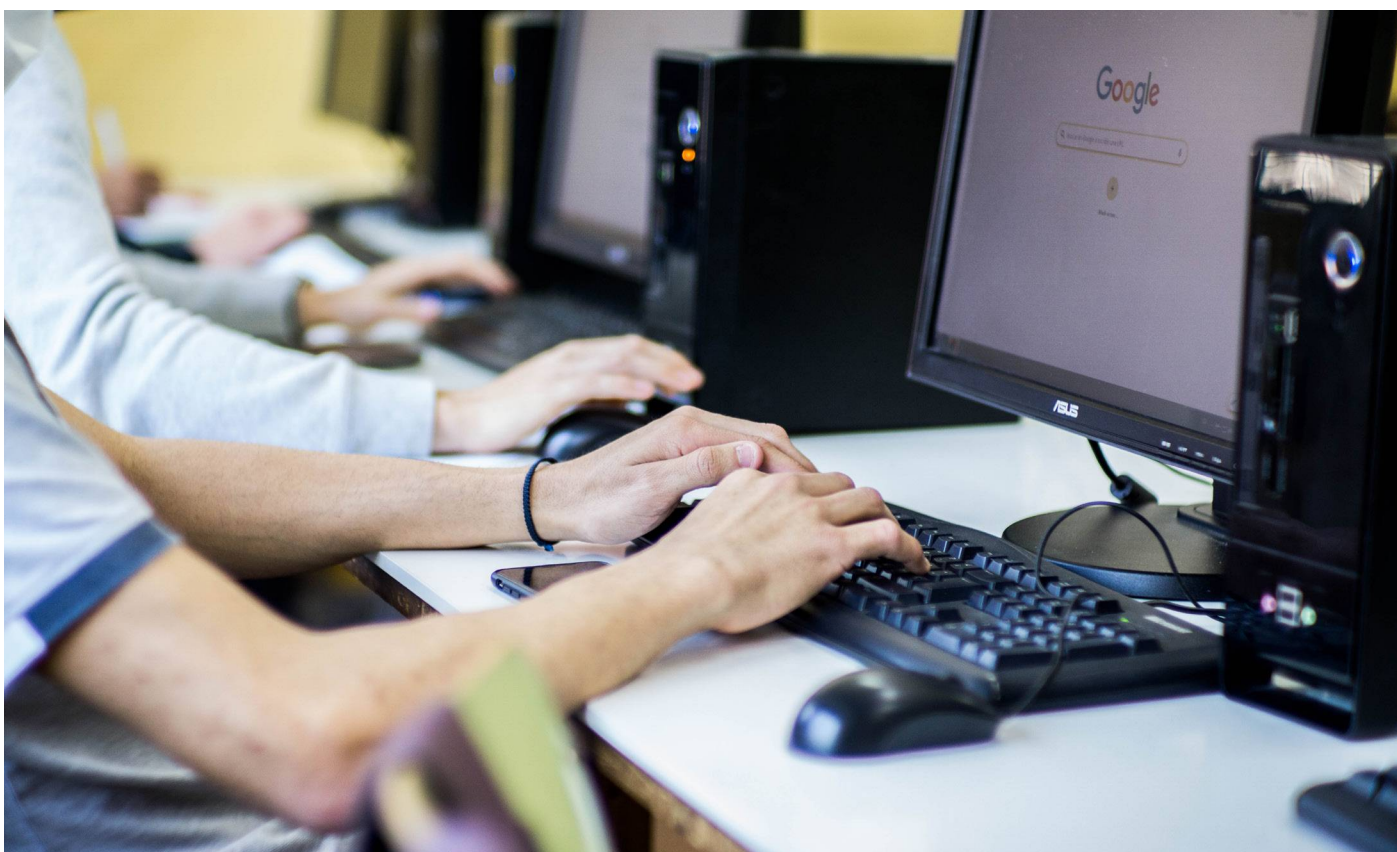
- Un cop analitzada la campanya, a curt termini podem observar que s'ha aconseguit una **audiència** rellevant pel que fa al nostre target.
- Des del centre ens han comunicat la incorporació d'almenys dues empreses a l'oferta d'FP Dual de l'institut.
- Les accions de màrqueting tradicional, com per exemple el telemàrqueting, han sigut realment efectives, encara que també han comportat una inversió més gran de temps.

**Una gran part de les empreses contactades s'han interessat per saber més de l'FP Dual.**

- Hem pogut confirmar que tant l'alumnat com les empreses estaven molt poc informades respecte a l'FP Dual i els seus avantatges.
- Una gran part de les empreses contactades s'ha interessat per l'FP Dual, tal i com es pot veure a les estadístiques de **MailChimp**.
- Clarament, Instagram ha sigut una gran eina d'impacte orgànic tant pel que fa a les empreses com a l'alumnat.

- Creiem que aquesta campanya ha contribuït a la captació d'empreses per part del centre, i que per tant, hem complert el nostre principal objectiu.
- A més, hem pogut observar de primera mà la dificultat real de realitzar una campanya i tot el que això comporta.

**Una vegada analitzats els resultats, podem concloure que hem complert un dels nostres objectius més importants: captar empreses que vulguin realitzar un conveni d'FP Dual amb l'IPM.**



# Dualitza't!

amb l'INS Premià de Mar