

El secreto del marketing educativo. El profesorado es la marca de la escuela.

Miquel Rossey

El producto que ofrece la escuela es la labor educativa, por lo que la reputación misma del centro pasa por la calidad del trabajo de su profesorado. De ahí que únicamente se pueda lograr alcanzar un proyecto educativo excelente si existe una cultura interna participativa y colaborativa, en la que cuente el criterio y el desarrollo personal de quienes han de sacarlo adelante.

La marca de la escuela no se reconoce solo por sus rasgos identificativos, sino, sobre todo, por las actuaciones alineadas del profesorado, que se traducen en el estilo propio del centro. La comunicación más relevante de una escuela la llevan a cabo los profesores y profesoras cada día en el aula y en las conversaciones con las familias. El tuétano de la marca de la escuela, su huella, se encuentra necesariamente en sus docentes.

Hablaremos a la dirección y también al profesorado de su papel insustituible para la reputación y el marketing de un colegio. Evitando el lenguaje *marketero*, abordaremos con tono didáctico temas clave para la humanización del branding y el marketing educativos:

- el papel del profesorado en la marca del centro,
- cómo la cultura corporativa de la escuela debe fomentar la participación y el crecimiento de docentes,
- un modelo de gestión y gobierno en la escuela basado en conversaciones personales...
- el desarrollo de la marca personal del docente,
- la atención a las familias y la relación interpersonal,
- la comunicación en público con las familias.

Miquel Rossey es filólogo y diseñador gráfico. Durante más de 20 años ha compaginado la docencia en bachillerato y secundaria con la gestión de marcas escolares, la comunicación y el marketing de colegios. Esto le ha ofrecido el conocimiento profundo de las particularidades del marketing educativo. Acaba de publicar en la colección Santillana Activa *El secreto del marketing educativo. El profesorado es la marca de la escuela.*