emBlue

EMBLUE PARA EDUCACIÓN · CÓMO FUNCIONA

COMUNICACIÓN CON ALUMNOS

Lo que cada alumno necesita saber, a tiempo, de la bienvenida a la comunidad de egresados.

Un alumno recibe avisos de muchas áreas: académica, tesorería, eventos, campus. Esta guía muestra cómo el área de comunicación con alumnos los convierte en una relación que lo acompaña durante la carrera y sigue después del título: qué resultados buscar, cómo funciona emBlue, qué conectar y por dónde empezar.

Un buen comienzo **Alumnos que permanecen** **Egresados que vuelven**

01 La pregunta y los resultados
02 Cómo funciona
03 La vida del alumno, recorrido por recorrido
04 Del primer día al encuentro de egresados
05 Qué sistemas conectar
06 Por dónde empezar
07 Cómo medimos el impacto

01 · LA PREGUNTA Y LOS RESULTADOS

¿Cómo haces que un alumno se sienta parte de la institución y no solo destinatario de avisos?

Si el único contacto es la cuota y la fecha del examen, la universidad se vive como un trámite. Comunicación con alumnos hace visible todo lo que la institución ofrece durante la carrera, coordina los mensajes de cada área y mantiene el vínculo después del título.

Un buen comienzo

Bienvenida, campus virtual, calendario y a quién preguntar, para que el primer cuatrimestre no se pierda en dudas.

CÓMO SE MIDE

Ingreso al campus. Bajas del primer cuatrimestre.

Alumnos que permanecen

Inscripciones, exámenes, vencimientos y notas a tiempo, y eventos que lo conectan con su comunidad.

CÓMO SE MIDE

Bajas del primer año. Pagos en término. Asistencia a eventos.

Egresados que vuelven

Una comunidad que sigue conectada, con encuentros, ofertas laborales y posgrados según su carrera.

CÓMO SE MIDE

Egresados activos. Inscripciones a posgrado.

Avisos y relación se miden por separado

Aviso a tiempo	Un vencimiento, una fecha de examen, una nota publicada. Se mide si llegó a tiempo y si el alumno hizo lo que tenía que hacer.
Relación	Eventos, comunidad, posgrado. Se mide por participación y permanencia.
Por qué importa	Un alumno puede pagar todas las cuotas a tiempo y dejar la carrera en segundo año. Si solo se miran los avisos, se pierde la mitad de la historia.

Por qué el comienzo pesa

35x más probabilidades de vivir una gran experiencia universitaria tienen los estudiantes que tuvieron una gran experiencia de bienvenida (onboarding).

Fuente: Salesforce, Connected Student Report, tercera edición (6 de octubre de 2022), encuesta a estudiantes, principalmente de Estados Unidos. Sirve como referencia: muestra una asociación, no el efecto de implementar una plataforma, y no representa a Latinoamérica.

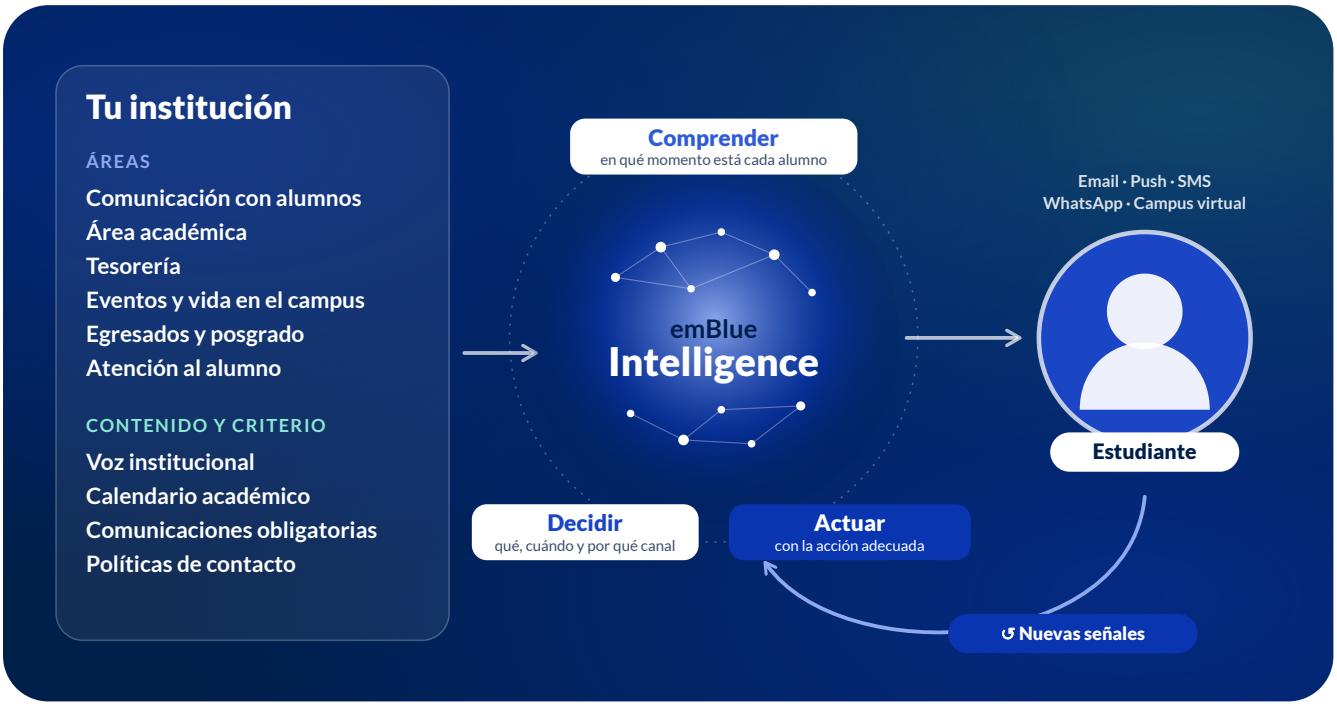
Metas que se acuerdan, no que se prometen

Cada indicador se mide primero contra la línea base de tu institución. Beneficio complementario: información clara a tiempo también reduce las consultas evitables a secretaría y tesorería.

02 · CÓMO FUNCIONA

Lo que sabe tu institución, convertido en el mensaje adecuado para cada alumno.

emBlue combina tres conocimientos de tu institución para comprender, decidir y actuar con los datos, las reglas, los journeys y la IA que configura tu equipo.



GENÉTICA

La voz institucional, el calendario académico, qué comunicaciones son obligatorias, las reglas de frecuencia de cada área y cuándo interviene una persona.

MEMORIA

Su carrera y su año, las materias en curso, quién paga la cuota, su canal preferido, su consentimiento por canal y los eventos a los que fue.

CONTEXTO

La inscripción a materias abierta, un vencimiento próximo, una nota publicada, un pago registrado, un reclamo abierto o el egreso.

CONTEXTO Se abre la inscripción a materias del segundo cuatrimestre.

MEMORIA Cursa primer año de Sistemas. Prefiere push.

GENÉTICA Un aviso de apertura y un recordatorio antes del cierre.

→ **Avisar la apertura y la fecha de cierre**

CONTEXTO Se registró el pago de la cuota de abril.

MEMORIA La cuota la paga su familia. Tomás prefiere SMS.

GENÉTICA Un pago registrado frena los recordatorios.

→ **Confirmar el pago y frenar los recordatorios**

emBlue comunica lo que registran tus sistemas. No califica, no define aranceles ni decide la situación académica de un alumno.

Seis recorridos, del primer día al posgrado, cada uno con su objetivo y sus métricas.

Se comunica cada hito relevante, no cada movimiento. Cada uno tiene un canal principal entre los que el alumno habilitó, una alternativa si la entrega falla y una métrica.

RECORRIDO	QUÉ RECIBE EL ALUMNO	OBJETIVO	MÉTRICAS
1 · Bienvenida e inicio de clases	Campus virtual, calendario, horarios y a quién preguntar.	Un buen comienzo y menos bajas tempranas.	Ingreso al campus. Bajas del primer cuatrimestre.
2 · Inscripción a materias y exámenes	La apertura, un recordatorio antes del cierre y la confirmación de cada inscripción.	Que nadie pierda una fecha.	Inscripciones en término. Consultas a secretaría.
3 · Aranceles y pagos	El vencimiento, la confirmación del pago y el fin de los recordatorios cuando se registra.	Pagos en término sin saturar.	Pagos en término. Consultas a tesorería.
4 · Notas y avisos del campus	La publicación de notas y los cambios de aula, horario o fecha, por el canal que usa.	Información a tiempo, sin consultas.	Avisos leídos. Consultas evitadas.
5 · Eventos y vida universitaria	Invitaciones a los eventos de su carrera y del campus.	Que se sienta parte de la comunidad.	Asistencia a eventos.
6 · Egresados y posgrado	Encuentros, ofertas laborales y los posgrados que tienen sentido para su carrera.	Mantener el vínculo y crecer en posgrado.	Egresados activos. Inscripciones a posgrado.

Reglas que cuidan la relación

- Las comunicaciones académicas obligatorias se mantienen siempre.
- Las propuestas comerciales se pausan si hay un reclamo o una deuda en gestión.
- Reglas de frecuencia entre áreas, para que académica, tesorería y eventos no se superpongan.
- Solo canales con consentimiento y dentro del horario de contacto.

Alumno, familia y pagador

Una misma persona puede ser alumno de grado y, años después, egresado y alumno de posgrado. Si la cuota la paga su familia, los avisos de pago llegan a quien paga y los académicos al alumno, según lo que defina la institución. Un alumno con dos carreras recibe sus mensajes coordinados, sin duplicar avisos.

El primer año de Tomás en la universidad. Y lo que pasa después del título.

La Universidad del Litoral Sur es una institución ficticia. Cada paso deja una señal que la institución usa en el siguiente. Los servicios del ejemplo dependen de cada institución.

Marzo	**Empieza con todo a mano** Recibe la bienvenida: su usuario del campus virtual ya está activo y las clases empiezan el lunes 9.	SEÑAL Ingresó al campus.
Marzo	**Va a su primer evento** Una invitación por push a la jornada de bienvenida de Sistemas.	SEÑAL Asistió al evento.
Abril	**Paga la primera cuota** Su familia recibe el aviso de vencimiento. Cuando el pago se registra, Tomás recibe la confirmación y los recordatorios se frenan.	SEÑAL Pago en término.
Junio	**Se inscribe a los exámenes** El aviso de apertura y un recordatorio dos días antes del cierre, con fecha y aula.	SEÑAL Se inscribió a tiempo.
Julio	**Ve sus notas** “Análisis Matemático I: aprobada”, apenas se publica, con el detalle en el campus.	SEÑAL Consultó el detalle.
Agosto	**Tiene una consulta en tesorería** Mientras está abierta, las propuestas de cursos esperan. Los avisos académicos siguen.	SEÑAL Consulta resuelta.
Egreso	**Sigue en la comunidad** Lo invitan al encuentro anual de egresados de Sistemas y le presentan la nueva Maestría en Datos.	SEÑAL Confirmó asistencia. Interés en posgrado.

Qué cambia para comunicación con alumnos

Ninguno de estos mensajes es una campaña masiva. Cada uno se activa por un hecho concreto (el alta en el campus, un vencimiento, una nota publicada, el egreso) y respeta las reglas que define tu equipo. Las áreas dejan de enviar cada una por su lado: Tomás recibe una sola conversación con la institución.

Las fuentes que hacen posible cada recorrido y con qué frecuencia actualizarlas.

SISTEMA DE LA INSTITUCIÓN	QUÉ APORTA	CAPA	RECORRIDOS QUE HABILITA	ACTUALIZACIÓN REQUERIDA
Sistema académico	Carrera, año, materias, inscripciones, fechas de examen, notas publicadas, egreso	MEMORIA CONTEXTO	Inscripciones, notas y avisos, egresados	En minutos Notas e inscripciones. Padrón completo: diaria.
Tesorería y medios de pago	Vencimientos, pagos registrados, quién paga	CONTEXTO MEMORIA	Aranceles y pagos	En minutos Un pago registrado frena los recordatorios.
Preferencias y consentimientos	Consentimiento por canal, canal preferido, horario de contacto	MEMORIA	Todos	Inmediata La política para respetarlos es Genética.
Campus virtual y app	Alta e ingresos al campus, permisos de push, cambios de aula u horario	CONTEXTO	Bienvenida, avisos del campus	En minutos
Eventos y vida universitaria	Eventos publicados, inscripciones y asistencia	CONTEXTO MEMORIA	Eventos y vida universitaria	Diaria Asistencia: en minutos si se informa.
CRM de admisiones	Historia previa al ingreso, carrera elegida	MEMORIA	Bienvenida	Diaria
Egresados y posgrado	Egresados, intereses declarados, inscripciones a posgrado	MEMORIA	Egresados y posgrado	Diaria
Atención al alumno Otra fuente para ajustar	Consultas y reclamos abiertos, deuda en gestión	CONTEXTO	Pausar propuestas, derivar a una persona	Inmediata Un reclamo abierto cambia lo que corresponde decir.

Inmediata: segundos después del evento. En minutos: dentro del SLA acordado. Diaria: actualización por lotes. La frecuencia final se acuerda con la institución. Los datos llegan a emBlue mediante integraciones, conectores de Data Lab y API.

06 · POR DÓNDE EMPEZAR

El primer recorrido sale de tu objetivo y de los datos que ya tienes.

No hay una secuencia única. Elige el objetivo que más pesa este año, empieza con un piloto que use datos disponibles y mide desde el primer día.

SI TU OBJETIVO ES...	EMPIEZA POR	DATOS NECESARIOS	MÉTRICA PRINCIPAL
Mejorar el comienzo	Bienvenida e inicio de clases	Ingresantes del CRM de admisiones, alta en el campus, consentimiento	Ingreso al campus. Bajas del primer cuatrimestre.
Pagos en término	Aranceles y pagos	Vencimientos, pagos y pagador; reclamos abiertos	Pagos en término. Consultas a tesorería.
Menos consultas a secretaría	Inscripciones, notas y avisos	Sistema académico, campus virtual	Inscripciones en término. Consultas evitadas.
Más comunidad	Eventos y vida universitaria	Eventos publicados, carrera, asistencia	Asistencia a eventos.
Crecer en posgrado	Egresados y posgrado	Base de egresados, intereses declarados	Egresados activos. Inscripciones a posgrado.

Lo que define tu equipo

- Qué comunicaciones son obligatorias y cuáles no.
- La voz y el objetivo de cada recorrido.
- Las prioridades y la frecuencia entre áreas.
- Cuándo interviene una persona.

Cómo crece desde ahí

Cada recorrido nuevo reutiliza los datos ya conectados y suma solo las fuentes que le faltan.

Evento → **Enviado** → **Entregado** → **Acción**

Cada comunicación queda registrada en la historia del alumno.

Cuando algo falla

Errores de entrega. Se registran y activan el canal alternativo definido para ese aviso.

Exceso de mensajes. Las reglas de frecuencia y las bajas de suscripción se revisan en cada recorrido.

Eventos duplicados. Una nota que se publica dos veces no genera dos mensajes.

Registro. Atención al alumno ve qué se le comunicó y cuándo.

07 · CÓMO MEDIMOS EL IMPACTO

Línea base, grupo comparable y permanencia, no solo avisos enviados.

El aporte de cada recorrido se demuestra comparando lo que pasó con lo que habría pasado sin él.

Línea base primero

Mide cada indicador antes de empezar: ingreso al campus, bajas del primer año, pagos en término, consultas, asistencia a eventos e inscripciones a posgrado.

Un grupo comparable

Cuando corresponde, un grupo similar sigue con la comunicación habitual. Ambos reciben todas las comunicaciones académicas obligatorias.

Comparar lo comparable

Separa por carrera, modalidad, año de cursada y becas. Esas diferencias pueden explicar la permanencia tanto o más que la comunicación.

Resultado antes que actividad

Aperturas y clics sirven para ajustar mensajes. El resultado es un alumno que se inscribe a tiempo, paga en término y sigue cursando. Mide también las bajas de suscripción.

Puntos porcentuales y variación relativa

80% → 82% de pagos en término es una mejora de **+2 puntos porcentuales**.

20% → 18% de pagos fuera de término es una reducción de **10% relativo**.

Ejemplo para explicar la diferencia, no una meta. Conviene informar ambas formas y aclarar cuál se usa.

Una relación que empieza con una consulta y no termina con el título.

Habla con un especialista