

La plataforma online Novakid sigue sumando usuarios y añade nuevas características

La escuela de idiomas digital cerró el ejercicio 2021 con más de 500.000 alumnos distribuidos en 49 países, y habiendo cursado alrededor de 2,4 millones de clases. Se corrobora la consolidación de las ed-tech como herramientas adicionales a la enseñanza convencional. La escuela de inglés digital propone cambios y adaptaciones significativas para asegurar el uso correcto i satisfactorio para todos los usuarios y seguir promoviendo el estudio de esta lengua

Novakid, líder europeo en el segmento de la enseñanza del inglés como segundo idioma (ESL), cerró el 2021 con un aumento significativo en su base de usuarios. El año pasado, la empresa EdTech se expandió a nuevos mercados en el Este y el Norte de Europa, así como en Asia, además ha consolidado su posición en los países europeos y de oriente medio. Además, Novakid también lanzó el primer universo de juegos educativos en línea del mercado.

En su quinto año, el cuarto operando en España, Novakid tiene más de 500.000 clientes en su base de usuarios en los 49 países en los que está presente, 70.000 de los cuales son activos. Europa constituye el 80% de la cartera de la compañía con el mayor crecimiento en Italia, Francia y Alemania. Oriente Medio representa el 12% de la base de clientes de Novakid, y las regiones de Asia y del Pacífico representan el 8%. Durante el 2021, más de 2,4 millones de clases fueron impartidas por profesores de Novakid, más del doble del total de en 2020. Además, en 2021, Novakid ha sido reconocida como la escuela de inglés en línea número uno para niños en Europa por J'son & Partners.

"En muchos sentidos, 2021 se convirtió en el año decisivo para la industria de EdTech en los segmentos K-12 y Desarrollo Temprano. La educación en línea y el aprendizaje híbrido representan el futuro y nosotros hacemos que las familias estén listas para ello mediante la introducción de nuevas tecnologías de evaluación basadas en la IA. Aplicamos la gamificación y la tecnología VR para garantizar que las lecciones de inglés sean aún más personalizadas y atractivas para cada uno de nuestros estudiantes. Sin embargo, la confianza que nuestras familias depositan en nosotros y en los éxitos de nuestros estudiantes son nuestros logros más importantes de 2021", dijo Max Azarov, CEO de Novakid.

Aprender inglés es una tendencia creciente en todo el mundo, y empezar a una edad temprana asegura una mejor adquisición de habilidades lingüísticas cruciales para los niños y para el mundo en el que vivirán. Por eso la misión de Novakid en 2022 es seguir fomentando la comunicación sin fronteras para el futuro. Con el objetivo de seguir ofreciendo la misma calidad de enseñanza, Novakid está implementando unas adaptaciones y cambios en la plataforma y los contenidos.

Producto: Optimización de la infraestructura de IT

Durante 2021, la base de usuarios de Novakid creció de media un 15% cada mes, lo que llevó a la optimización de la infraestructura de IT para permitir que la plataforma aumente significativamente su

capacidad de procesamiento de datos. El equilibrio entre la carga de la plataforma del usuario y el software de la marca garantiza la calidad de la conexión entre el profesor y el estudiante, independientemente de su ubicación. En hora punta, la plataforma ha llegado a acoger 1.200 lecciones simultáneamente y más de 5.000 horas de videoconferencias se procesaron diariamente en la plataforma.

Novakid Game World: Un nuevo programa de inglés basado en la gamificación

En diciembre de 2021, Novakid lanzó el primer producto de la industria del ESL que proporciona a los estudiantes entre 4 y 12 años todo un "universo" de herramientas de aprendizaje de idiomas que combinan el enriquecimiento intelectual con el entretenimiento. Novakid Game World (NGW) es un entorno de aprendizaje basado en cuentos con historias cómicas animadas, lecciones individuales de inglés, minijuegos y actividades para hacer los deberes. Más de 82.500 estudiantes ya se han unido a Novakid Game World y a su primer universo de juegos virtuales, Magic Academy.

Cambio de marca: Inglés a la velocidad del cohete

En noviembre de 2021, Novakid presentó su nueva identidad corporativa, desarrollada en cooperación con BBDO/Proximity. El cambio de marca refleja que el crecimiento de la empresa está impulsado por el éxito de los estudiantes. El icono del cohete en el logotipo de la compañía representa la oportunidad de estudiar el idioma inglés a la velocidad del cohete. Los iconos del parque infantil representan el hecho de que los niños de todo el mundo pueden jugar y aprender al mismo tiempo. La misión de la compañía de reinventar el aprendizaje del inglés para niños y familias de todo el mundo en inglés como segundo idioma (ESL) ahora está representada por el nuevo lema – ‘The Right Place to Start’.

Planes para 2022: Soluciones innovadoras y nuevas regiones

El desarrollo de contenidos educativos innovadores y de calidad para aprender inglés es el objetivo principal de Novakid para 2022. La marca planea lanzar juegos de aprendizaje de entrenamiento de habla y mejorar el trabajo en equipo entre los estudiantes a través de interacciones significativas a través del modo multijugador en Novakid Game World. Se están implementando soluciones de voz a texto y software de reconocimiento de emociones para hacer que el análisis dentro de la lección sea más avanzado.

Para este 2022, Novakid tiene como objetivos, además de ganar posiciones en nuevos mercados, fortalecer las posiciones en los mercados actuales mejorando las cualificaciones de los docentes, desarrollando contenidos y manteniendo una alta calidad de servicio al cliente es una prioridad para este año.

Datos de contacto:

Marga Vidal
620065754

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Bricolaje](#) [Finanzas](#) [Telecomunicaciones](#) [Educación](#) [Marketing](#) [Juegos](#) [E-Commerce](#) [Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>