

Continúa el crecimiento en la demanda de la FP a pesar del 5% de ralentización del mercado de formación

[Multimedia](#)

La ralentización en 5% del mercado de la formación en España este 2024, el incremento de un 25% en los costes de las campañas de pago en las plataformas de Meta, el crecimiento sostenido de la demanda de la Formación Profesional (FP), así como los nuevos patrones de búsqueda que impulsan a los centros de formación a invertir en reputación de marca, fueron algunos de los temas que marcaron la agenda de IX edición de las Jornadas Profesionales que organizó el recomendador de formación, Emagister

Con la asistencia de más de 600 representantes de Centros de Formación, Escuelas de Negocios y Universidades públicas y privadas de toda España, se llevó a cabo en Madrid y Barcelona, el mayor encuentro anual de los profesionales del marketing online para el sector de la formación.

Durante las jornadas en las que participaron experto de Google, Meta, Educaedu, Scire Marketing, Hamilton FSO y Educaweb se dieron a conocer los últimos datos de oferta y demanda del mercado, se abordaron las nuevas oportunidades surgidas con la incorporación de la inteligencia artificial en el ciclo comercial y se presentaron las tendencias que se esperan en el sector de cara al 2025.

Ferran Ferrer, Ceo de Emagister resaltó la necesidad de que los centros de formación trabajen estrategias de reputación de marca para mostrar el valor diferencial que tienen frente a sus competidores y así adaptarse a los nuevos patrones de búsqueda de los usuarios.

"Los nuevos usuarios ahora evalúan las opiniones, la cantidad y la calidad de información que le aporta un centro de formación sobre el programa en el que quieren matricularse. Los usuarios comparan más que antes". Ferrer detalló que un curso que tiene el contenido bien trabajado multiplica por tres sus ratios de matriculación.

"Hay que tener presencia en la mayor cantidad de espacios en los que están los competidores y sobre todo en los espacios donde busca información el usuario. Hay que estar allí con contenido de calidad. En ese sentido, aprovechó la oportunidad para recordar los partners con los que cuenta Emagister entre los que destacan: Infojobs, El País, La Vanguardia, Iagora y su aporte en la relevancia, notoriedad y reputación de la marca.

Por su parte, Fernando Bacaicoa, CEO del Grupo EducaEdu alertó sobre la ralentización del mercado acentuada después del verano, la marcada concentración que beneficia a los grandes competidores, que son los que pueden invertir más en herramientas de análisis y en campañas de marketing. Del mismo modo, destacó los cambios y oportunidades en algunos segmentos del sector "la formación no reglada ha caído un 17%, mientras que la demanda de la FP y los masters online no oficiales siguen creciendo".

Bacaicoa también mencionó el aumento en las búsquedas de marca que hacen los usuarios: "hemos pasado de un 12,5% a un 15% en solo un año. Los usuarios buscan lo que quieren estudiar, pero también empiezan a buscar directamente donde quieren estudiar".
