

# Estrategia



# ESTRATEGIA GOOGLE SCHOOL

## ÍNDICE



1. La marca
2. Público objetivo
3. Ventaja competitiva
4. Posicionamiento
5. Misión y visión
6. Valores

# 1. LA MARCA



**Google School** se presenta como la primera herramienta creada para hacer llegar la educación digital a todo el mundo.



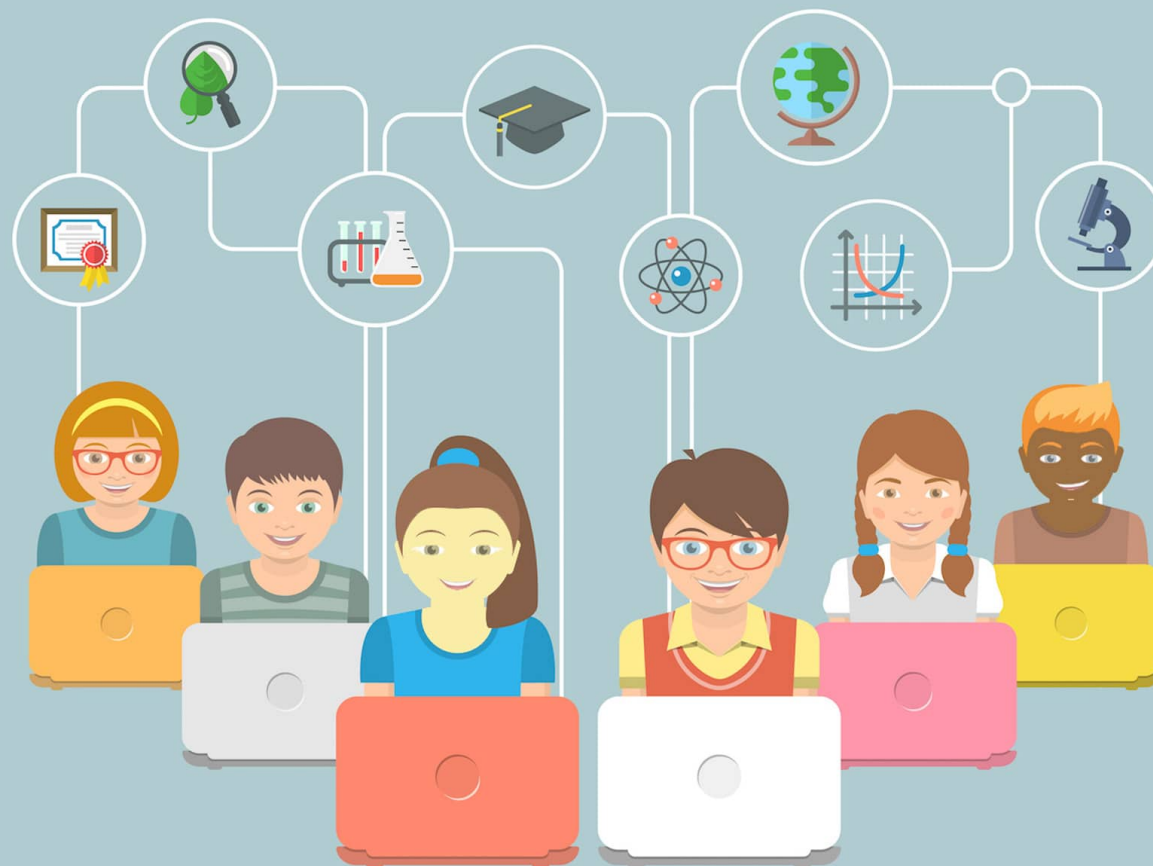
## 2. PÚBLICO OBJETIVO

Una vez desarrollado el público objetivo por edades, concretamos al principal, cuya necesidad educativa ha servido de motivación para crear Google School:

### **Países en vías de desarrollo**

### 3. VENTAJA COMPETITIVA

Pioneros en crear una educación digital global





## 4. POSICIONAMIENTO

Centro de formación digital  
de calidad, global y gratuito



## 5. MISIÓN Y VISIÓN



### Misión

Facilitar y acercar uno de los principales Derechos Humanos a todo el mundo: **la educación.**

### Visión

Conectar a todos los hombres y mujeres de la Tierra mediante la educación, con el fin de reducir las tasas de absentismo escolar, de violencia y de robos a nivel global.



### Cooperación

Ponemos en manos del mundo la posibilidad de aprender y de enseñar entre todos.

### Educación

Estamos seguros de que este valor es la base del respeto necesario para vivir en sociedad.

### Globalización

Hace referencia tanto a la comodidad de aprender o enseñar desde casa como a la posibilidad de unir a usuarios que están a miles de kilómetros.