



Mercado

El idioma inglés es el más hablado a nivel mundial, y lo que es un hecho sin precedentes es que el número de personas que lo hablan como segundo idioma supera al de las que lo tienen como lengua materna.

En el mundo globalizado de hoy, el inglés se ha convertido en el idioma universal, el que se utiliza para hacer negocios en cualquier parte del orbe, así como para darse a entender.

De esta manera, el mercado de Harmon Hall está compuesto por personas que buscan integrarse a esta globalización, para alcanzar así un mejor futuro... Ya sea por negocios, estudios o simplemente para poder comunicarse, el inglés es una herramienta vital en la actualidad.

Para cubrir este mercado, Harmon Hall cuenta con 97 centros de enseñanza en México, que atienden a 70,000 clientes nuevos cada año y mantienen un promedio mensual de 40,000 alumnos.

Logros

Para Harmon Hall su mayor logro es el ganarse constantemente la confianza que todos sus alumnos tienen en su metodología, y el apreciar la satisfacción de sus miles de egresados anuales, quienes invariablemente consiguen superarse gracias al dominio del inglés, tanto laboralmente como en otros ámbitos.

Lo que ha hecho posible estos logros es la dedicación de su departamento académico y la fortaleza de su personal en cada una de sus sucursales, que están presentes en 52 ciudades de 31 estados de la República Mexicana, Distrito Federal incluido.

Harmon Hall siempre se ha mantenido firme en su objetivo de estar a la vanguardia: a principios de los 70 se apoyaba en la utilización de laboratorios de idiomas y audio cassettes, en los 80 incorporó video y para los 90 instaló computadoras con CD-ROM. Ya en el presente siglo ha desarrollado un novedoso sistema de enseñanza y evaluación en línea, con lo que ha logra-



do permanecer a la cabeza del mercado.

Por otro lado, en el 2002 Harmon Hall lanzó The HUB (thuhub.harmonhall.com), el primer portal gratuito para toda la comunidad interesada en ESL (English as a Second Language). Este esfuerzo es parte de su estrategia de satisfacción al cliente a través de valores agregados de la marca.

Y en el 2005 presentó un sistema de análisis y evaluación de sus cursos en la convención anual de TESOL (Teachers of English to Speakers of Other Languages), que es la comunidad de maestros de inglés para hablantes de otros idiomas a nivel mundial.

Algo que también enorgullece a Harmon Hall es que sus campañas publicitarias han sido reconocidas en diferentes entregas de premios a nivel nacional e internacional.

Historia

Harmon Hall fue fundada en 1966 por un grupo de amigos y familiares que decidieron unir esfuerzos para abrir una escuela de inglés, la cual inauguraron en la calle Río Mixcoac de la Ciudad de México.

El negocio no marchó muy bien durante sus primeros años de operación, y para 1971 la situación llegó a un extremo crítico, en el que fue necesaria una nueva inversión para subsistir, además de una completa reestructuración, con nuevas ideas y una dirección formal.

En aquellos momentos difíciles fue cuando llegó su actual presidente, Gerardo Alarcón O'Farrill, quien tomó las riendas de la compañía y la sacó adelante gracias a su gran experiencia, obtenida como representante de América Latina en Litton Publishing Company, con sede en Nueva York. Así, implementó nuevas

formas de operar, con una visión enfocada al crecimiento, y Harmon Hall salió del atolladero.

El campo de influencia de Harmon Hall se fue expandiendo paulatinamente en la Ciudad de México, apoyándose en medios de comunicación masivos como la televisión y la radio, a través de las cuales se fue posicionando no sólo como una marca líder en la enseñanza del idioma inglés, sino como una marca comercial de prestigio.

Así, para finales de los 70 ya contaba con 7 escuelas en el Distrito Federal y su área metropolitana. La gerencia se ubicaba en la colonia Condesa.

Gracias a la fijación de objetivos y una continua supervisión, sus escuelas se fortalecieron y le fue posible crecer hacia el interior

de la República: En 1980 inauguró su primera sucursal foránea en la ciudad de Acapulco, Gro.

En un principio su operación era centralizada y dependía en su totalidad de los lineamientos establecidos por la gerencia, pero para 1981 se cambió esta



estructura por la de asociaciones afiliadas. Más adelante, en 1985, este tipo de operación se convirtió en un sistema de franquicias, tipo de operación del que Harmon Hall fue uno de los pioneros en México.

Esta nueva administración generó un rápido incremento de sucursales, cuyo número pasó de 14 en 1986 a 50 para 1991, año en que Harmon Hall celebró su 25o. aniversario.

En abril del 2004 Harmon Hall dio otro gran paso al inaugurar su primer instituto de idiomas fuera de

territorio nacional, en la ciudad de Guatemala, Guatemala... Esto le abrió la puerta al mercado centroamericano, en donde planea continuar creciendo.

Actualmente, en el 2005, Harmon Hall es el instituto de idiomas con mayor cobertura en México, con 97 escuelas en 52 ciudades.

Producto

Aunque Harmon Hall está posicionada como un centro de enseñanza de idiomas, a lo que se dedica es a cumplir sueños e ilusiones... El producto que realmente ofrece es el acceso a un mejor futuro, ya que, a través del aprendizaje del inglés, se alcanza una superación en los aspectos laboral, cultural y personal, que eventualmente llevan al éxito.

Harmon Hall brinda un servicio integral, orientado a la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de sus alumnos, y esto representa un auténtico compromiso con los más de 40,000 alumnos que mensualmente confían en la marca.

Los cursos de inglés de Harmon Hall son muy variados; ofrece, entre otros, cursos individuales, cursos especiales enfocados a temas específicos, cursos de negocios, cursos empresariales y cursos a grupos reducidos en sus instalaciones, que son los de mayor demanda.

Desde sus inicios, Harmon Hall se empeñó en desarrollar una metodología propia, que contara con todos los elementos académicos, soporte didáctico y

Estos métodos, junto con la disciplina administrativa impuesta por la dirección general, han logrado que Harmon Hall deje atrás a los competidores y esté posicionada hoy como líder en su ramo.

Desarrollos Recientes

A finales de los 80 Harmon Hall incursionó en el mercado de los niños, ofreciendo clases a su medida, como cursos de verano con diferentes actividades que fomentan el que los niños practiquen lo aprendido en clase.

En el año de 1999 se desarrolló el plan de Harmon Hall School, un sistema de educación integral (kinder, elementary, high school) que brinda una oportunidad excepcional para la formación, ya que parte de la premisa: "Que el niño tenga el gusto por aprender, toda la vida". La metodología de este sistema consiste en que cada niño desarrolle su propio estilo de aprendizaje, utilizando sus inteligencias múltiples, y que aplique los conceptos aprendidos en clase a situaciones cotidianas.

En el 2004 Harmon Hall abrió su primer plantel fuera del país, en Guatemala, y planea fortalecer su presencia en Centroamérica en el corto plazo, para después buscar oportunidades en Europa y Estados Unidos.

Por otro lado, Harmon Hall ha mantenido siempre la tendencia de mantenerse a la vanguardia tecnológica, por lo que cuenta con avanzadas herramientas para llevar la estandarización a su máximo nivel. Así, su departamento de supervisión puede monitorear y controlar los planes impartidos y los avances de sus alumnos en todas sus sucursales, gracias a sus sistemas Studio HH y WASH, desarrollados por ellos mismos para tal objetivo.

Promoción

La marca Harmon Hall fue presentada al público desde su surgimiento, en junio de 1966. A partir de su primer logotipo, siempre han predominando los colores negro y amarillo en su imagen, que fue evolucionando hasta que, a mediados de los 70, se creó el logo rectangular con letras amarillas que hoy es tan reconocido en el ámbito de la mercadotecnia.

De igual manera ha permanecido su slogan "la mejor manera de aprender inglés", al que considera como uno de los principales factores de su éxito.

Desde sus inicios, Harmon Hall ha hecho de los medios de comunicación sus grandes aliados y ha invertido en el desarrollo de intensas campañas, que se ajustan a las necesidades de las distintas temporadas, siempre con excelentes resultados.

Como Harmon Hall está consciente de que el mercado ha evolucionado y hoy los prospectos o clientes potenciales investigan detenidamente las diferentes opciones para elegir la opción que satis-



herramientas de vanguardia. Así, ha evolucionado a la par de las tendencias educativas, integrando los avances tecnológicos, por lo que ahora cuenta con software de administración escolar, así como software interactivo dentro de sus instalaciones para apoyo del aprendizaje.

De esta manera ha logrado estandarizar los procesos de su sistema de enseñanza para que todas sus escuelas estén sincronizadas y reciban las mismas clases, lo que permite a sus alumnos la recuperación de las mismas sin problema alguno.



faga tanto sus necesidades como las posibilidades de su bolsillo, sus campañas más recientes pretenden dar a conocer lo que es la empresa desde adentro hacia afuera, con la intención de crear un sentido de pertenencia.

Pero la promoción que mejores resultados le ha reportado es la recomendación de sus propios alumnos en sus respectivos círculos sociales, y esto se lo debe a su cabal cumplimiento de los compromisos que adquiere con cada uno de ellos a partir del momento de su inscripción.

El beneficio racional que ofrece Harmon Hall es una mejoría de las expectativas para el futuro, tanto para su personal como para sus alumnos, ya que todos pertenecen al mismo equipo: The YELLOW TEAM.

Valores de Marca

A lo largo de sus casi 40 años de existencia, Harmon Hall ha promovido lo que representa la parte medular de su empresa: su gente, concepto en el que engloba a todos los que están, han llegado y llegarán, ya sea como colaboradores o como alumnos... Su filosofía consiste en mejorar el futuro de todas las personas que la rodean, a través de la motivación, formación y superación.

Harmon Hall considera que está formada por personas joviales, alegres y exitosas, que se caracterizan por su creatividad, entusiasmo y, sobre todo, por su capacidad de compromiso. Ésa es su principal fortaleza.

Dado que su producto es un servicio, Harmon Hall se ha empeñado en desarrollar distintas estrategias para alcanzar las expectativas de sus alumnos, de manera que cubran las distintas necesidades, lo cual la ha llevado a convertirse en una empresa 100% humana, capaz de reconocer las características particulares de cada persona y guiarla para alcanzar la consecución de sus metas.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Harmon Hall

- En Harmon Hall, en tan sólo un año se puede cubrir un plan de estudios de nivel básico a avanzado con una hora y media diaria de lunes a viernes (12 niveles).
- Harmon Hall cuenta con una certificación exclusiva de la Universidad de Michigan en México.
- La campaña "Perros", que lanzó en 1995 y le valió el mayor posicionamiento como marca comercial, fue elaborada en sólo 1 día por los creativos Pablo Mitlanian y Patricio Brockman.
- Nayarit y Colima son los únicos estados del país en los que Harmon Hall no tiene presencia.
- Harmon Hall cuenta con su propia editorial, que desarrolla sus libros y material didáctico de acuerdo a las necesidades de su metodología y sus alumnos.