

MARKETING DE CONSTRUÇÃO E MARKETING DE INFORMAÇÃO

Entenda as diferenças e como criar estratégias de campanha com mais intencionalidade.



OLÁ MARIA ZUZU



E-book escrito por
Raphael Dias
Gerente de Marketing

03 Introdução

04 Marketing de
Informação

07 Marketing de
Construção

10 Conclusão

11 A EMME



Introdução

Uma das coisas mais importantes que precisamos fazer quando estamos em um planejamento de marketing é definir nossas estratégias de comunicação.

Não podemos sair preenchendo nosso calendário de marketing com todo tipo de conteúdo ou de estratégia sem antes ter clareza da finalidade.

A palavra “definir” em sua etimologia significa “marcar o fim”. Começar pelo final pode parecer estranho, mas é essencial.

Precisamos saber qual o fim que se espera para cada item que colocamos em nosso planejamento de marketing, tanto no que se refere às divulgações que saem nas redes sociais como as estratégias de fidelização ou conquista de novos alunos durante a campanha de matrículas.

Para ajudar a identificar a finalidade de cada estratégia, existem dois conceitos importantes que precisamos conhecer: o marketing de informação e o marketing de construção.

Mas como posso usá-los em minha escola? Quais estratégias eu utilizo? Qual a diferença entre eles?

A EMME preparou um material completo sobre esse tema, e aqui vamos explicar suas principais diferenças e dar algumas dicas de como usar essas duas estratégias.

Siga com a gente e boa leitura!



Marketing de Informação

O marketing de informação consiste na divulgação das **atividades da escola**, dos **diferenciais**, dos **resultados**, do que acontece dentro e fora da sala de aula.

São as **informações institucionais da escola**, que precisam ser divulgadas ao longo do ano porque são elas que mostram quem a escola é, de onde a escola vem e para onde a escola vai, quais seus princípios, seus valores e sua proposta.

Você pode estar pensando: isso eu já faço, não é segredo para mim. Mas uma reflexão interessante que quero convidá-lo a fazer é sobre as informações que sua escola pode estar perdendo a oportunidade de divulgar.



VAMOS PENSAR NA DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS DA ESCOLA:

Quando pensamos na palavra “resultados”, em geral, pensamos no vestibular ou no aluno que passou na universidade. Mas existem pequenos resultados que acontecem ao longo da jornada escolar que por vezes não damos destaque.



Há 15 anos, trabalhei em uma escola que desenvolvia uma atividade que na época não me despertava interesse: a **“Festa da Caneta”**.

Somente anos depois, trabalhando com marketing para escolas, resgatei na minha memória coisas que me chamaram a atenção e que quero compartilhar com você.



Essa festa era um momento muito importante de passagem em que os alunos do 4º ano paravam de usar o lápis e passavam a usar a caneta. Simples assim. Nesse evento, os pais também participavam e promoviam para os filhos um momento muito especial de passagem.

Era um marco muito significativo para as famílias e também para os alunos.

Os pais tiravam fotos, gravavam vídeos que eram divulgados em suas próprias redes sociais, e isso trazia grande repercussão para a marca da escola.

Um pequeno evento como esse, que acontece apenas entre os alunos do 4º ano, pode parecer algo sem importância. Um projeto que provavelmente não daríamos visibilidade. Mas pense comigo:



30 ou 40 alunos que tenhamos do nosso 4º ano é um número muito expressivo quando pensamos nos números de campanha de matrícula. **Não é fácil captar 40 novos alunos.**

Impactar as famílias em pequenas ações pode nos garantir uma boa performance em nossa campanha de matrículas e rematrículas.



Minha sugestão é que você pense em pequenos resultados que acontecem ao longo da jornada estudantil e que a escola pode (e deve) dar destaque, algum projeto da Educação Infantil, do Fundamental ou do Ensino Médio, mesmo que envolva uma única sala de aula.

Esse é um exemplo de marketing de informação que pode trazer grande repercussão para a escola e para os alunos e famílias envolvidos.



Marketing de Construção

Além do marketing de informação, temos também o marketing de construção.

Esse marketing consiste em **aproximar estudantes do ambiente escolar, transformando-os em admiradores, parceiros e divulgadores da escola e construindo um relacionamento duradouro.**



Quando falamos em transformar os pais em divulgadores e admiradores, falamos do que acontece na escola e que surpreende os pais.

Encantamento é a palavra de ordem.

Certa vez, durante um trabalho de assessoria de que participei em uma escola, tivemos a ideia de desenvolver uma camiseta muito bonita que era dada aos alunos que faziam a matrícula.



Em uma ocasião, eu estava na portaria da escola aguardando ser atendido quando uma mãe e sua filha de 5 ou 6 anos se aproximaram. A menina estava usando a camiseta e perguntei a ela o que ela tinha achado daquele presente.

A mãe se pronunciou dizendo que a filha adorou a camiseta e que a usava tanto que ela teve que comprar outras do mesmo modelo. A menina não tirava a camiseta, andava com ela para cima e para baixo, segundo a mãe.

Depois desse encontro, fiquei muito feliz e pensando como pequenas iniciativas da escola podem causar grandes impactos no aluno e na família.



Aquela aluna, por exemplo, se tornou um outdoor ambulante da escola porque andava por todos os lugares da cidade levando no peito a marca da escola. Aquela mãe e aquela aluna se tornaram admiradoras e divulgadoras.

A escola deve pensar em estratégias que tenham essa finalidade: aproximar os pais e os estudantes do ambiente escolar, transformando-os em admiradores e divulgadores.



*Afinal de contas, a melhor
campanha de matrículas é aquela
que acontece boca a boca.*

E isso só vai acontecer se a escola tiver estratégias com essa intencionalidade.



Conclusão

Entender a diferença entre o marketing de informação e o marketing de construção faz a escola ter mais **facilidade de escolher a estratégia e o tipo de comunicação** a usar em suas redes sociais, em seu canal do YouTube, em seus eventos ou suas estratégias de campanha de matrículas e rematrículas.



Da próxima vez que você se deparar com o desafio de construir seu planejamento de marketing, pense sempre em qual estratégia você quer adotar: informar ou construir.

Pense nisso, tenho certeza de que você vai passar a desenvolver comunicações com mais intencionalidade e, assim, obter também melhores resultados.

Quer saber mais?

Temos muitas soluções para o trabalho de comunicação e de encantamento com as famílias. Nossas estratégias fazem o dia a dia escolar ultrapassar os muros da escola e atrair novos alunos.

Fale com um de nossos especialistas, siga-nos nas redes sociais e venha ser aluno da EMME, sua escola de matrículas.

Conheça a EMME!



A EMME

A experiência de quem é referência em marketing educacional!

Ajudamos as escolas a se destacarem no mercado!

Somos uma empresa que trabalha com Educação. E o que fazemos há mais de 20 anos já nos mostrou que cada escola é única e precisa de ajuda para organizar as ações de fidelização dos alunos atuais e conquistar novos alunos.

Para isso, é preciso entender de escola, se aprofundar no marketing, criar estratégias para converter os interessados em matrículas e entender o mercado.



No marketing educacional, a estratégia atrai o público, a propaganda divulga e o relacionamento é que faz a matrícula ou a rematrícula.



Atendemos escolas dos mais variados perfis, que operam em mercados de tamanhos diferentes e em todas as regiões do Brasil.

Trabalhamos de forma inteligente para as escolas que desejam ter um plano de marketing competente e diferenciado.

Já elaboramos centenas de campanhas durante a nossa trajetória!

Foram diversas campanhas que geraram ações de marketing planejadas e executadas para objetivos específicos:

- ✓ campanhas institucionais;
- ✓ campanha de matrículas;
- ✓ campanha de rematrículas;
- ✓ campanhas promocionais;
- ✓ campanhas sociais e educativas;
- ✓ campanhas on-line e off-line que fizeram a diferença na imagem de muitas escolas de mercados diferentes.

**Clique aqui e conheça
nossos serviços**



enn3

escola de matrículas • marketing educacional

