

INDICADORES ATÔMICOS

Como fazer com que pequenas informações causem impactos gigantescos na campanha de matrículas.



GUÍAS DE MARKETING



E-book escrito por
Raphael Dias
Gerente de Marketing

03 Introdução

04 Desafio
Conceitual

07 Desafios
Técnicos

10 Desafios
Práticos

11 A EMME



Introdução

Quando falamos de indicadores, estamos nos referindo a um conjunto de dados e de informações que estão disponíveis no contexto escolar e que, uma vez analisados com qualidade, nos ajudam a ter mais assertividade na tomada de decisão. Sempre que penso nesse tema me recordo de uma história.

Durante a Segunda Guerra Mundial, os soldados mapearam os buracos de bala em aviões que foram atingidos por fogo nazista. Procuravam fortalecer os aviões, reforçar áreas espancadas por artilharia inimiga para poder resistir ainda mais a essas batalhas. O pensamento imediato foi reconstruir e reforçar as áreas do avião que recebiam mais balas. Teoricamente, era uma dedução lógica. Afinal, estas foram as áreas mais afetadas.



Mas Abraham Wald, um matemático, chegou a uma conclusão diferente: as marcas de bala representavam apenas os danos nos aviões que conseguiram voltar, que chegaram em casa. As áreas que realmente deveriam ser reforçadas eram os lugares onde não havia balas, pois esses são os lugares onde o avião não sobreviveria se fosse atingido.

UAU! Que inteligência de Abraham Wald. E os soldados, embora estivessem equivocados, tomaram uma decisão com base em uma análise de dados.

Essa história me ensina que é possível ter dados apesar de não ter inteligência, mas é difícil ser inteligente sem dados.

Pense na inteligência artificial, ela só tem inteligência porque possui um banco de dados e vai se tornando cada vez mais inteligente conforme seu banco de dados aumenta.

Como escola, acredito que precisamos evoluir nossas técnicas para a tomada de decisões, principalmente no que se refere às escolhas que são vitais para o seu funcionamento e crescimento: as ofertas de ensino, as estratégias de comunicação, a seleção dos profissionais, o uso de tecnologias, as novas decisões diante das mudanças, entre tantos temas.

Precisamos de dados para tomar decisões. Um líder que não sabe usar dados é refém da opinião dos outros.

Dentro de uma escola, existem muitas informações que, uma vez bem-organizadas, podem trazer a inteligência necessária para a tomada de decisões.

Boa leitura.



Análises quantitativas

O número de evolução de alunos, a taxa de rematrículas, a evolução de novas matrículas, o número de turmas, a taxa de ocupação das turmas, a evolução do faturamento, o ticket médio, o número de interessados, o número de atendimentos, entre tantos outros são dados numéricos objetivos que estão dentro de uma categoria de análise chamada de análise quantitativa.

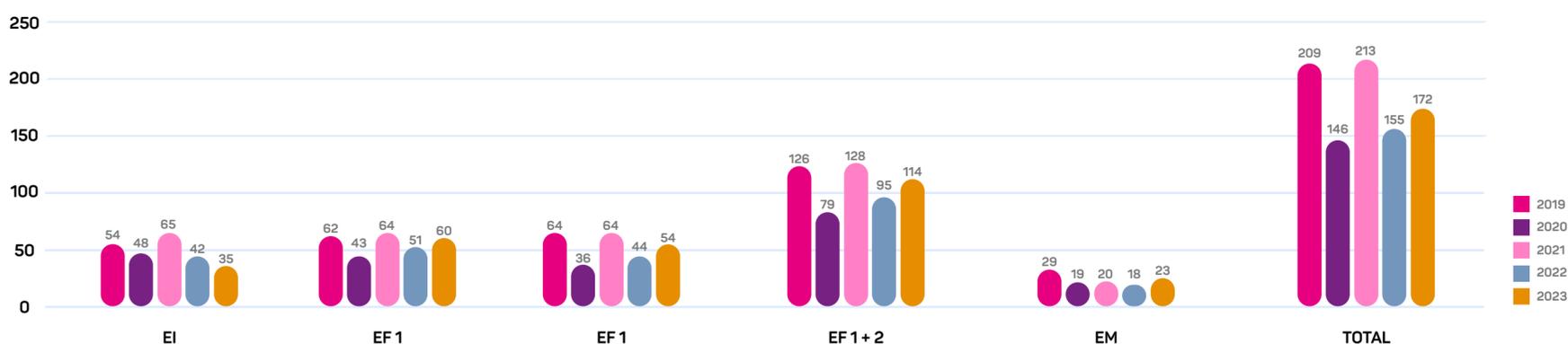
Provavelmente você saiba como essas análises são feitas e por isso não vou falar o que você já sabe.

Quero chamar sua atenção sobre o cuidado que a escola precisa ter quando olhar os números.



Veja no gráfico a seguir um exemplo:

Matrículas Novas - 2019 a 2023



Repare na evolução do número de novas matrículas dos últimos 3 anos. Existe uma queda e logo em seguida um sinal de crescimento. Entretanto, na Educação Infantil, a queda permaneceu durante todos os 3 últimos anos. De imediato, a leitura que se faz é de um cenário negativo na Educação Infantil, e, provavelmente, você pensaria em fortalecer a comunicação de matrículas nesse segmento.



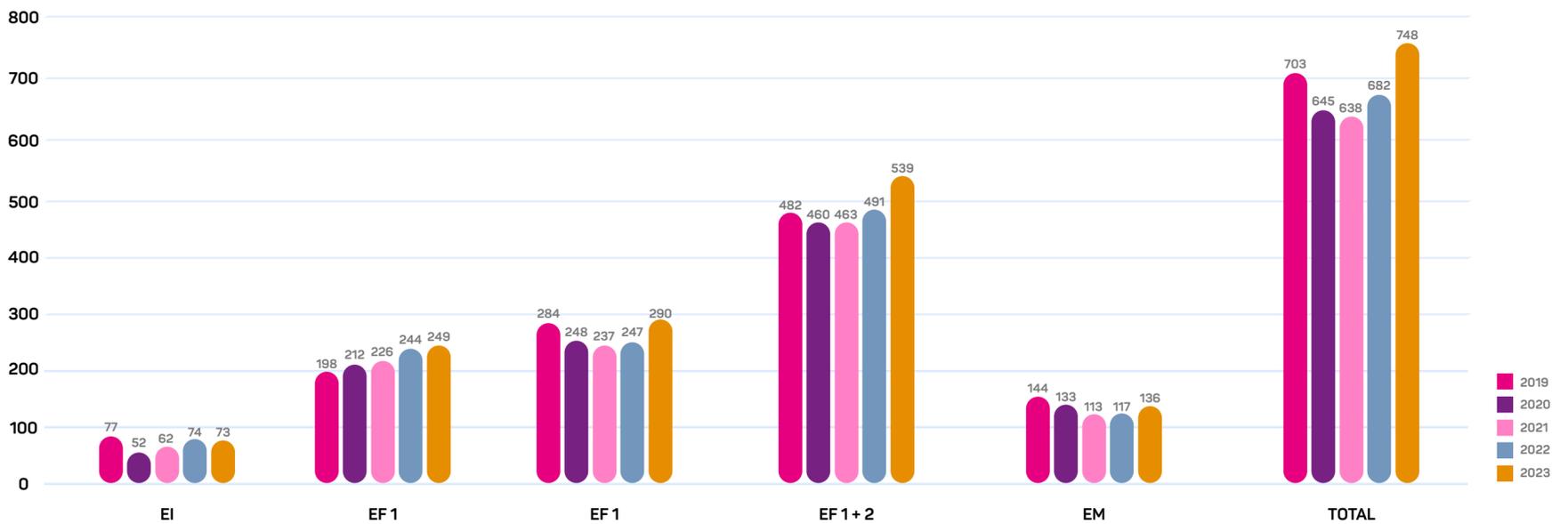
Mas essa pode não ser a verdadeira necessidade da escola se olharmos os dados de rematrículas da Educação Infantil e enxergar que o número de novas matrículas está cada vez menor porque o número de rematrículas está aumentando.

Se a escola estiver com todas as salas de Educação Infantil ocupadas em sua capacidade máxima, é lógico que a quantidade de novas matrículas a cada ano será menor. Nesse caso, não há problema algum na Educação Infantil. Aliás, é sinal de celebração! Uma conclusão bem diferente da primeira leitura.



Acompanhe comigo uma nova análise, dessa vez sobre o número de matrículas e o índice de fidelização:

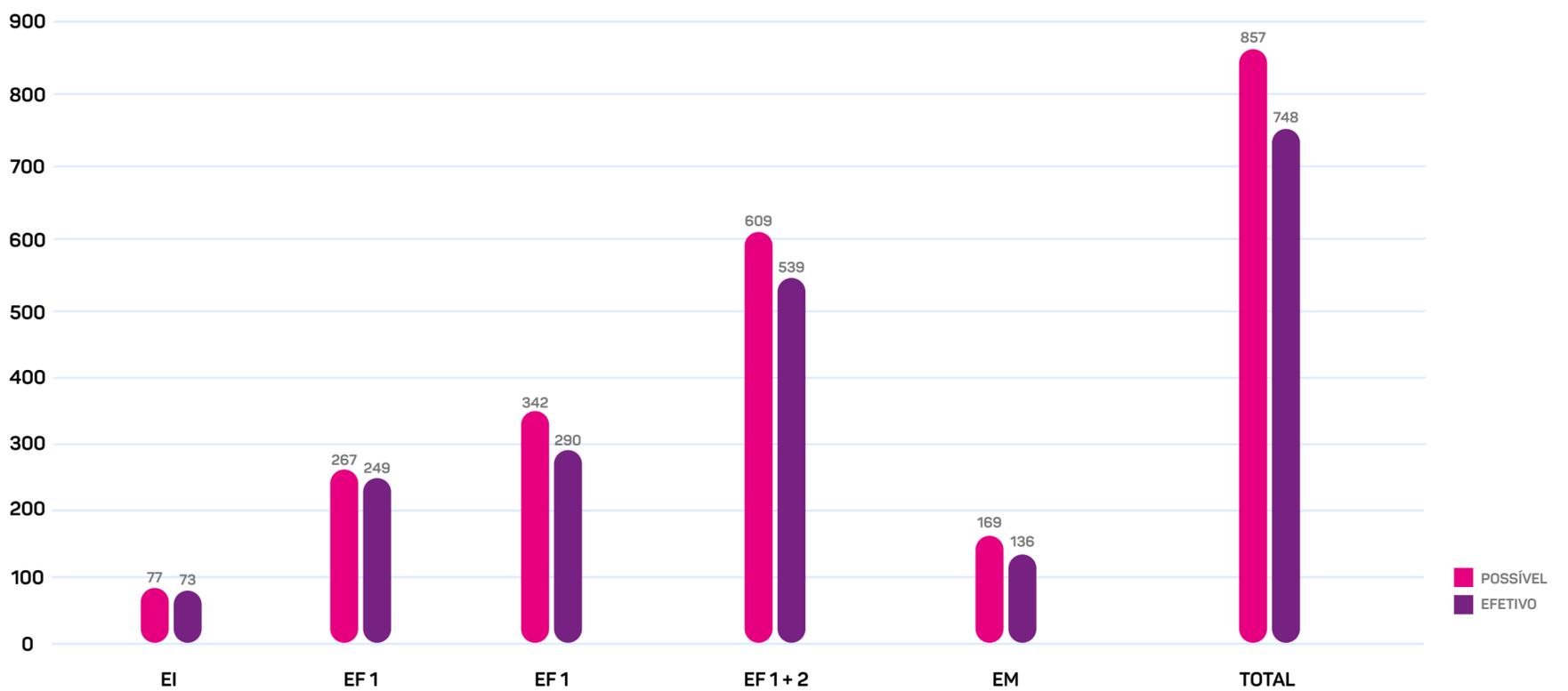
Rematrículas - 2019 a 2023



Note que, entre os anos de 2021 e 2023, há um aumento significativo na taxa de matrículas de cada segmento, com destaque para o Fundamental 2, que obteve o melhor índice de um ano para o outro. De imediato, nossa tendência seria celebrar o sucesso do Fundamental 2.

Mas o que descobriríamos se olhássemos mais fundo para as informações apenas desse segmento? Confira:

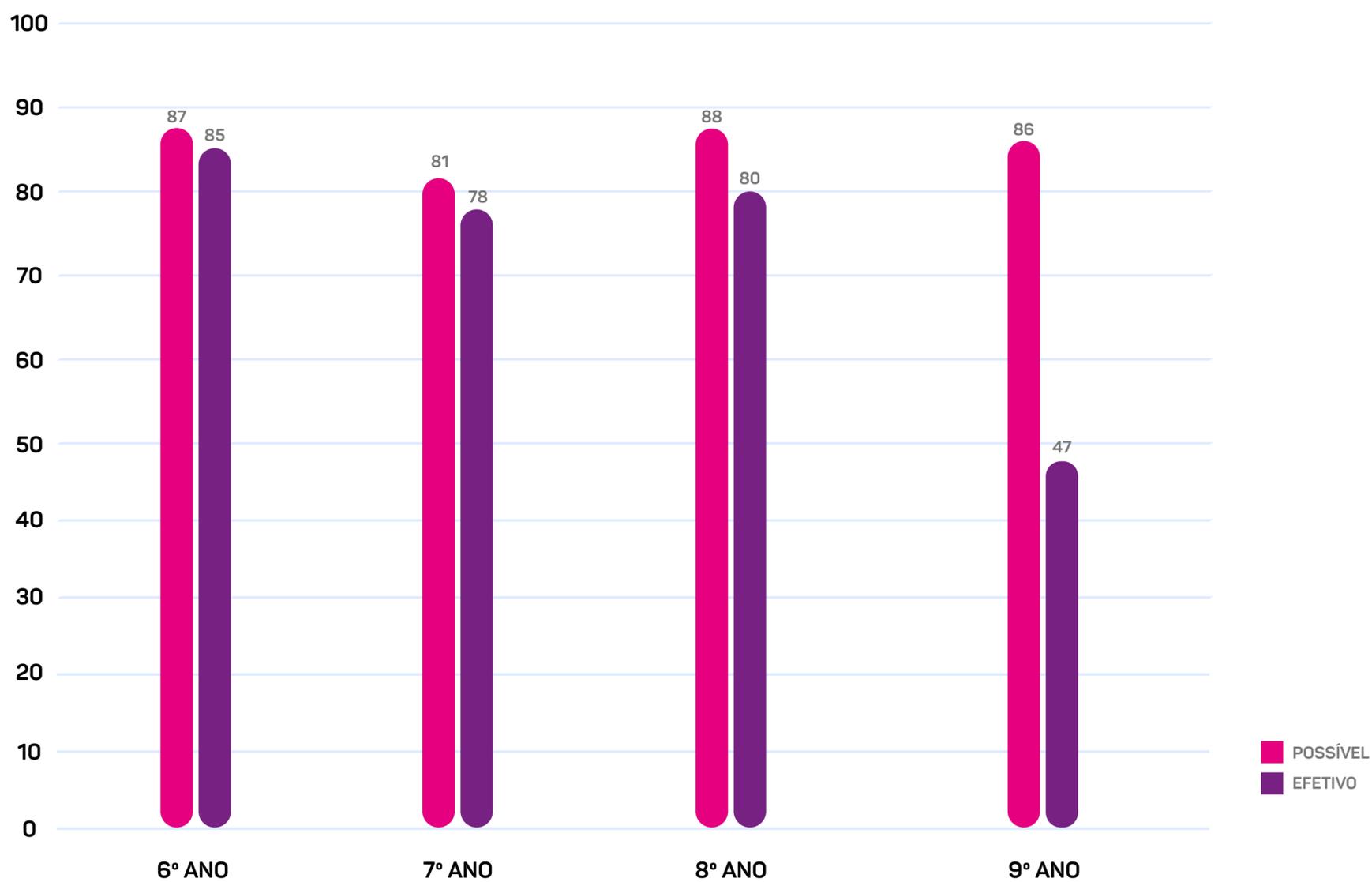
Rematrículas 2023



Esse gráfico aponta a quantidade de possíveis rematrículas e quantas foram, de fato, efetivadas. Entre todos os segmentos, o Fundamental 2 foi o que teve o menor índice, ou seja, é o segmento que vai precisar receber atenção (e você já estava comemorando antes do tempo, rs).

Se olharmos ainda mais fundo, podemos enxergar que há necessidade de melhorias em uma turma específica, como mostra o gráfico a seguir:

Rematrículas Fundamental 2



Eis a importância de fazermos análises bem aprofundadas e com qualidade. Além de evitar equívocos constrangedores, teremos assertividade na escolha das soluções necessárias para reverter o real problema. Existem grandes perigos em uma análise superficial.



Análises qualitativas

Além dos números, existem dados importantes que se enquadram na categoria de análises qualitativas: o perfil das famílias, o nível de satisfação de pais e alunos, o nível de engajamento do time, a qualidade das aulas, a qualidade do atendimento etc. Por serem tão subjetivos, essas são as informações que as escolas (geralmente) têm mais dificuldade de administrar.

Pense, por exemplo, a complexidade que é medir “qualidade”. Aprendi algo importante sobre isso e quero compartilhar:

A qualidade não está no produto em si, mas na percepção criada pelo cliente com base em dois fatores: a promessa e a expectativa.



Promessa é o que você fala sobre sua escola, a expectativa é o que o aluno e a família criam no imaginário deles. Como medir o que o aluno ou a família criaram na cabeça deles? Simples: per-gun-tan-do.

Existem muitos tipos de pesquisa que podemos aplicar em uma escola: pesquisa de perfil, de interesse, de satisfação, pesquisa com alunos perdidos, com alunos não matriculados etc. Nem preciso dizer o quão importante é a coleta dessas informações. Pense nas famílias que visitaram sua escola durante o período de campanha, mas que decidiram se matricular em outra escola. Quantas informações importantes essa família pode trazer sobre sua própria unidade bem como sobre a concorrência.

Tenho certeza de que teremos resultados melhores se fizermos melhorias com base nesse tipo de análise.



Conclusão

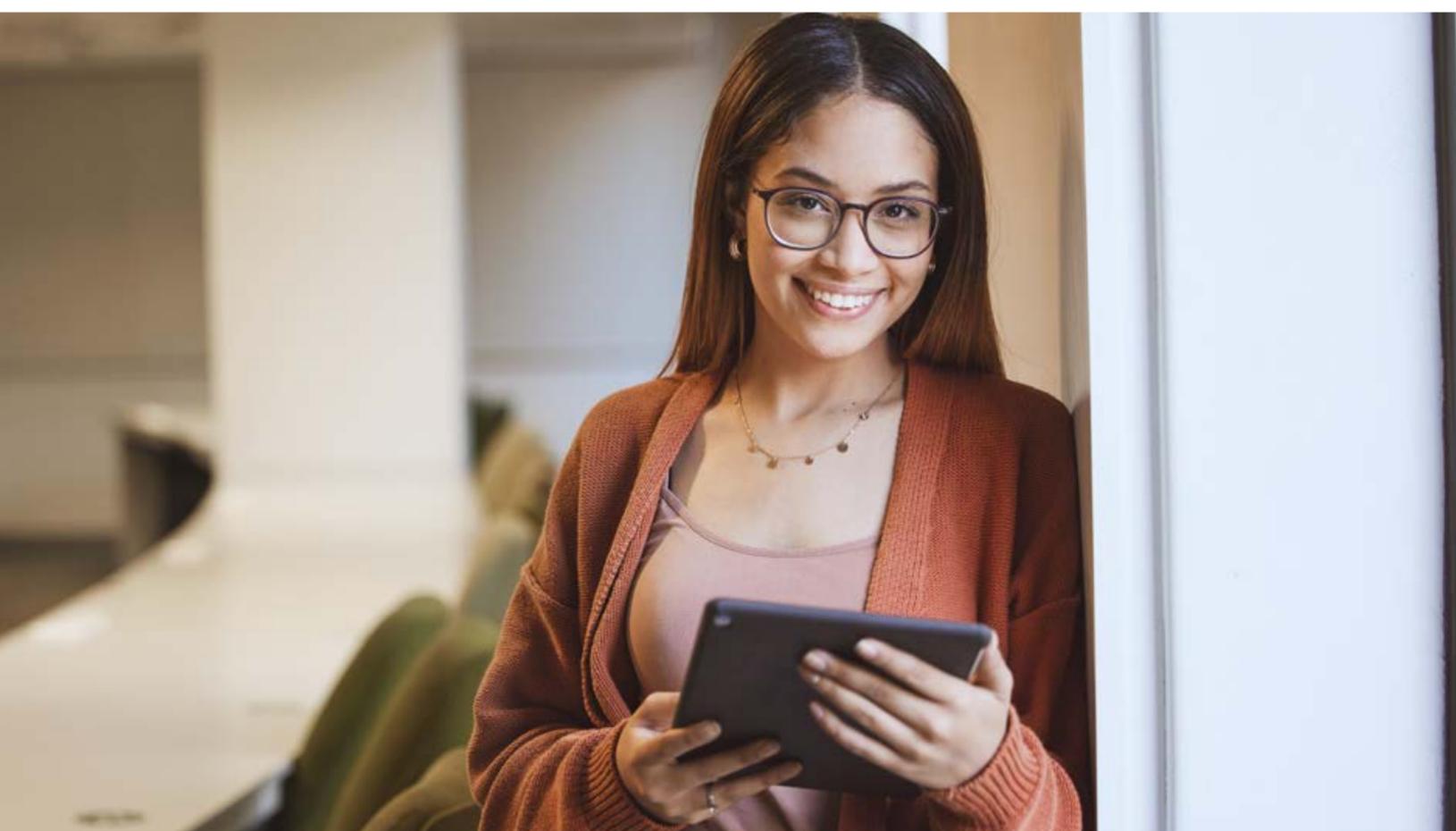
Confira a lista de assuntos relacionados à gestão de marketing e que, uma vez bem trabalhados, podem gerar a inteligência necessária para a tomada de decisões:

- análise dos resultados da campanha de matrículas;
- raio-x do cenário da escola;
- mapeamento dos alunos perdidos e dos interessados não matriculados;
- planejamento estratégico da temporada do marketing;
- pesquisa de perfil da comunidade escolar;
- pesquisa de satisfação / NPS da comunidade escolar;
- análise do mercado e mapeamento da concorrência;
- organização da oferta da escola;
- estratégias para plano de pagamentos e elevação do ticket médio;
- gestão dos dados para controle da campanha de (re)matrículas;
- organização do fluxo de vendas;
- gestão da jornada da matrícula;
- raio x das escolas concorrentes.



Sua escola não está sozinha. Temos um time que pode contribuir tanto em disponibilizar ferramentas para auxiliar a coleta e a organização dos dados como também para fazer análises e chegar a conclusões que, sozinha, sua escola não chegaria.

Espero que este conteúdo tenha sido útil e que sua escola se torne ainda mais inteligente.



Quer saber mais?

Temos inúmeras ferramentas que o auxiliarão na organização dos dados da escola. Mapeamento de mercado, análise de cenário, pesquisas e outros temas que farão a gestão de marketing em sua escola ser eficiente.

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**



EMMÉ

escola de matrículas • marketing educacional

