

# PLANO DE MÍDIA - COMO COMUNICAR TUDO PARA TODOS?

Um guia para organizar a veiculação de tantos conteúdos da escola.



**EMM3**

escola de matrículas • marketing educacional

# SUAS MÃ ÁR IO



E-book escrito por  
**Raphael Dias**  
Gerente de Marketing

**03** Introdução

**05** Planejamento

**08** Algumas dicas

**10** A EMME



# Introdução

Você se recorda do desenho animado Lula Lelé?

A série conta a história de uma engraçada lula, conhecida por Lula Lelé, atração principal do parque aquático Borbolândia, que sonhava em se tornar um grande compositor, porém o dono e administrador do aquário em que vivia estava sempre muito atento às suas fugas.

A Lula Lelé sempre aprontava diversas confusões tanto com os turistas como com outros animais que viviam por lá, além disso, vivia tentando escapar do parque aquático em busca de novas aventuras, mas nunca conseguia.

O chefe da Lula Lelé sempre acabava atrapalhando seus planos de fuga, já que ele a queria lá para exibição pública, além de explorá-la com diversos afazeres no aquário. Aliás, vivia pedindo que ela lavasse seu tanque, limpasse todo o aquário, passasse roupa etc.; o mais divertido é que ela tinha uma excelente habilidade, já que usava vários braços para cada tarefa ao mesmo tempo.



Todos que trabalham em escola já tiveram a sensação de trabalhar igual à Lula Lelé. Com tantos afazeres ao mesmo tempo, precisamos nos desdobrar e multiplicar nossos braços e mãos para darmos conta de tudo.



Para os profissionais de marketing, o cenário é semelhante quando pensamos na organização da divulgação das coisas que acontecem na escola. Dezenas de assuntos diferentes, todos acontecendo ao mesmo tempo. Precisamos organizar fotos, emails, mensagens, bilhetes e todos os professores querendo uma ajudinha do marketing para divulgar seus projetos e registros.

## **Como organizar a comunicação de modo que pais e alunos recebam toda a comunicação que precisam sem que a imagem da escola fique comprometida, trazendo a sensação de desordem?**



Minha experiência trouxe alguns direcionamentos que podem contribuir para a criação do plano de mídia da sua escola.

Boa leitura.



# **“Aqui na nossa escola tem de tudo! Como comunicar tudo isso para todo o mundo?”**

Essa é a pergunta de milhões: de milhões de profissionais de marketing que trabalham em escola ou até daquele professor ou coordenador que também precisa se envolver com o tema.

Em geral, a palavra “TUDO” traz um conceito de tamanha abundância que inevitavelmente a sensação é de sufocamento e confusão. Contudo, o dicionário traz uma definição interessante que vai além da totalidade das coisas.

Segundo o dicionário, “TUDO” também pode se referir ao que é importante, essencial, o que de fato conta. Ou seja, o “TUDO” pode se restringir a um único assunto e não necessariamente à totalidade de vários deles.

Pensando dessa forma, podemos chegar a duas conclusões importantes que podem nos ajudar a organizar melhor a criação de nosso plano de mídia:

***1. Tudo o que é importante para uma pessoa pode não ser importante para todos***

***2. Tudo o que é importante agora pode não ser importante depois.***



A primeira máxima nos ajuda a entender que pensar no público que vai receber a comunicação é o primeiro elemento para a organização. Afinal, o que eu preciso comunicar para um grupo de pais não necessariamente é o que devo comunicar para outro grupo.

Quantas vezes ficamos em dúvida se postamos foto das crianças da Educação Infantil ou do projeto do Ensino Médio, se divulgamos aquele evento para pais ou para alunos.

**Definição de público é o primeiro elemento para a construção do plano.**

A segunda máxima traz uma noção de tempo/periodicidade que também deve ser levada em consideração.

Não precisamos antecipar publicações que podem esperar e nem deixar para depois algo que perderá a importância se não for veiculado naquele momento. **A noção de tempo é o segundo elemento.**



O **terceiro e último elemento** que eu considero importante para a construção do plano de mídia **é o tipo de comunicação.** Existem canais e formatos diferentes para veicular as coisas da escola e eles precisam ser explorados de maneira eficiente.

Se dependermos apenas do e-mail para enviar informações, sem dúvida haverá situações em que tenhamos que disparar dez e-mails em um mesmo dia, e isso traz uma imagem ruim para a comunicação da escola. Além do e-mail, temos o WhatsApp, o aplicativo da escola, o telefone e as redes sociais, e além dos canais também temos os formatos: por exemplo, pelo WhatsApp, posso explorar o formato de texto, áudio e vídeo, usando o mesmo canal.

Em resumo, são 3 os passos que precisam ser considerados:

**1. definir os públicos**

**2. definir o calendário de veiculação**

**3. definir o tipo de comunicação (formato e canal)**

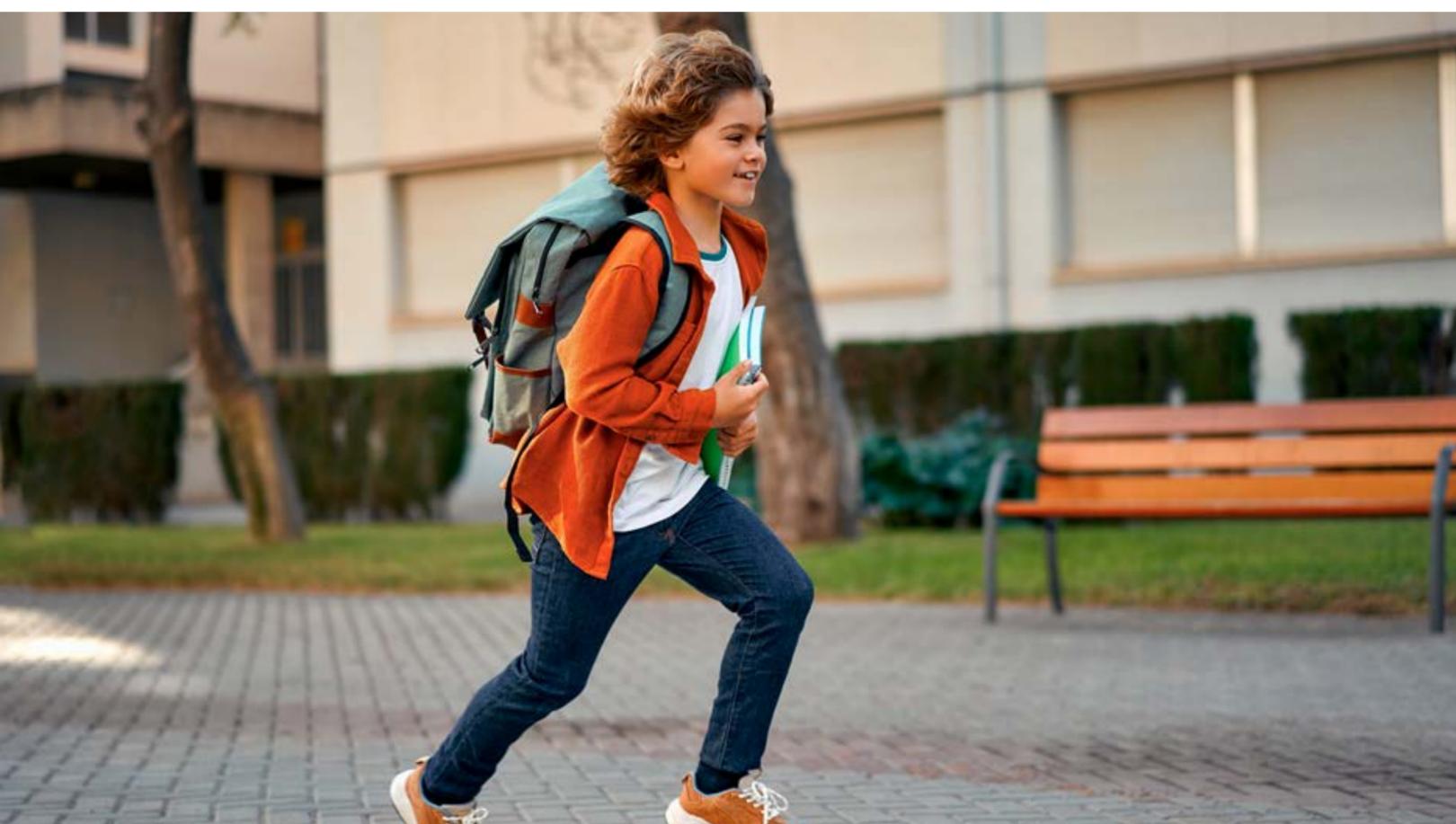


# Algumas dicas para a sua escola

Para facilitar, segue um organograma de sugestão com alguns exemplos:

	<b>QUEM?</b>	<b>QUANDO?</b>	<b>COMO?</b>
<b>TEMA 1</b>	Pais da Ed. Infantil	De 13 a 16 de outubro	E-mail
<b>TEMA 2</b>	Pais do Fundamental 2	Toda 2ª feira de outubro	WhatsApp
<b>TEMA 3</b>	Alunos do 1º Ens. Médio	20, 21 e 22 de outubro	Mensagem de áudio

Se, para cada tema que você precisar divulgar, você conseguir elencar o público (quem), o período (quando), o formato/canal (como) e conseguir dispor todos os temas em uma mesma tabela, certamente terá uma visão completa de tudo o que precisa veicular.



Caso existam veiculações para o mesmo público com temas diferentes, você pode alterar a data. Caso precise divulgar mais de um tema em uma mesma data, faça uma variação do formato. Assim, como uma espécie de tabela com múltiplas combinações, seu plano de mídia estará mais organizado e você poderá explorar melhor os recursos de comunicação.

A mudança do formato também se aplica caso a escola queira fazer a divulgação de um mesmo conteúdo por um longo período de tempo. Isso fará o receptor da mensagem ter uma percepção de variedade e um melhor aproveitamento da informação.

Isso é construir um plano de mídia! Espero que, da próxima vez que você tiver que organizar todas as comunicações da escola, você se sinta um profissional especializado e não mais uma “Lula Lelé”. (rs)

## 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 rematricula.***



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

escuela de matrículas • marketing educacional

