



4 PASSOS PARA VOCÊ CAPTAR NOVOS ALUNOS



SUMÁRIO

1. O QUE É CAPTAÇÃO DE ALUNOS?	3
2. PASSOS PARA CAPTAÇÃO DE NOVOS ALUNOS	3
• Estude sua instituição • Adote o Marketing digital • Foque em um atendimento humanizado • Software de gestão CBK	
3. SAIBA METRIFICAR O RETORNO DA SUA CAPTAÇÃO	11
• Taxa de conversão de leads • Retorno sobre Investimento (ROI) • Custo de aquisição por aluno • Taxa de cliques de e-mail marketing	
4. CONCLUSÃO	15



INTRODUÇÃO

Podemos começar com uma frase clichê, mas que faz todo o sentido com o conteúdo que você lerá hoje.

“Toda instituição de ensino precisa de alunos para funcionar!”

Afinal, uma escola sem estudantes é apenas uma estrutura arquitetônica. Concorda?

Diante disso, sabemos que um problema recorrente dentro das organizações escolares vem sendo a evasão escolar e ela pode ocorrer por inúmeros motivos e em todos os casos necessita ser contornada com maestria.

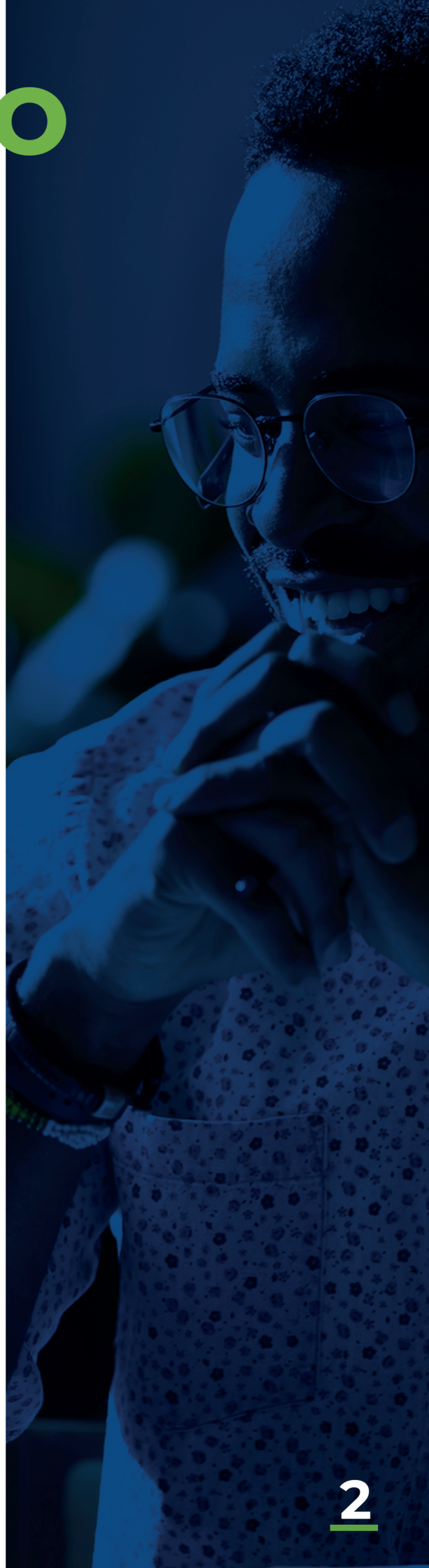
Nessas situações, é necessário que os gestores estejam sempre antenados à captação de novos alunos para não prejudicar o setor financeiro daquela instituição.

E nós sabemos que nem sempre é fácil captar novos alunos, né?

*Por isso, preparamos este manual decisivo com **4 passos estratégicos para te ajudar no aperfeiçoamento** deste processo.*

Aqui você aprenderá o que é a captação de alunos, algumas estratégias infalíveis, bem como a metrificar sua captação e mantê-la sempre ativa.

Tenha uma boa leitura!



1 O que é captação de alunos?

A captação de alunos é um processo importante e necessário para toda instituição de ensino, principalmente do setor privado.

Você e toda a sua escola precisam estar em harmonia com o objetivo principal desse processo que é aumentar sua lista de bons alunos.

Nesse sentido, é necessária a delimitação de estratégias bem definidas e um estudo aprofundado sobre sua instituição para garantir que o financeiro estará sendo movimentado de forma a manter as condições normais de funcionamento.

E é importante lembrar que captar alunos é uma tarefa que exige persistência e dedicação, o que significa dizer que é um processo que nem sempre será rápido, porém, os resultados são compensatórios a qualquer esforço.



2 Passos para captação de novos alunos

Agora que você já sabe o que é e qual a importância, podemos ir para a parte mais importante e necessária para você: as estratégias para a captação de novos alunos.

Trouxemos 4 dicas indispensáveis que poderiam ser descritas, inclusive, como passos essenciais que com certeza aumentarão sua taxa de admissão de alunos se forem bem executadas. Elas são:

1 - Estude sua Instituição

A primeira delas é com certeza uma das mais necessárias e provavelmente a que mais é deixada em segundo plano, afinal, os gestores sempre pensam que já conhecem tudo sobre sua escola.

Mas como qualquer outro empreendimento, uma instituição de ensino é como a vida, você precisa estudá-la e conhecer sobre ela cada vez mais, para que continue crescendo e se desenvolvendo.

O mercado empreendedor é muito volátil – com certeza você já escutou essa frase antes – e por isso, você sempre precisa buscar formas de se destacar. E conhecer sua instituição, todos os acertos e todas as falhas com certeza é estar um passo à frente do seu concorrente!

Falando diretamente sobre o estudo ligado a captação de alunos, você precisa entender:

- Se o investimento que é feito está retornando para você;
- Se sua escola precisa captar ou reter mais alunos;
- Se sua estrutura suporta a quantidade de discentes que você quer alcançar;
- Se você realmente precisa de mais alunos, ou necessita apenas fazer um controle financeiro mais rigoroso.



Ou seja, entenda sua instituição e cada pequeno processo que ocorre dentro dela, para você compreender qual sua real necessidade.

2 - Adote o Marketing digital

De uma forma simples, o marketing digital consiste em um conjunto de ações e informações que são aplicadas nos meios de comunicação digital com o intuito de promover uma empresa ou produto.

Levando em conta que escolas também são empreendimentos que precisam de alunos para se manter, usar de tecnologias atuais como auxílio na captação dos mesmos é uma estratégia muito útil.

Nós bem sabemos que o marketing digital engloba muitas áreas diferentes, afinal, busca atingir públicos diferentes.

E no caso de uma escola, é necessário dar atenção para alguns aspectos específicos dessa metodologia, como conhecer o público alvo, estudar campanhas de captação, e utilizar as redes sociais como ferramenta para o sucesso.

Conheça o seu público alvo

Conhecer o perfil dos seus clientes é mais que necessário para saber o que exatamente você deve fazer.

É importante ressaltar que é preciso traçar as características dos leads que você deseja, ou seja, definir os aspectos que devem ser levados em conta na hora de subir a campanha de captação usando os atributos de um bom cliente.

Seu público alvo devem ser pessoas que vão te ajudar a resolver os problemas de evasão e inadimplência, por exemplo.



Não pense em atirar para todos os lados apenas para ter uma fonte de renda, o problema que isso pode te causar com certeza será maior do que o que você já tem.

Estude campanhas de captação

Você já notou que estudar com certeza é uma das melhores estratégias para captar novos alunos, né?

Já te aconselhamos a estudar sua instituição, seu público alvo e agora o seu concorrente e a estratégia de captação que ele está usando!

“Ok, mas porque eu deveria estudar meu concorrente?”

Porque com certeza ele deve estar fazendo uma campanha de captação e sendo assim, estará à sua frente no mercado.

Por isso, você deve analisar e entender os passos dele para saber qual e como é a campanha que ele está utilizando.

Precisamos lembrar que nenhuma ideia surge do nada, certo? Alguém com certeza já executou aquilo que você pensou que seria exclusivo.

Mas, você pode usar o que já foi criado e aperfeiçoar para o seu modelo de negócio.

Então estude campanhas executadas pelos seus concorrentes, as feitas pela sua escola anos passados e qualquer outra estratégia que você julgue ser pertinente. Estude muito para estar sempre bem informado!



Use as redes sociais

Essa talvez seja a mais difícil de se executar porque ainda há muitas pessoas que não enxergam a necessidade de uma escola estar nas redes sociais.

Para eles, um outdoor e muitos panfletos espalhados pela cidade já são suficientes. É claro que isso ajuda e muito, mas não é o bastante!

No Brasil, formamos a 2ª população que mais está presente na internet. Ou seja, são aproximadamente 5 horas que cada pessoa para em frente ao celular ou computador acessando sites e aplicativos em todo o país.

Isso quer dizer que: Quanto mais sua instituição estiver espalhada por diferentes meios de comunicação, mais chances de ser vista ela tem!

Você conquista novas pessoas mostrando o que eles querem, dizendo o que eles desejam ouvir.

Por isso, use todas as redes possíveis para mostrar os benefícios que sua escola oferece à vida dos alunos e caia na preferência deles.



3 - Foque em um atendimento humanizado

O atendimento é muito importante no processo de captação de novos alunos.

É por meio dele que você faz o primeiro contato com seu possível cliente e esse momento pode ser o decisivo para ele começar ou não a fazer parte da sua escola.

Você deve cuidar com sua postura, com suas palavras, com a forma de se expressar e agir diante do responsável, afinal, essa será a porta de entrada

para que ele se convença que este espaço é um bom lugar para seu filho.

Desenvolva um relacionamento saudável com os responsáveis

Essa dica, assim como as outras é de extrema importância, porque você precisa ser humano para lidar com outras pessoas.

Se coloque no lugar do outro e o trate como você gostaria de ser tratado. É necessário manter um bom relacionamento com os pais, porque eles são as pontes que levarão os estudantes até você!

E lembre-se, nunca queira ter razão. Sempre priorize o respeito e a humanização, afinal, uma boa conversa pode mudar tudo!



Tenha um ambiente acolhedor

Além de oferecer um bom atendimento, você precisa de um bom espaço! Os pais precisam ter a certeza que os filhos estão bem amparados quando vão à escola, por isso, oferecer um lugar tranquilo, limpo e acolhedor é outro fator muito importante.

Tenha ambientes identificados, com acessibilidade garantida a todos e atividades diversificadas (e seguras, é claro) para oferecer aos alunos, para que assim sua escola seja um ponto de referência de qualidade de ensino teórico e prático.

Assim, você ganha o coração dos pais, afinal, você está ofertando um mundo de possibilidades ao seu filho.



4 - Software de gestão CBK

A captação de novos alunos envolve inúmeros processos, porém, qualquer instituição educacional precisa, sobretudo, conhecer os próprios alunos.

Mas um consenso, independente do público, é que todo aluno deseja estar em uma instituição que funcione. E, por funcionar, falamos de processos integrados e velozes com atendimento de excelência.

Esses fatores afetam diretamente nos resultados e no prestígio da sua organização. E, por isso, investir em infraestrutura de tecnologia é essencial para atrair novos alunos.

Imagine toda a parte administrativa de sua organização estruturada de forma a facilitar o funcionamento da escola e melhorar os resultados e tudo de modo confiável e seguro? Isso é o que a CBK quer oferecer a você!

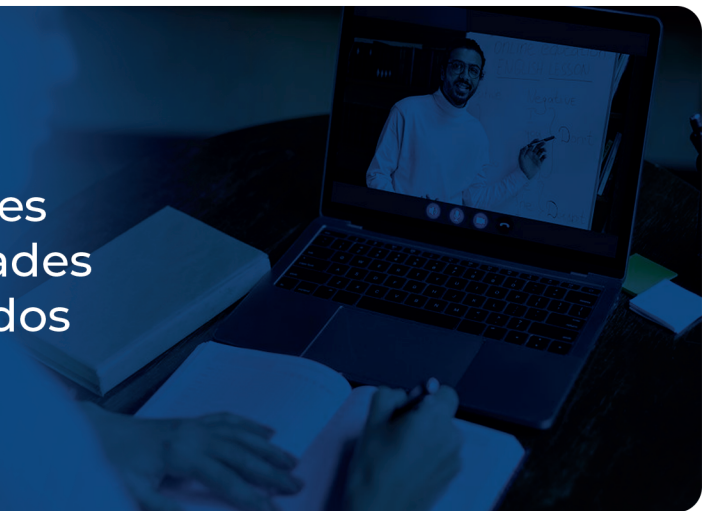
O CBK Software® é uma tecnologia que fornece rapidez e confiabilidade de todos os dados trafegados, já que as informações gerenciadas através do software são criptografadas e salvas em servidores de alta capacidade de processamento, conexão com a rede e backup automático dos dados.

Sem contar que são inúmeras as funcionalidades que irão facilitar tanto o dia a dia da sua instituição, quanto auxiliar na experiência do aluno.

Ele oferece benefícios como:



- **Portal do Aluno**
permite uma comunicação direta entre estudante e professor;



- **Ambiente virtual de aprendizagem**
garante que os estudantes tenham acesso às atividades e materiais disponibilizados de qualquer lugar do mundo.



- **Biblioteca virtual**
possibilita que os discentes tenham acesso aos livros disponíveis na biblioteca da escola, assim como fazer e renovar seu cadastro.

Com essa tecnologia, você agrega valor à sua instituição, mostrando aos seus alunos que o empreendimento está empenhado em buscar soluções inovadoras para oferecer o melhor serviço, garantindo um ensino de qualidade.

**Fale com um de
nossos consultores e
peça um teste grátis**

solicitar demonstração



3 Saiba como metrificar o retorno da sua captação

Ok, agora que você já sabe as estratégias para captação de novos alunos. Você precisa aprender a como metrificar o retorno que seu investimento está oferecendo!

Por isso, existem 4 métricas úteis que vão te ajudar a analisar sua situação. Confira:

1 - Taxa de conversão de leads

A primeira que temos para te falar é sobre a análise de taxa de conversão de leads, ou de clientes.

Analisar o número de contatos que você teve, a quantidade de nomes na lista de espera, quantos se inscreveram na sua instituição e até mesmo o número de testes vocacionais obtidos, caso essa seja uma metodologia aplicada em sua escola.

Para fazer o cálculo da taxa de conversão você precisa comparar o número total de visitantes de uma página com a quantidade de usuários convertidos nela e dividir as conversões pelas visitas.

Nesse caso, se você ainda não está com a sua marca exposta nas redes sociais, você estará em desvantagem!



2 - Retorno sobre Investimento

Esse também é bem conhecido como ROI e ele calcula o custo que a instituição teve com uma campanha de marketing levando em conta os ganhos com as ações realizadas, ou seja, o número de alunos convertidos.

Ele permite analisar o investimento com as campanhas e quais são os resultados que ela está oferecendo à sua instituição.

O cálculo do ROI é simples. Inicialmente subtrai-se o ganho obtido com o investimento pelo próprio valor investido, e, em seguida, divide-se esse resultado por esse mesmo valor de investimento. O resultado obtido deverá ser multiplicado por 100 para que assim você tenha o valor do seu ROI.

Aqui você fica sempre de olho se as campanhas feitas estão sendo viáveis ou não!



3 - Custo de aquisição por aluno

Essa métrica é autoexplicativa!

Ela consiste em analisar o custo geral para a aquisição de cada novo aluno durante as campanhas, ou seja, ele leva em conta toda e qualquer despesa durante esse período.

Com ela, você consegue ter uma noção mais exata de quanto cada novo estudante custou para sua escola.



4 - Taxa de cliques por e-mail marketing

A última, mas não menos importante métrica que deve ser analisada é a taxa de cliques nos e-mails marketing.

Nós sabemos que e-mails são a principal forma de comunicação das instituições de ensino e porque não aproveitar isso para vender também?

Enviar propagandas, conteúdos de valor e informações úteis aos seus possíveis clientes pode ser uma opção muito viável.

E para analisar se isso está dando certo, você pode usar a chamada Clickthrough Rate, uma estratégia que analisa a taxa de cliques nos e-mails permitindo que você saiba se seus e-mails estão sendo abertos e se sua estratégia está sendo viável.

Assim você saberá quantas pessoas estão convertendo!

4 Conclusão

Chegamos ao fim!

E depois de tudo isso você pode notar que tudo se resume a estudar muito e se manter sempre atualizado para oferecer o melhor ao seu cliente, concorda?

Esperamos que a partir de agora você coloque nossas dicas em prática e não se renda a mesmice. Mude sua visão, expanda seus horizontes e alavanche seus resultados!

E é claro, se você precisar de ajuda, estamos aqui dispostos a tirar todas as suas dúvidas. Acesse nosso site e fale com um de nossos consultores!

