

VÍVIANE
CAETTANO

Captação de Alunos

Quais ações são indispensáveis?



Agenda

Part 1:

Desafio

Part 2:

Defina um Conceito

Part 3:

Seja Presente

Part 4:

Jornada Digital do
Candidato

MERCADO ATUAL

Com a alta competitividade do mercado de educação, é um grande desafio **captar novos alunos e fidelizar os atuais estudantes.**



QUAL O PRIMEIRO PASSO?



Ter um **projeto pedagógico** bem-estruturado e clareza dos seus pontos fortes e pontos de melhoria.



QUAL O GRANDE DESAFIO?

**ENCONTRAR UMA
FORMA DE COMUNICAR
TUDO ISSO DE MANEIRA
ATRATIVA.**

DEFINA UM CONCEITO



CONHEÇA OS **CANAIS**
ONDE OS SEUS LEADS
ESTÃO.





INVISTA EM PUBLICIDADE

**SER LEMBRANDO É O
PRIMEIRO PASSO
PARA CONQUISTAR
A CREDIBILIDADE DO
SEU PÚBLICO-ALVO**

**Invista em
Publicidade**

Ser lembrado é o primeiro passo para **conquistar a credibilidade.**

Mídia OFF-Line

Associar valores de autoridade e confiança, apresentando seus diferenciais para a oferta de um serviço de ensino de qualidade.



Invista em Publicidade

Ser lembrado é o primeiro passo para **conquistar a credibilidade.**



Mídia **ON-Line**

A internet está presente na vida das pessoas, desempenhando um papel importante em toda a jornada de compra, desde a descoberta até a decisão.

Mídia ON-Line

Para obter sucesso nas campanhas de mídia on-line, alguns processos não podem ser esquecidos, tais como:

01

Site Institucional

Com informações completas e estratégia de SEO.

02

Landing Pages

Páginas curtas, que serão utilizadas para apoiar as estratégias comerciais.

03

Redes Sociais/Blog

Presença sólida com conteúdos relevantes e que apresentem os diferenciais, sempre alinhado com o conceito e atenção as interações.

04

Ads

Investimento contínuo, porém respeitando a calendarização de acordo com os períodos estratégicos de captação.

05

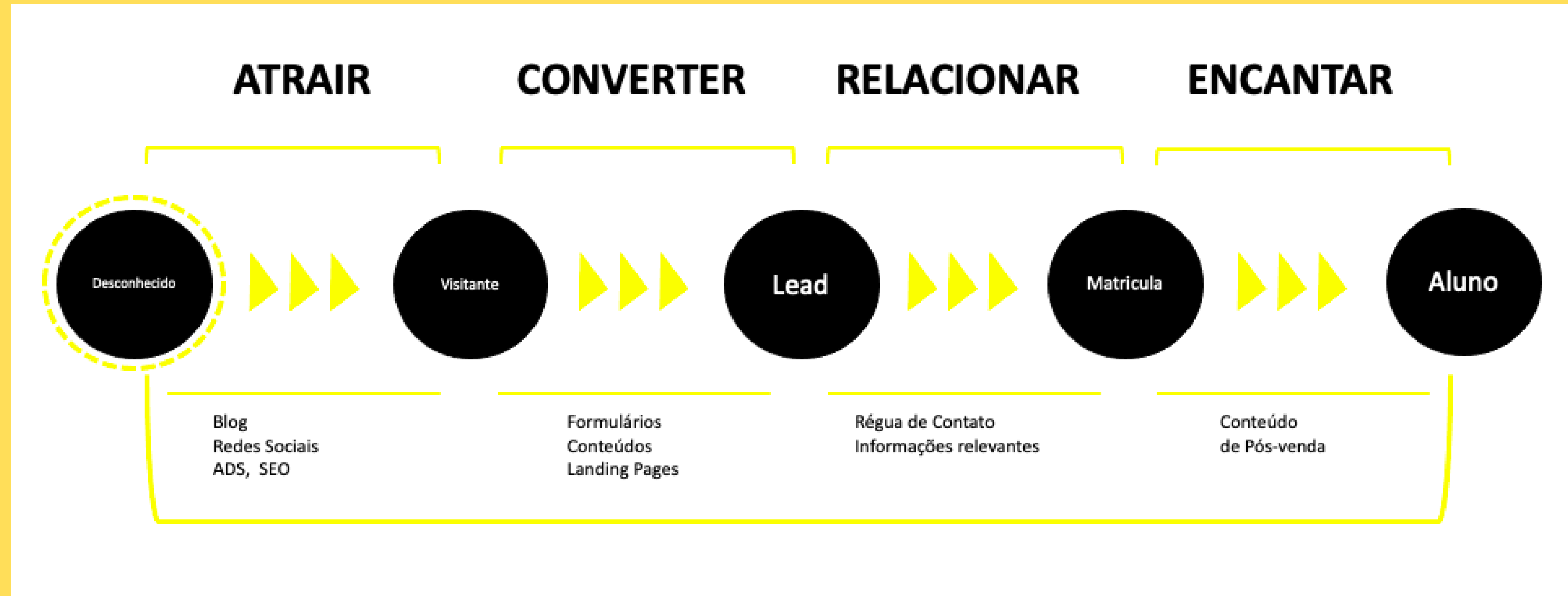
Analytics

Mais importante que anunciar é medir. Análise de dados e otimização devem ser diárias.

Jornada Digital do Candidato



ETAPAS FUNDAMENTAIS PARA O PROCESSO



ATRAIR

Conteúdos relevantes criados especialmente para atrair usuários.

SEO, Ads e Redes Sociais.

CONVERTER

Contato com o usuário que demonstrou interesse no conteúdo.

Oferta de informações relevantes, com formulário de interesse de vaga.

RELACIONAR

Estabelecer um relacionamento e se tornar uma opção relevante

Régua de contato, segmentada pela fase da jornada de compra.

ENCANTAR

Invista em ações para o público interno.

Tenha uma régua de contato específica com o foco na satisfação do aluno.

PLAN



TENHA UM PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

Desde a elaboração do conceito até as ações de retenção dos alunos.

OBRIGADA.

