



**rabbit**  
CONFSSIONAIS



**ANEC**  
Associação Nacional de  
Educação Católica do Brasil



Esta será a primeira rematrícula depois que a pandemia foi controlada.

Tudo nos leva a crer que este será o período de início da retomada do crescimento das instituições de ensino regulares.

**Teremos um ano  
de oportunidades,  
basta saber  
aproveitá-las.**



### **3. Historicamente, a fase da rematrícula é importante...**

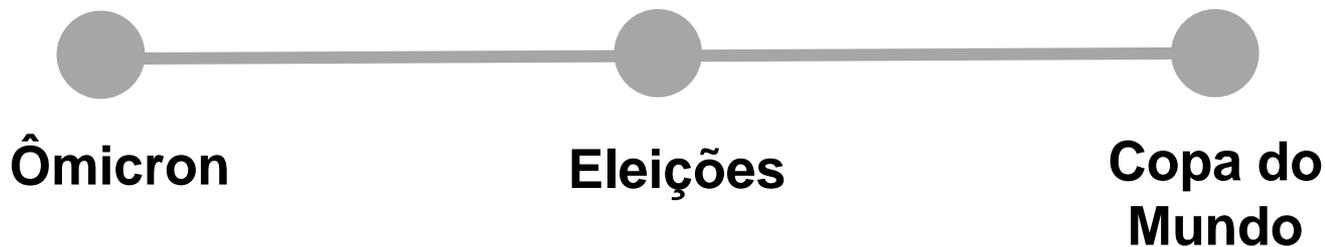
- Para que as matrículas novas possam aumentar o número de alunos e não somente propiciar a sua reposição.
- É um termômetro para avaliar o nível de satisfação das famílias e, conseqüentemente, a quantidade de indicações.
- Reduz os descontos e a inadimplência, já que os pais precisam quitar seus débitos para que seus filhos possam estudar no próximo ano.

### **Principais fatores**

- **Qualidade na prestação dos serviços, principalmente no que se refere ao pedagógico.**
- **Implantação de estratégias atualizadas e bem gerenciadas.**



## 4. Novos desafios



Mesmo sendo um ano atípico, as rematrículas e captação de alunos novos serão muito melhores que as dos anos anteriores, com chances concretas de crescimento do número de alunos, aumento do ticket médio e redução da inadimplência.

**A média histórica de crescimento das escolas, com exceção do período de pandemia, é de 3% a 8% do total de alunos.**



**Crescimento**



**Aumento do GAP**



**Declínio**

## 6. Captação de alunos novos

Segundo a pesquisa realizada pela Explora, braço de pesquisas do Grupo Rabbit, mesmo depois do término do período de alta sazonalidade, cerca de

**10% a 15% dos alunos ainda não retornaram às aulas**

e também não migraram para as públicas, que tiveram muita dificuldade em ministrar as aulas online.



## 7. Captação de alunos novos

# AGOSTO

## Antecipação da alta sazonalidade

Este fenômeno deve-se ao aumento do número de infectados pela Covid-19 e outras síndromes respiratórias no início do ano.

Os pais, com medo da contaminação, principalmente de educação infantil e fundamental I, permaneceram com seus filhos em casa no período que, naturalmente, deveriam retornar às aulas presenciais.

Com a epidemia controlada, muitas famílias retornarão com seus filhos às aulas presenciais na próxima mudança de ciclo, no início do segundo semestre.

Mediante esse cenário, as escolas precisam antecipar suas estratégias de marketing e organização das vendas para que estejam em pleno funcionamento na virada do semestre.

**A responsabilidade da escola, neste momento, é definir quem serão os responsáveis pelo setor de vendas e de matrículas, e verificar se haverá a necessidade de trocas ou contratações de novos colaboradores.**

## 8. Captação de alunos novos

A Rabbit irá adiantar o lançamento da produção das campanhas para maio, e os conteúdos de captação de alunos e treinamentos comerciais para o início de junho.



## 2º. semestre

### 9. influência dos grandes acontecimentos



A definição em **rematricular ou trocar de escola** é uma das mais significativas na vida dos pais, pois compromete o futuro de uma pessoa mais importante do que eles próprios: seu filho.

Por isso, qualquer instabilidade poderá gerar insegurança e fazer com que se postergue esta tomada de decisão.

## 10. Influência dos grandes acontecimentos

Justamente no período em que grande parte destas decisões são tomadas, ocorrerão dois grandes eventos:

as **eleições**, que serão acirradas e as mais agressivas dos últimos tempos devido aos fatores belicosos e polarizados dos principais candidatos; e a **Copa do Mundo**, momento de descontração atrelado às **festas de final de ano**.

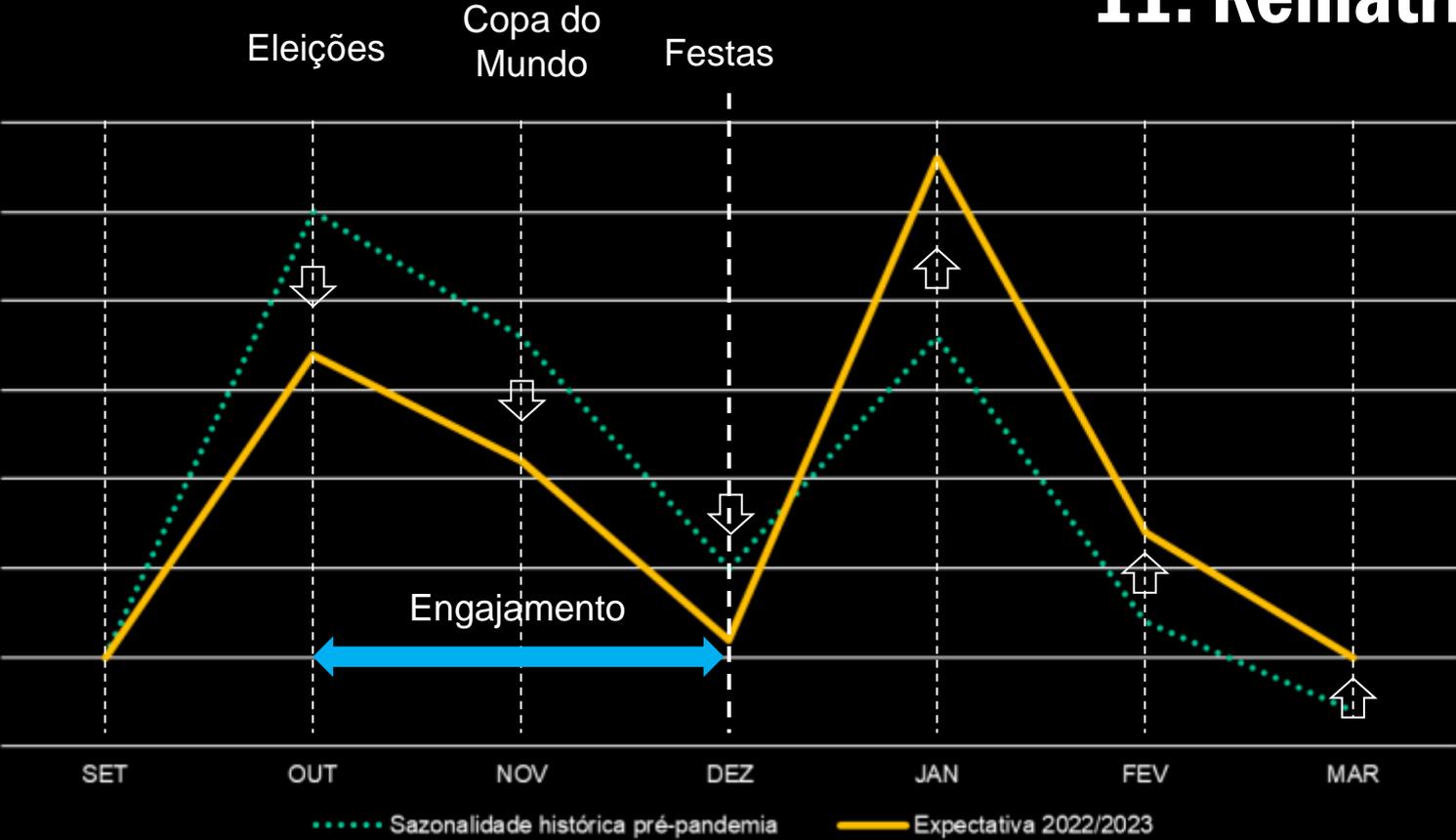
Por isso, as escolas correm o risco de muitos pais deixarem para efetivar suas matrículas somente no ano que vem.

Para reduzir esta tendência, o ideal é lançar as campanhas de matrículas e captação de alunos antecipadamente e criar um projeto de engajamento ao longo do período dos grandes acontecimentos para manter conectados todos que postergarem as tomadas de decisões.

**ANTECIPAR  
e ENGAJAR**



# 11. Rematrículas



# 12. Mudança da sazonalidade



## 15. ENGAJAMENTO

Quanto mais os pais compreenderem o processo de ensino-aprendizagem, maior será a chance de materializarem o que foi desenvolvido nas aulas e perceberem a evolução gradual dos seus filhos.

A importância do registro do conteúdo pedagógico se tornou ainda mais relevante este ano devido às alterações da sazonalidade, que será mais extensa e com uma queda nos resultados durante as eleições e Copa do Mundo.

## 16. Gestão de tempo e processos

- Intitule um responsável para administrar o projeto.
- **Utilize o depto de criação da consultoria e/ou da Digital.**
- Divida as tarefas e cobre as entregas: uma vez por semana um professor fica encarregado de enviar fotos e vídeos.
- **Utilize a planilha de gestão de projeto disponibilizada pela Rabbit.**
- Crie uma rotina com horário fixo de 30 minutos para realizar a tarefa.
- **Utilize um dos horários para realizar um checklist com o responsável.**
- Não desista – a dificuldade em seguir os combinados irá melhorar gradativamente.

## 17. Alguns cuidados para obter os resultados esperados

- Foque nas ações concretas, de possível mensuração e ilustrativas, e utilize os argumentos teóricos.
- Destaque os registros visuais, que proporcionam mais emoções e possibilitam um entendimento mais rápido. Sempre apresente os objetivos, intencionalidade e benefícios das ações realizadas.
- **Priorize a produção dos alunos.**
- Técnica do abstract – prefira os textos curtos (2 parágrafos) com os objetivos e benefícios do projeto.

## 18. Divulgação - o ideal é que seja multimídia

- Portfólios - Por ser mais detalhado, possibilita uma visão ampla do projeto pedagógico.
- **Diário de bordo - Durante a vivência de um projeto, apresentar a sua evolução mediante explicação pelos alunos.**
- Making of - Registrar a pré-produção dos eventos e projetos, desde que tenha a participação dos alunos.
- **Enviar e postar periodicamente conteúdo pela agenda eletrônica ou WhatsApp.**
- Enquetes - Interagir com as famílias, por meio de perguntas como: “o que achou?”, “sugestões”... Postar os elogios nas redes sociais.
- **Depoimentos de pais, colaboradores e alunos é uma das principais formas de aumentar o institucional das escolas.**

# **PESQUISA REMATRÍCULAS**

20. Maio de 2022

Famílias de alunos

3.000 pessoas

Pesquisa quantitativa

ANTES DA INTERNET

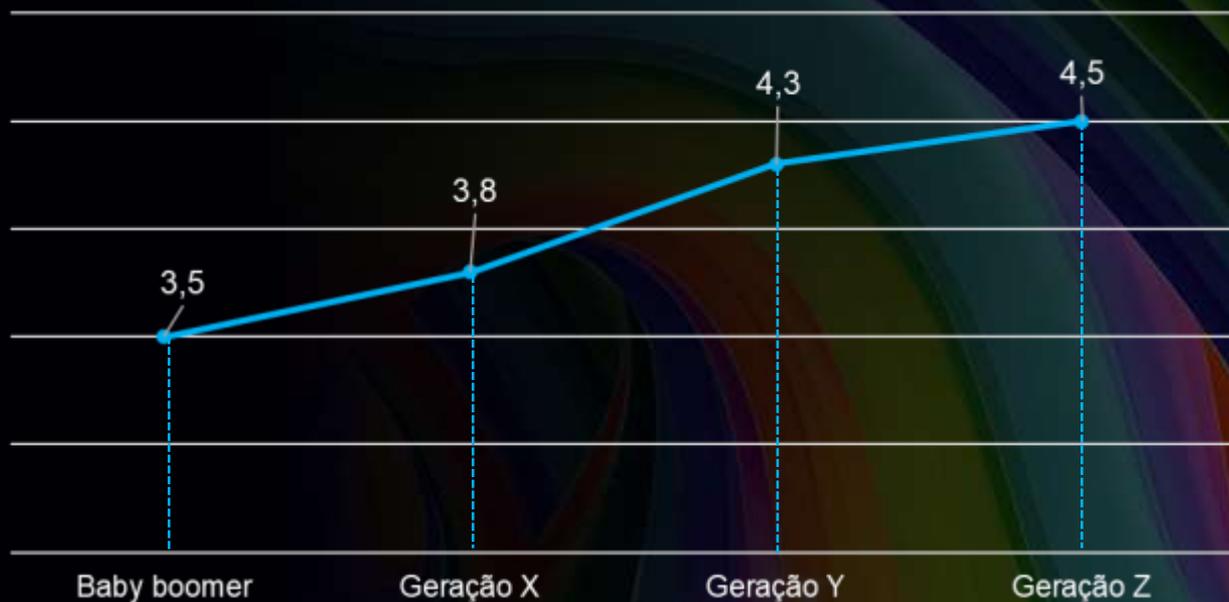
DEPOIS DA INTERNET



## 22. Quais qualidades da escola você considera essenciais para rematricular seu filho para o próximo ano?

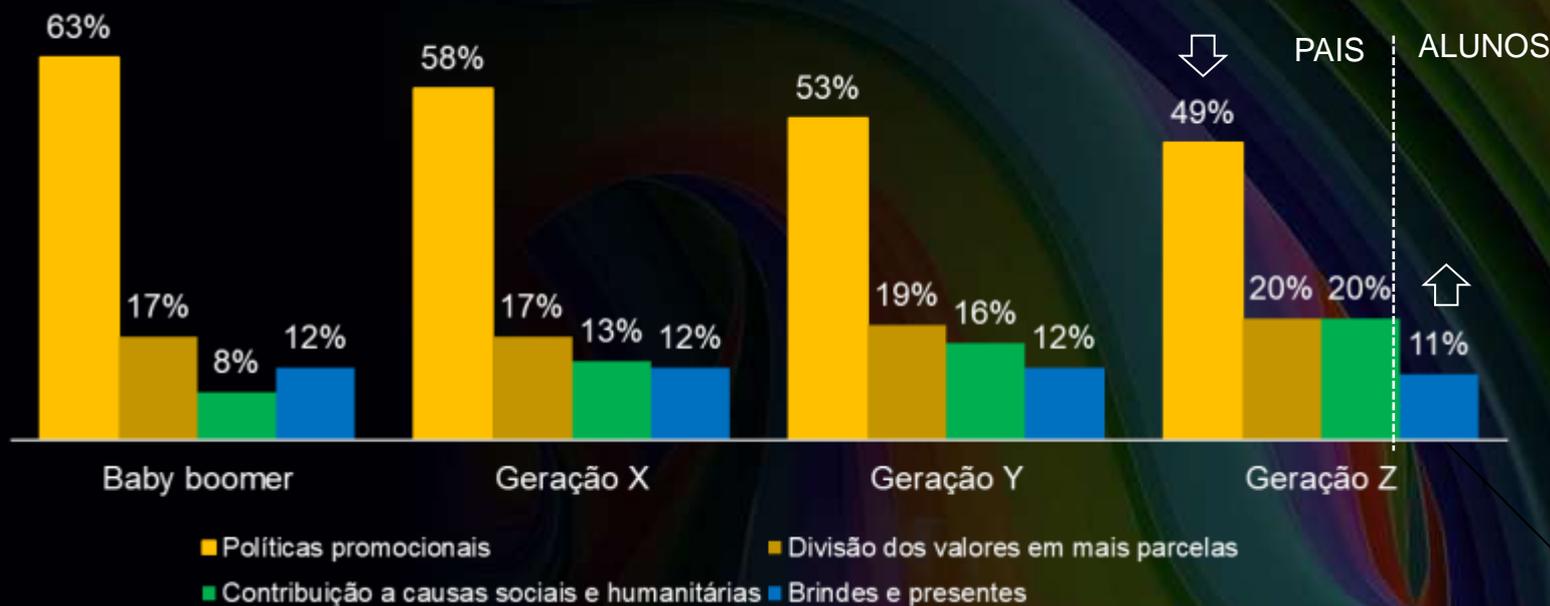
Baby Boomers	Geração X	Geração Y	Geração Z
1 - Acolhimento	1 - Acolhimento	1 - Acolhimento	1 - Acolhimento
2 - Professores qualificados			
3 - Ensino forte, focado em resultados	3 - Investimento em tecnologia	3 - Ensino moderno, baseado em projetos	3 - Ensino moderno, baseado em projetos
4 - Investimento em tecnologia	4 - Ensino forte, focado em resultados	4 - Investimento em tecnologia	4 - Sustentabilidade e questões sociais
5 - Ensino moderno, baseado em projetos	5 - Ensino moderno, baseado em projetos	5 - Sustentabilidade e questões sociais	5 - Investimento em tecnologia
6 - Atividades intra e/ou extracurriculares	6 - Sustentabilidade e questões sociais	6 - Atividades intra e/ou extracurriculares	6 - Atividades intra e/ou extracurriculares
7 - Sustentabilidade e questões sociais	7 - Atividades intra e/ou extracurriculares	7 - Ensino forte, focado em resultados	7 - Ensino forte, focado em resultados

**23. De 1 a 5, qual a importância de associarmos as políticas de rematrículas a causas sociais, qualidade de vida e sustentabilidade?**

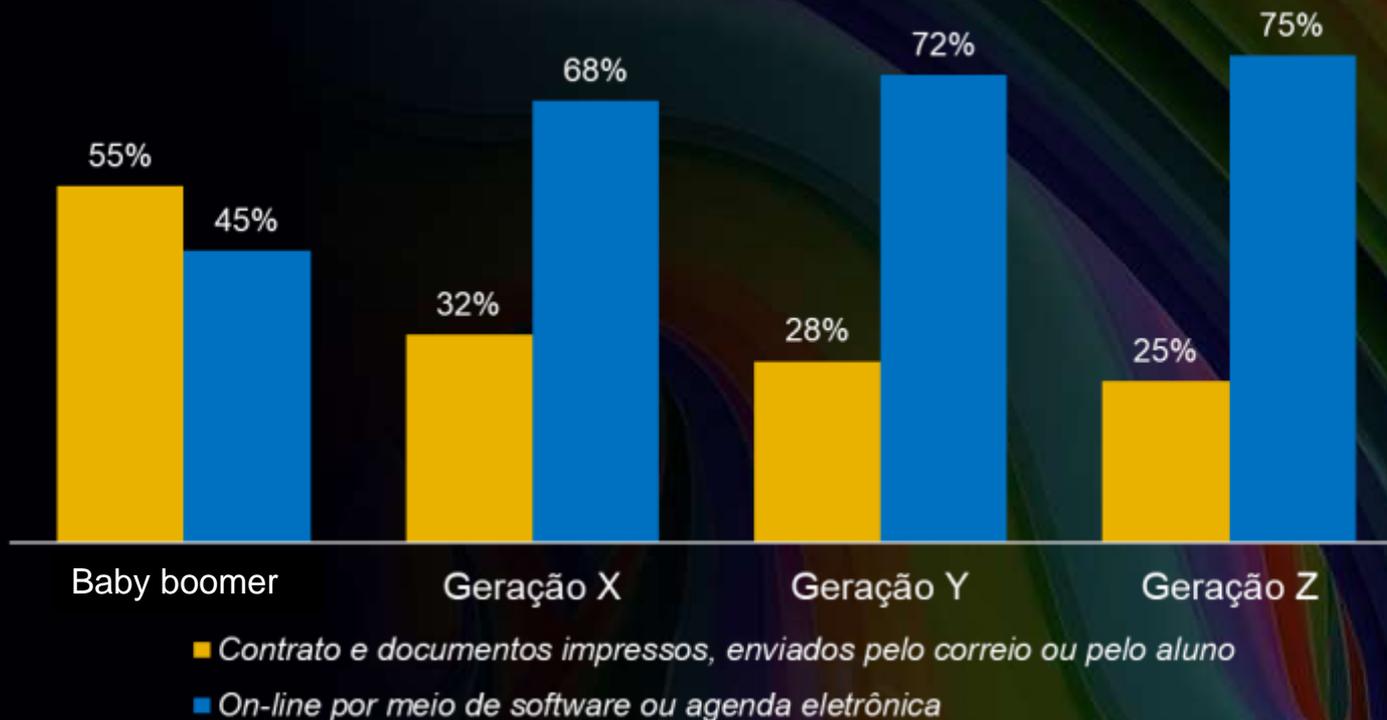


## 24. Na hora de efetivar a matrícula do seu filho para 2023, qual benefício você acha mais interessante?

É importante salientar que os índices baixos de interesse nos brindes estão relacionados aos pais, público-alvo da pesquisa. Caso a pergunta fosse direcionada aos alunos, a predileção para com os brindes seria muito maior.



## 25. Como você prefere que seja realizada sua rematrícula?

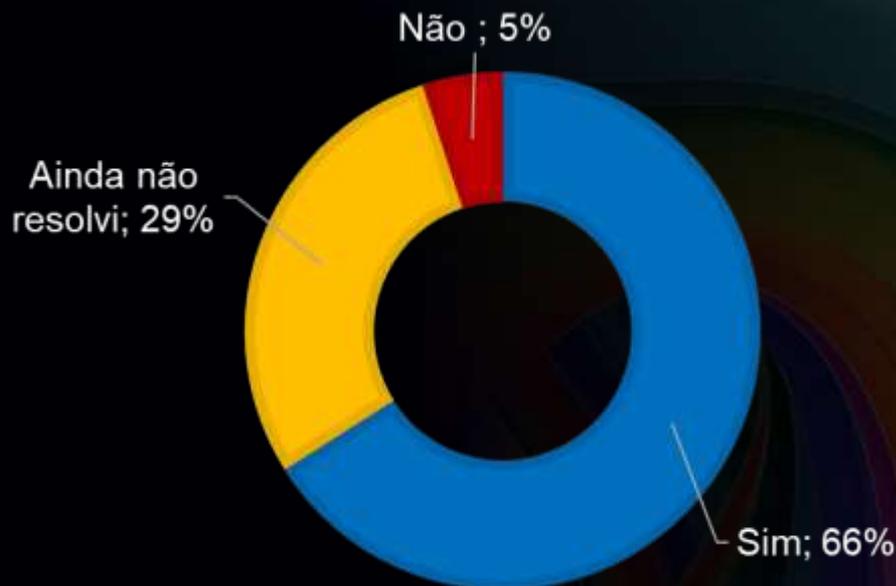


## 26. Você tem alguma sugestão para que possamos aprimorar ainda mais a nossa prestação de serviços educacionais em 2023?



Professores qualificados	17%
Comunicação	13%
Projeto pedagógico	10%
Infraestrutura	9%
Tecnologia	8%
Ensino bilíngue	7%

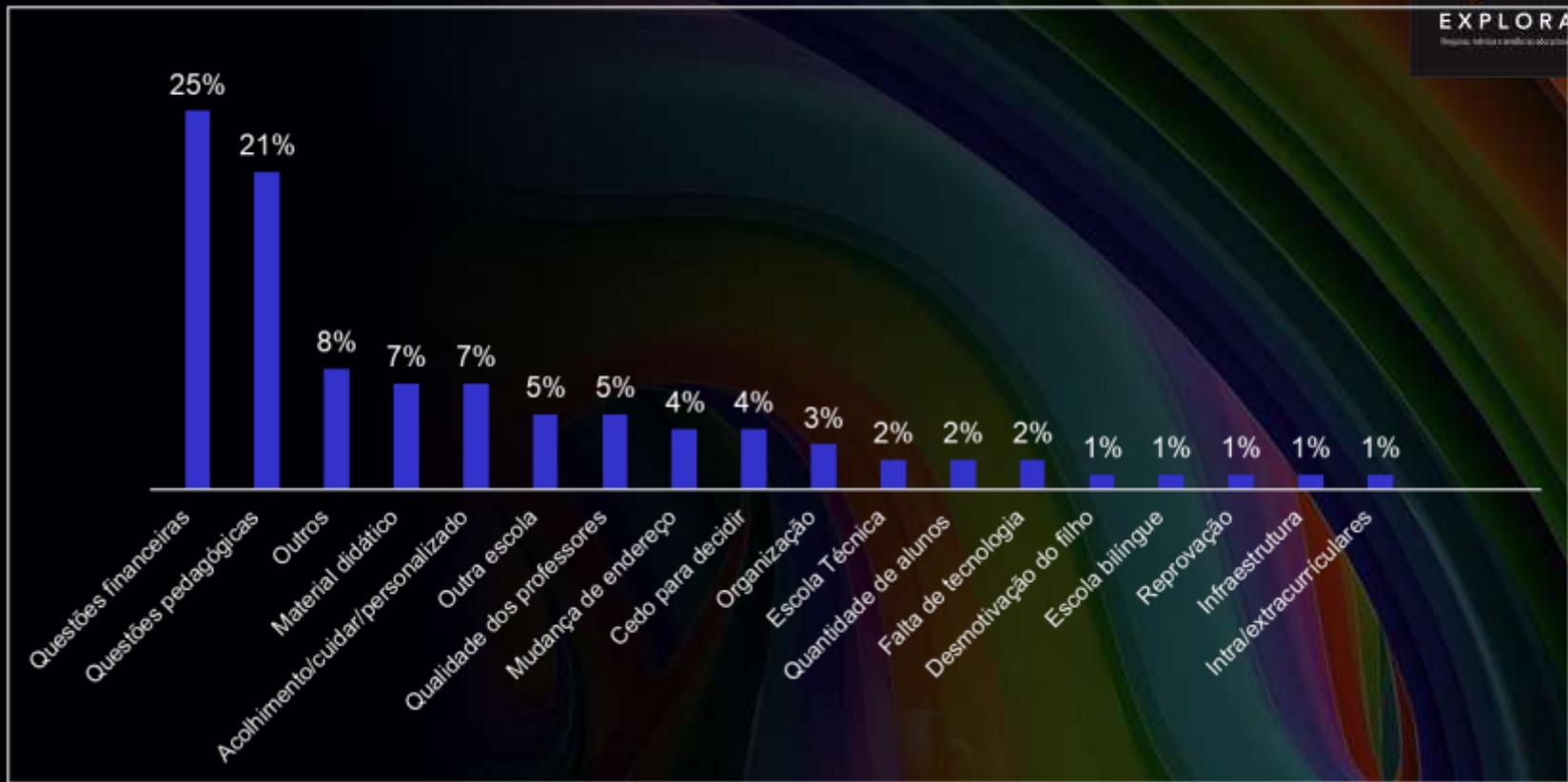
## 27. Seu filho irá permanecer em nossa escola em 2023?



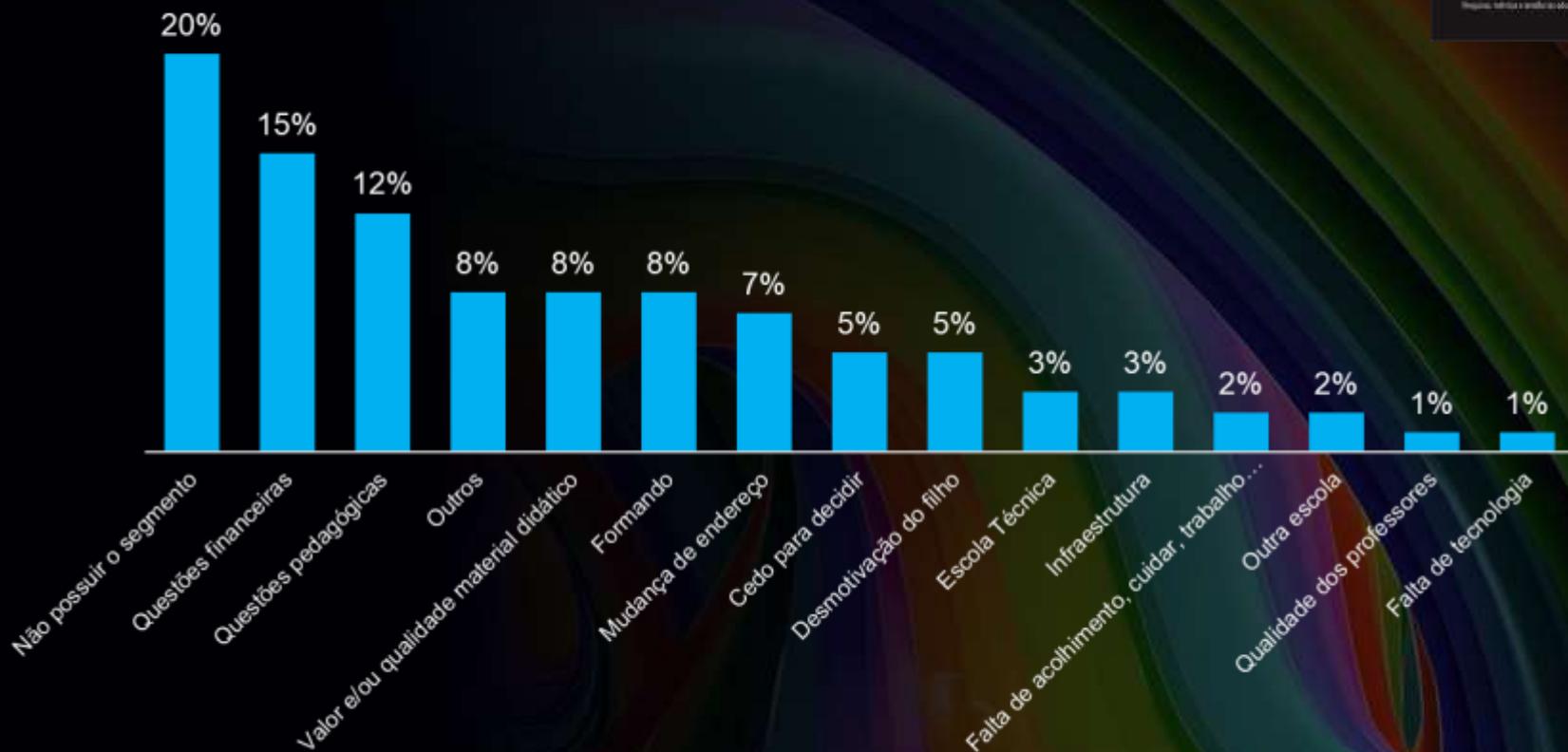
### **Risco de perda de alunos 34%**

Utilize a pesquisa para iniciar o projeto de rematrículas. Entre em contato, compreenda e tente solucionar as insatisfações de todas as famílias.

### 30. Qual o motivo pelo qual respondeu “ainda não resolvi”?



## 31. Qual o motivo pelo qual respondeu “não”?



## 32. Budget Investimentos na re matrícula

# 30%

do valor da primeira  
parcela da anuidade.

Como a época de alta sazonalidade será mais extensa, de agosto deste ano a março de 2023, o budget (investimento em ações de marketing e promoções) precisa ser bem equacionado para que não falte verba ao longo do percurso.

**20%** de desconto para os pais.

**5%** para custear um brinde.

**5%** para os gastos de propaganda.

## 33. Dica especial de inbound marketing



As estratégias de ADS, isto é, o aumento da audiência da marca da escola no Google, Instagram e Facebook, por meio de investimento em dinheiro é uma das principais ferramentas de divulgação da atualidade.

**E para que ocorram os resultados esperados, o ideal é iniciar o processo de ativação um a três meses antes do lançamento da campanha. Quanto mais antecipado for o início da campanha, melhor será a otimização desta ferramenta.**



## 34. Reajuste das mensalidades

A definição dos reajustes deve ser realizada próxima ao lançamento da campanha de matrículas devido à instabilidade do mercado financeiro que voltou a subir suas projeções para a inflação deste ano, de acordo com o Relatório Focus divulgado pelo Banco Central.

Pelas novas estimativas, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) deve fechar o ano em torno de 8%. Essa foi a 16ª alta consecutiva.

Se a escalada inflacionária permanecer ao longo dos próximos meses, acredito que o reajuste das mensalidades para 2023 ficará próximo a

**dois dígitos,  
entre 9% e 12%.**

## 47. Cobrança da rematrícula

### QUENTES

Clientes que efetivaram a rematrícula na data correta.

### MORNOS

Clientes que não se pronunciaram até a data limite. Devem ser contatados pelo **atendimento, por meio da agenda eletrônica, WhatsApp e, posteriormente, por telefone.**

### FRIOS

Rescindiram o contrato de prestação de serviços. O ideal é que um líder como a **coordenação ou direção efetue um contato por telefone ou que o atendimento agende reunião.**

## 49. Regras comerciais

**O ideal é lançar no sistema o valor da anuidade sem os descontos concedidos e negociar no face to face.**

Salvo os clientes que você já conhece e precisam de um tratamento diferenciado ou descontos padrões, como para irmãos e de pontualidade.

- Desconto na primeira parcela da anuidade
- Aumentar as mensalidades a partir de março de 2023
- Isenção da segunda parcela da anuidade
- Desconto no material didático
- Ganho do uniforme
- Atividade extracurricular sem custo
- Período de férias sem custo
- Desconto no programa bilíngue, maker...
- Brindes

Enfatize na circular de rematrícula os benefícios compulsórios. Deixe claro nas primeiras telas do sistema para refrescar a memória dos pais.

- **Desconto para irmãos**
- **Desconto para pagamento à vista**
- **Desconto por pontualidade**
- **Convênio com empresas**
- **Desconto Amigo**

