



COMO GERIR PROCESSOS DE CAPTAÇÃO E PERMANÊNCIA DE ALUNOS



Cibeles Schuelter



Daniele Piazzi



HOPER.
EDUCAÇÃO

EM TEMPOS DE COVID -19

COMO GERIR PROCESSOS DE CAPTAÇÃO?

CIBELE SCHUELTER – CONSULTORA HOPER EDUCAÇÃO



A QUEM SE DESTINA ESTE WEBINAR?

**SE VOCÊ NÃO TEM O
PRODUTO, ESQUEÇA O
MARKETING!**

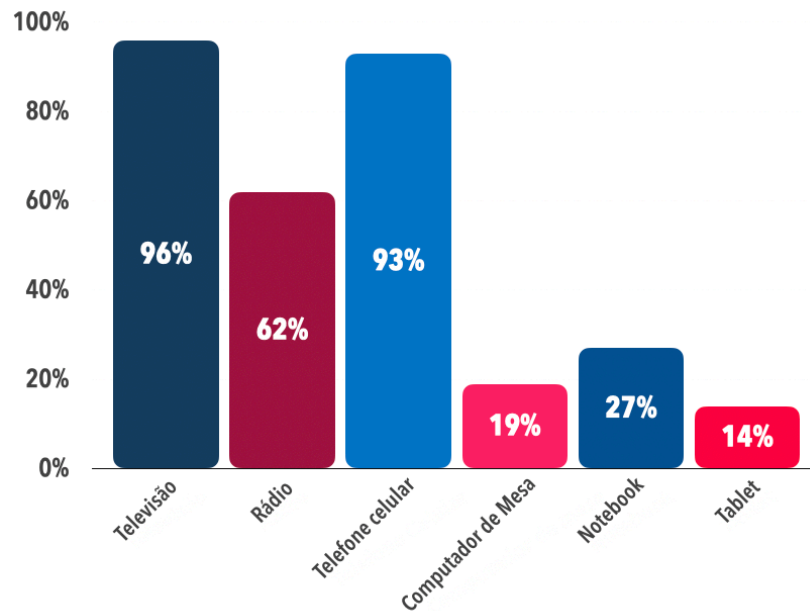
A PRIMEIRA MUDANÇA SOCIAL



É A DE COMPORTAMENTO

QUEM PODEMOS Atingir?

DOMICÍLIOS QUE POSSUEM EQUIPAMENTO TIC



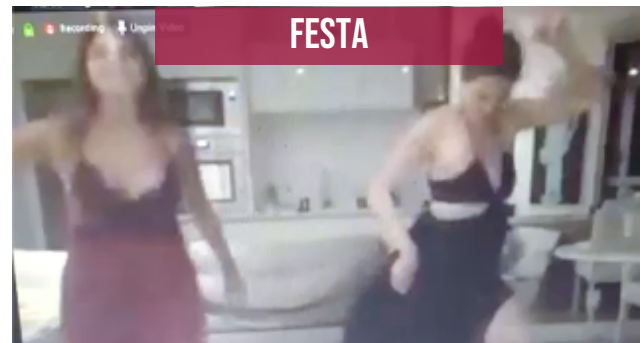
Fonte: CGI.BR/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros – 2018.



TELE MEDICINA



AULA ONLINE



FESTA



GINÁSTICA



CASAMENTO



VIDEOCONFERÊNCIAS

**A RESTRIÇÃO SOCIAL DEU RELEVO PARA COISAS QUE JÁ EXISTIAM,
MAS PASSARAM A SER USADAS EM MASSA.**

QUEM SALVOU A PÁTRIA: CONEXÃO, TRABALHO, ESTUDO, ALIMENTAÇÃO, LAZER



INTERNET 4G E DOMÉSTICA



SALAS DE AULA ONLINE



CONFERÊNCIA ONLINE



Uber
Eats

SISTEMAS DE ENTREGA

O QUE MUDA PARA AS EQUIPES DE MARKETING E VENDAS?

AUMENTA

- ▲ **Atendimento 100% online:** insumos são necessários prover.
- ▲ **Exposição de professores e alunos:** estratégias de uso de influência de amigos e redes sociais.
- ▲ **Necessidade social:** argumentos contra objeções.
- ▲ **Políticas comerciais específicas.**

DIMINUI

- ▼ **Tempo de resposta aos canais digitais:** Uso de ferramentas de gestão é mais necessário.
- ▼ **Menos leads.**
- ▼ **Verba de marketing.**

É HORA DE CAPTAR ALUNOS?



1. A realidade da sala online é global e um **caminho sem volta**.
2. **Feedbacks positivos mostram** a mudança de comportamento em relação à aula online.
3. Uma mudança que veio para ficar: poucos colégios tinham plataformas online.
4. Das 2.537 IES, menos de 300 ofereciam EaD. **Ninguém abandonará plataformas online**.
5. Uma nova realidade de ~~preços~~ pagamentos.
6. **Produtos presenciais reformatados**. Exemplo: Pós Uni-Anhanguera.

A PROSPECÇÃO COMERCIAL DEVE CONTINUAR ?

SIM !

COMO ?

Sites das empresas

Redes sociais

Growth Hacker (Hunter extensão para Chrome)

Inside sale



MAIS DO QUE NUNCA AS PESSOAS ESTÃO NAS REDES SOCIAIS



O NOVO AMBIENTE DE CAPTAÇÃO É

ONLINE 



É PRECISO DOBRAR A EMPATIA NA CAPTAÇÃO



X



**SOLUÇÃO: POLÍTICA COMERCIAL
EDUCAÇÃO COMO SAAS**

E AS CAMPANHAS?

01

RECOLHER VERBA OFFLINE. PODE EXECUTAR RÁDIO E TV.

02

INVESTIR NO MULTICHANNEL ONLINE: REDES SOCIAIS (FREE E PAGA), E-MAIL MKT, PERFORMANCE (GOOGLE), SMS, CURSOS GRATUITOS, EVENTOS ONLINE E WEBINAR, SALAS DE AULA ONLINE COMO DEGUSTAÇÃO.

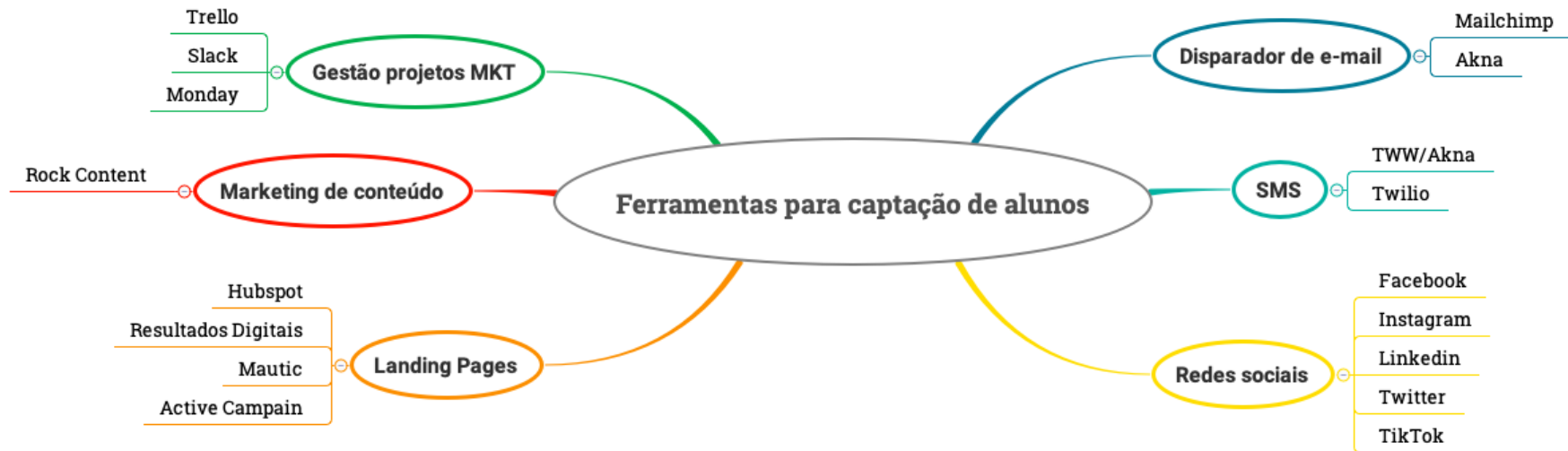
03

LEAD QUE ERA OURO VIROU DIAMANTE!



REVER TODAS AS RÉGUAS.

FERRAMENTAS QUE PODEM AJUDAR AGORA



CIBELE SCHUELTER



CIBELE@HOPER.COM.BR



48 988278661



LINKEDIN.COM/IN/CIBELECS





HOPER[®]
EDUCAÇÃO

GESTÃO DA PERMANÊNCIA EFICAZ

ESTRATÉGIAS PARA MITIGAR A EVASÃO NA CRISE COVID-19

DANIELE PIAZZI – CONSULTORA HOPER EDUCAÇÃO



**ACESSO SEM APOIO
NÃO É OPORTUNIDADE !**

VICENT TINTO, 2008



RETENÇÃO

conjunto de estratégias e ações desenvolvidas com o objetivo de **manter** o aluno na instituição no período de sua jornada acadêmica, **evitando assim a evasão**.

DIFERENTES VISÕES SOBRE A TEMÁTICA

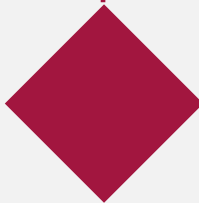
SUCESSO DO ESTUDANTE

conjunto de estratégias e ações desenvolvidas com o objetivo de **apoiar** o aluno na instituição no período de sua jornada acadêmica, **proporcionando meios para que ele tenha sucesso na obtenção de suas metas**.

RETENÇÃO



DESEJO DA IES

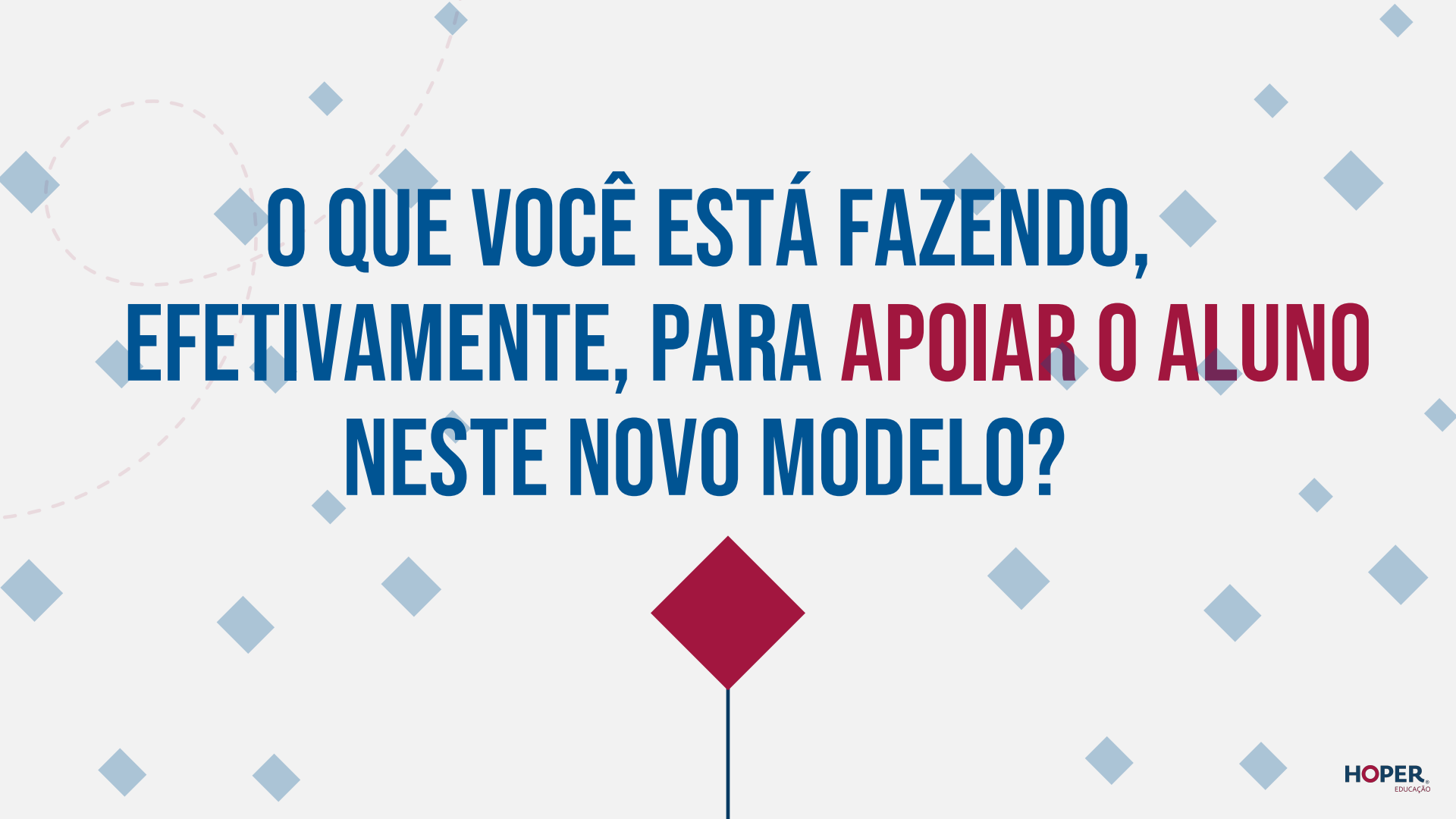


PERMANÊNCIA



DECISÃO DO ALUNO





**O QUE VOCÊ ESTÁ FAZENDO,
EFETIVAMENTE, PARA APOIAR O ALUNO
NESTE NOVO MODELO?**

INSIRA A PERMANÊNCIA EFICAZ NA PAUTA DAS REUNIÕES DO COMITÊ DE GERENCIAMENTO DE CRISE

1

- Múltiplas perspectivas ▲
- Abordagem integrativa ▲
- Deliberações coerentes ▲
- Compromisso institucional ▲

COMUNIQUE-SE DE MANEIRA EFICIENTE

- ▶ Narrativa
- ▶ Frequência
- ▶ Canais
- ▶ Abordagem



HUMANIZE TODAS AS RELAÇÕES



3

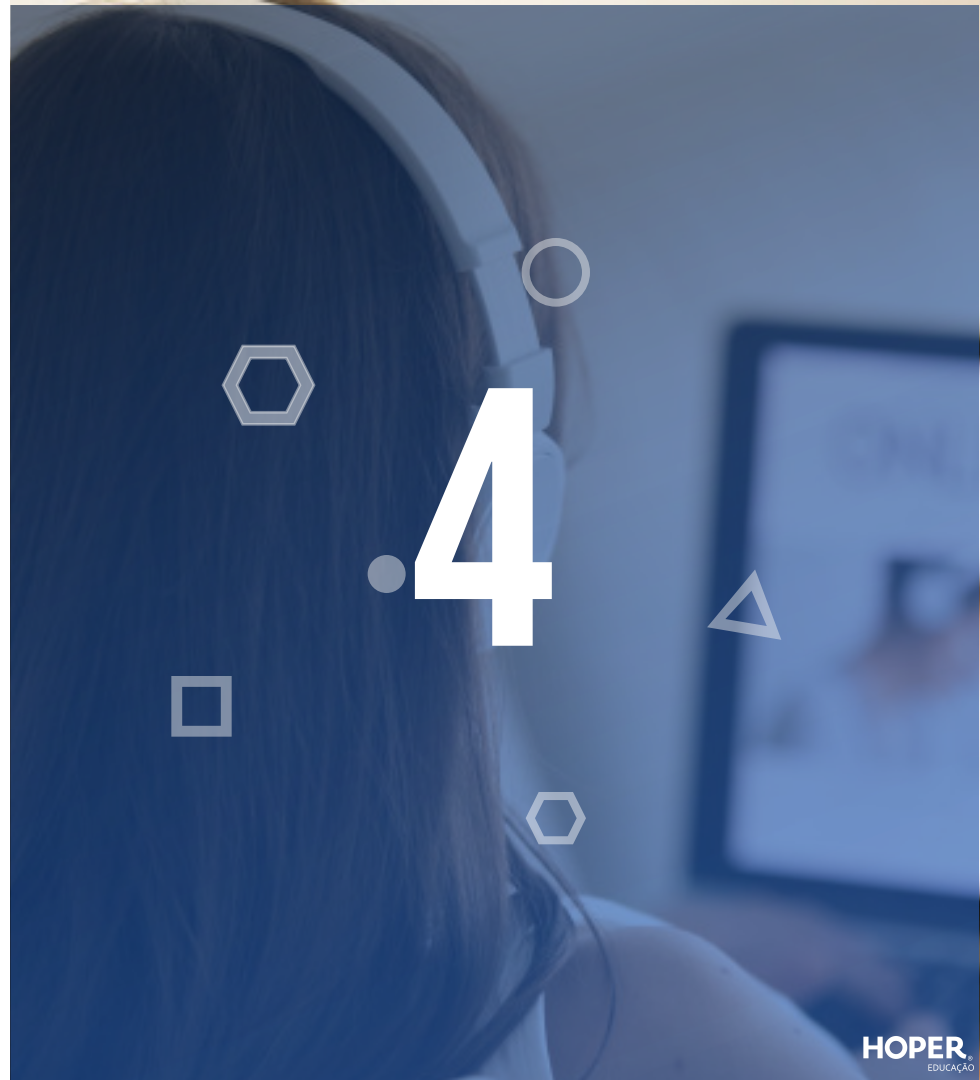
Humanização ◀

Empatia ◀

Atendimento financeiro ◀

ACOMPANHE O QUE ESTA ACONTECENDO NO AVA

- ▶ Data mining
- ▶ Indicadores
- ▶ Atuação preditiva
- ▶ Ouça seu aluno
- ▶ Atente-se para os ingressantes!



APOIE O CORPO DOCENTE



5

Apoio técnico

Apoio psicológico

Comunicação Transparente

Endomarketing

PLANEJE O FUTURO PÓS PANDEMIA

- ▶ Efeitos;
- ▶ Perspectivas e cenários;
- ▶ Novos produtos;
- ▶ Campanha rematrícula



DANIELE PIAZZI



DANIELE@HOPER.COM.BR



19 95321.0062



LINKEDIN.COM/IN/DANIELE-BRENHA-PIAZZI



PACOTE ESPECIAL – COVID 19

CAPTAÇÃO – PERMANÊNCIA

ASSESSORIA ONLINE PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO

MENTORIA DIRIGIDA

ASSESSORIA TÉCNICA

ENQUETE

Participe da nossa enquete sobre como gerir processos para captação e permanência de alunos

Aponte o celular para o QR Code e responda a pesquisa. Os resultados serão compilados tornados públicos.

