



# FORMAÇÃO DE TIMES

**EMME**

escola de matrículas • marketing educacional





EMME

**FORMAÇÃO  
DE TIMES**

O atual cenário exige profissionais que tenham uma visão geral da gestão do marketing e das campanhas de matrículas para que possam conduzir equipes engajadas no propósito da escola e que estejam tecnicamente preparadas para os desafios de fidelizar os atuais alunos e conquistar novos.

Gerenciar informações que possam ser utilizadas nas campanhas, cuidar do atendimento para que ele se torne um diferencial da escola, trabalhar a comunicação para que ela possa conectar todos os agentes da comunidade escolar e com o mercado, conhecer a jornada da matrícula e colocar o aluno e suas famílias no centro do processo de relacionamento da escola são algumas das responsabilidades dos profissionais que podem estar à frente da condução do marketing educacional.

A marca EMME é a sigla de Escola de Matrículas Marketing Educacional. A partir de 2024, a EMME oferece uma área específica para formação de gestores de marketing educacional ao criar a **MATRIZ CURRICULAR DA GESTÃO DO MARKETING EDUCACIONAL**, que, em seu primeiro ano, apresenta seis cursos com dez módulos de conteúdo cada um.

As escolas assinantes da área **FORMAÇÃO DE TIMES DA M360** têm direito a matricular até 10 profissionais em cada um dos cursos. Ao concluírem o curso, os participantes recebem certificado.

Os profissionais que realizarem todos os cursos recebem, além do certificado de cada curso, o título de Gestor Pleno de Marketing Educacional assinado pela EMME Escola de Matrículas em um evento on-line a ser realizado em fevereiro de 2025.

Para a temporada 2024/2025, a MATRIZ CURRICULAR DA GESTÃO DO MARKETING EDUCACIONAL será composta pelos cursos a seguir.

## **01 AS MELHORES PRÁTICAS PARA ENCANTAR O CLIENTE**

Ementa: A experiência que cada aluno e cada família têm na jornada da matrícula e no dia a dia do ano letivo deve ser pensada para que se torne um diferencial da escola.

Esse curso irá oferecer, em 10 módulos, as técnicas para encantar e surpreender toda a comunidade escolar e fazer com que o time da escola esteja preparado e engajado para oferecer uma experiência espetacular aos seus clientes.

## **02 A ARTE DE VENDER EDUCAÇÃO**

Ementa: A hora da verdade em uma campanha é quando uma família se torna interessada pela escola e o profissional que está no atendimento e/ou no relacionamento tem a meta de fechar a matrícula ou a rematrícula.

Esse curso irá oferecer, em 10 módulos, técnicas de vendas, negociação, formas de apresentação dos diferenciais da escola e ações de relacionamento para fechar a venda.



## **A INTELIGÊNCIA E A EMOÇÃO DE COMUNICAR**

Ementa: No ambiente escolar e no mercado em que a escola atua, um dos maiores ativos da escola é a competência que ela tem em se comunicar com todos os seus públicos.

Esse curso irá estabelecer qualidade, estilo, planejamento e metas e definir frequência e prioridades na comunicação com o time da escola, alunos e suas famílias e com o mercado em que a escola atua.

## **GESTÃO DE INFORMAÇÃO E DADOS**

Ementa: A gestão do marketing e das campanhas precisa ser feita a partir de dados e com inteligência.

Esse curso irá ensinar como montar um plano de marketing competente a partir de dados da escola, do mercado e da concorrência. Ao final, o aluno estará pronto para conduzir o time da escola na execução das campanhas de matrículas.

## **COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DA LIDERANÇA**

Ementa: Um dos principais desafios de uma escola é transformar sua equipe em um time engajado e motivado; para isso, a liderança do time é estratégica.

Esse curso irá formar líderes de equipes envolvidas com o encantamento do cliente e com a conversão de interessados em matriculados e dos atuais alunos em rematriculados para 2025.

# 06

## PROPÓSITO: O PRINCIPAL ATIVO DA ESCOLA

Ementa: O objetivo é fornecer elementos para a escola entender, identificar e potencializar seu propósito como um ativo junto aos seus clientes. Junto aos times, como fator de motivação e geração de melhores resultados. Junto à comunidade escolar como fator de empatia e pertencimento. Junto às famílias em perspectiva, como diferencial na atração e conversão de matrículas.

O curso tem uma abordagem histórica, neurológica e prática. Histórica: na evolução da comunicação e o papel na marca no processo de decisão de compra. Neurológica: no entendimento de sistemas envolvidos na performance de profissionais, sinergia de equipes e na gestão das relações. E prática: com estudos de casos e atividades para checagem, modelagem e aplicações do propósito da escola.