INTELIGÊNCIA E DADOS

EMM3
escola de matrículas · marketing educacional

INTELIGÊNCIA E DADOS

Ao longo dos quase 21 anos da EMME, aprendemos o quanto as informações e os dados são necessários para decisões estratégicas. Ter ciência da condução da gestão da escola e, principalmente, do marketing é a base para o sucesso de sua operação e de sua viabilidade. Vivemos tempos em que eles são o oxigênio para que as instituições respirem, possam competir e possam ser organismos saudáveis e preparados para crescer.

Essa área da M360 é a base de tudo e é composta por dezenas de ferramentas para gerenciar os dados da escola e construir estratégias com ciência e assertividade.

São ferramentas para conhecer o mercado, o público, a maneira como sua escola está posicionada em relação aos concorrentes, entre tantos temas. Esse trabalho será desenvolvido pela EMME com as escolas que contratam essa área ou que contratam a M360 ou ainda com as que são associadas do Clube EMME. Agora vamos efetivamente poder contribuir para o aumento da taxa de rematrícula, da taxa de ocupação e do número de novas matrículas. ***Agora a EMME será a parceira no crescimento de sua escola.***

01 Análise dos resultados da Campanha de Matrículas 2024

O fechamento de uma temporada de matrículas deve ser feito com técnica, organização e levando-se em conta todas as áreas envolvidas no projeto. É fundamental que a escola levante os pontos positivos e negativos das ações que foram realizadas para conquistar novos alunos e para fidelizar os atuais. São informações, dados e considerações que serão úteis na construção da campanha seguinte e na evolução do time responsável pela campanha. Nesse módulo, vamos apresentar roteiro detalhado para o levantamento de informações, sistema para envio e processamento dos dados essenciais, análise dos dados e posicionamento da escola em relação às demais escolas parceiras da EMME.

02 Raio X do cenário da escola e definição das metas 2024/2025

Feito o balanço da campanha, o passo seguinte é colocá-lo no histórico, ver a trajetória dos números da escola ao longo do tempo e verificar os pontos de atenção para a condução do ano letivo e para a preparação das campanhas para o ano seguinte. Nesse módulo, vamos apresentar um roteiro de como essa análise deve ser feita: o sistema para entrada dos dados que irá gerar os relatórios necessários para a análise que a EMME irá apresentar ao time da escola. A partir dessa análise e com o apoio do time de consultores da EMME, definem-se as metas para o atual ano letivo relacionadas à evasão e à inadimplência assim como as metas para o próximo ano letivo relacionadas às turmas, à taxa de ocupação, à rematrícula, às conversões na jornada das matrículas, dentre muitos outros que são estratégicos para a construção de um plano de marketing competente.

03 Mapeamento dos alunos perdidos e dos interessados não matriculados

Esse é um aspecto que normalmente a escola não trata com o devido cuidado, mas ele é estratégico porque aponta o que deve ser melhorado na escola, nas estratégias das campanhas e no atendimento. Por isso, ele deve ser feito assim que o ano letivo está em altitude de cruzeiro, com a temporada de matrículas encerrada. Nesse módulo, temos roteiro do trabalho, pesquisas com alunos e pais desses alunos, roteiro para realização de grupos de pesquisas qualitativas com famílias que a escola pode promover on-line, modelos de relatórios para serem entregues aos times responsáveis e um plano de relacionamento com esses alunos para que possam estar colocados na posição de possíveis alunos para o próximo ano letivo.

04 Planejamento estratégico da temporada do marketing

Estamos falando de um ingrediente fundamental para o sucesso do marketing de forma geral e, principalmente, das campanhas de matrículas e rematrículas. Esse quarto passo da área de inteligência e dados da M360 é o alicerce do trabalho para fidelizar os atuais e conquistar novos alunos para o ano letivo seguinte.

Nesse módulo, disponibilizaremos à escola um passo a passo para a realização de um planejamento estratégico com base nas análises de crescimento ou perda de alunos. Esse é um lançamento da nova EMME para tratar de um tema essencial para o sucesso de um projeto de marketing.

05 Pesquisa de perfil da comunidade escolar

Conhecer seu público e suas expectativas é básico para que a escola possa definir suas estratégias de marketing, sua oferta e sua forma de relacionar-se com toda a comunidade escolar. Não dá para fazer marketing sem fazer pesquisa e ponto final. Nesse módulo, a EMME irá disponibilizar um banco de questões e um sistema em que a escola monta a sua pesquisa para aplicar com alunos, colaboradores e pais. Além disso, serão disponibilizados material de comunicação que irá alavancar a participação de todos nas pesquisas e no relatório e vídeo com análise dos resultados. Esse é outro módulo essencial para o sucesso de qualquer escola em um cenário tão competitivo em que vivemos.

06 Pesquisa de satisfação / NPS da comunidade escolar

Conhecer a opinião de alunos, pais e colaboradores sobre a escola é a única forma de poder corrigir erros e valorizar os acertos. Nesse módulo, a EMME irá entregar a pesquisa, o sistema para sua aplicação, material de divulgação e análise comparativa entre as medidas que a escola irá promover ao longo do ano letivo.

Trata-se da implantação de uma cultura do controle de qualidade e pela busca da excelência na entrega da escola. Um ponto importante desse módulo será a campanha para colaboradores para incentivar a busca dessa excelência a partir do que as pesquisas irão levantar com os diversos públicos

07 Análise do mercado e mapeamento da concorrência

Hora de olhar para fora da escola e conhecer o mercado, os números, a concorrência, as tendências de movimentos que aconteceram ao final de cada ciclo do marketing.

Nesse módulo, vamos entregar um estudo dos números do mercado a partir dos dados públicos disponíveis e como sua escola pode coletar, organizar e analisar os três principais concorrentes a partir do seu site, das redes sociais e do atendimento telefônico.

Uma visão estratégica para tomada de decisões para os passos que teremos a seguir.

08 Organização da oferta da escola para 2025

No momento certo e com os dados necessários para esse estudo, isso mesmo: a definição do que a escola irá oferecer no ano letivo seguinte tem que ser feita a partir dos dados que foram levantados nos módulos anteriores.

A EMME irá disponibilizar um roteiro que organiza as ofertas e a decisão da escola além de uma pesquisa com o público interno para medir o interesse para cada item, ou seja, antes do lançamento há um teste para validar ou não a decisão, o que irá fazer com que a escola tenha ainda mais dados para a tomada de decisão. Esse é um módulo muito especial para saber o que realmente agrega valor e faz a diferença na hora da escolha da escola

09 Estratégias para plano de pagamentos e elevação do ticket médio

Esse não é o alicerce, é a viga que sustenta a viabilidade da escola. Políticas de preço, critério de descontos e negociações são itens que, além da viabilidade da escola, constroem sua imagem na comunidade escolar.

Nesse módulo, a EMME irá apresentar opções de como a escola pode estruturar sua política de descontos, além de um conjunto de estratégias para apresentação dos preços, dos reajustes e possíveis mudanças.

10 Gestão dos dados para controle da campanha de (re)matrículas

No dia a dia da campanha, o número de afazeres é enorme, pois, ao mesmo tempo em que construímos o próximo ano letivo, estamos conduzindo o ano letivo atual, mas acompanhar de perto os dados da campanha é a única forma de poder fazer correções ao longo da temporada, já que estamos falando de decisões que fazem a escola ser ou não viável.

Nesse módulo, a EMME irá entregar um sistema de controle dos dados essencial para o controle da campanha e uma régua de comunicação para que a gestão da escola possa compartilhar os resultados parciais com o seu time. É um módulo sensacional para a profissionalização do jeito de fazer campanha.

Organização do fluxo de vendas - da matrícula até o aluno na sala de aula

Todos sabemos que entre o interessado pela escola e o aluno efetivamente na sala de aula há um longo caminho, e o plano de relacionamento em cada uma das fases é um ingrediente importante para conquistar as maiores taxas de conversão.

Nesse módulo, a EMME irá entregar um checklist para que a escola possa estruturar seu fluxo de vendas, uma régua de comunicação e peças de comunicação para fazer o relacionamento com o público em cada fase da campanha e vídeos para envolver o time de matrículas em todo o fluxo de matrículas. Engajamento e relacionamento são palavras-chave para esse módulo.

Gestão da jornada da matrícula - qualificar leads para converter em matrículas

No topo do funil de vendas, os interessados em matricular seus filhos na escola - que, no conjunto, sempre chamamos de cadastro e que nos últimos tempos ficou conhecido como leads - são determinantes para que as metas sejam atingidas.

Nesse módulo, a EMME irá entregar para as escolas usuárias da área de inteligência e dados da M360 um processo para controle e organização desse cadastro e ações de comunicação e de relacionamento para serem realizadas ao longo da campanha de matrículas para garantir a melhor conversão de interessados em alunos na jornada da matrícula.

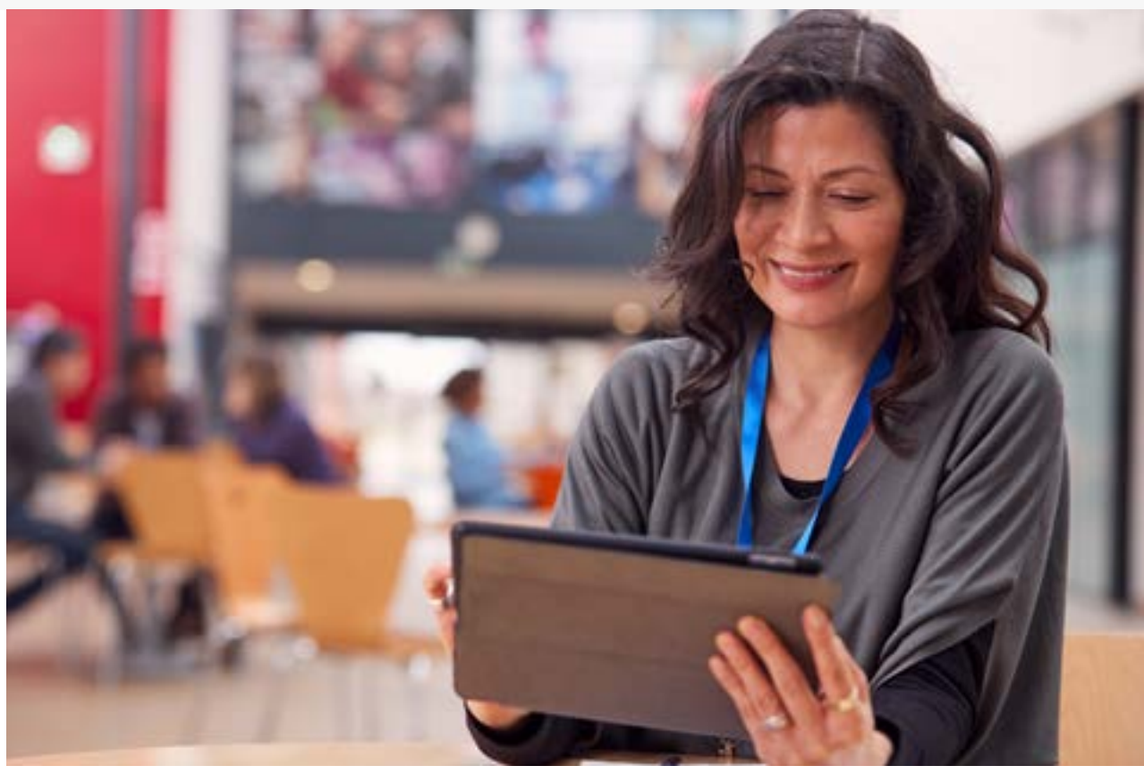
13 Raio X das escolas concorrentes

Hora de levantar informações de como a concorrência está apresentando a escola, negociando valores, ou seja, é hora do cliente oculto.

Nesse módulo, a EMME irá fazer o treinamento das pessoas contratadas pela escola para o trabalho, disponibilizar o manual para execução e os roteiros para as visitas.

Para esse módulo, vale a máxima "conhecer a concorrência é o primeiro passo para competir".

14 Plano para unificação do calendário pedagógico com o do marketing para 2025



É uma novidade importante no conceito de planejamento que tem a meta de aproximar cada vez mais o pedagógico do marketing, ou seja, formar um time unificado com visão geral da escola e dos desafios de todas as áreas.

Nesse módulo, a EMME irá entregar uma organização de como o marketing pode potencializar os eventos planejados pelo pedagógico e incluí-los, quando for o caso, no plano de marketing da temporada. Lembrando que aqui não se trata de planejamento de campanha, que será abordado no módulo 4 da área de inteligência e dados da M360.

Plano para receber alunos, professores e famílias na volta às aulas 2025

Como sempre falamos, a volta às aulas é a penúltima ação de uma campanha de matrículas, depois só a decolagem do ano letivo até atingir altitude de cruzeiro.

E nesse check-in o desafio é surpreender, comunicar e encantar. Nesse módulo, a EMME irá organizar um plano para que a escola possa fazer com que a volta às aulas seja inesquecível a partir de um conjunto de checklists, de vídeos para motivar o time e uma régua de relacionamento para atingir todos os públicos da escola. Tudo para que a escola possa dar um show e encantar toda a comunidade escolar.

EMME

escola de matrículas · marketing educacional