

Marketing para escolas: 7 ideias que você pode colocar em prática em 2019



Como o Marketing para escolas pode ajudar sua instituição a se destacar e crescer? Veja neste artigo 7 ideias que listamos para te ajudar.

Um dos maiores erros de uma [gestão escolar](#) é pensar que o Marketing para escolas não é necessário. As escolas são empresas como todas as outras, a diferença é que vendem um produto extremamente necessário, mas que pode ser adquirido gratuitamente.

O maior desafio, porém, é fazer com que os pais escolham uma instituição e não outra. Existem muitas escolas particulares no mercado e para muitos pais a escolha não é feita com base no projeto pedagógico, mas sim na distância, nas opções de horários e, principalmente, no preço. O Marketing para escolas se torna fundamental para ajudar os pais a fazerem essa difícil escolha.

Marketing para escolas: 7 ideias que você pode colocar em prática em 2019

O Marketing para escolas não deve ser caro ou exigir muito da gestão escolar. Na maioria das instituições de ensino não existe um departamento de Marketing e as ações acabam virando mais uma demanda para a secretaria da escola.

Neste artigo, mostraremos ações simples de Marketing para escolas, mas que exigem dedicação, análise e aprimoramento, assim como em todas as estratégias. Caso contrário, não será possível alcançar o sucesso.

1. Identifique seu público-alvo

Divulgar para todos os públicos é um erro frequente em empresas de todos os segmentos. [Na ânsia por atrair clientes](#), há um investimento de tempo e dinheiro em ações que têm como objetivo impactar a todos os tipos de perfil.

Essa prática é equivocada, pois tempo e dinheiro são perdidos e poucos clientes são efetivamente atraídos. O adequado é estudar o público da escola e criar estratégias de Marketing para escolas

específicas.

O processo de identificação do público-alvo vai mostrar particularidades dos clientes da escola como, por exemplo, qual o canal que eles usam para se informar. O público que não [utiliza redes sociais](#), por exemplo, não será encontrado no Facebook.

[Faça pesquisas com pais e alunos da sua escola](#), cruze as informações, encontre pontos em comum e tenha a definição de quem são seus clientes. Com isso, você poderá investir em ações mais assertivas.

1. **Crie uma persona**

A persona é a representação do que seria o cliente ideal da empresa. Qual é o cliente que a escola quer atrair? Quais os tipos de alunos? Qual o perfil das famílias? Essa personificação está muito próxima da imagem do cliente que a escola já tem.

A persona é uma descrição das principais características desse cliente. Deve ter seu nome, idade, profissão, objetivos de vida, principais problemas e hábitos de leitura e informação. Essa descrição ajudará a escola a construir estratégias baseadas nessa imagem.

O ideal é criar dois tipos de persona: uma que represente os alunos e outra que represente o responsável financeiro, aquele que vai arcar com as mensalidades.

1. **Defina os canais de comunicação**

Com base nas informações anteriores, a escola identificará quais são os canais de comunicação que o público da escola mais utiliza. Pode ser redes sociais, sites especializados em educação, blogs, podcasts etc.

Estude sobre os canais identificados, quais são seus algoritmos de entrega de conteúdo, como o público interage e pesquise pelos perfis da concorrência. Analise como eles estão produzindo conteúdo e quais ações desenvolvem para o público. Utilize esses insights para começar a criar suas primeiras ações de Marketing para escolas.

1. **Crie conteúdo**

A internet se tornou a maior fonte de informação dos últimos tempos. Qualquer informação pode ser encontrada na rede e é dessa forma que diversas pessoas estão chegando até marcas, produtos e serviços.

Oferecer conteúdo de qualidade e relevante para o público é uma estratégia de Marketing para escolas que vai atraí-los e fazer com que conheçam a marca. A empresa que cria conteúdo relevante, inédito e que acrescenta para o seu público é vista com autoridade. Com isso, se tornam referência quando o assunto é o segmento no qual atuam.

A escola deve se mostrar como uma especialista no segmento de educação, mostrando seu conhecimento e como tem inovado dentro do mercado. Esse será o chamariz para atrair cada vez mais interessados nos projetos desenvolvidos pela escola.

1. **Fortaleça o relacionamento**

Manter a família envolvida com a escola é um grande desafio. Não por falta de interesse dos pais, mas porque as rotinas estão cada vez mais atribuladas. Os pais precisam lidar com o trabalho, as questões de casa e a escola. Quando escolhem uma instituição de ensino para matricular o filho, estão optando pelo local mais seguro.

Por isso, é natural que esse espaço seja colocado em segundo plano. Os pais têm certeza de que seus

filhos estão bem cuidados e não é necessário que estejam sempre ali. Assim, costumam voltar a atenção para questões mais críticas que dependem totalmente deles.

A escola deve estar atenta a essa situação e criar estratégias que ajudem a [aproximar os pais sem impactar em suas rotinas](#). Uma solução é investir em [ferramentas de automação](#) de e-mail Marketing. Por meio de listas segmentadas, a escola consegue manter o relacionamento com os pais.

As listas podem ser divididas em faixa etária, turmas ou algum tema específico. É importante estar atento para a frequência dos e-mails. Para pais de alunos menores, a frequência de envios costuma ser maior, o que já não é necessário para aqueles alunos que estão no ensino médio, por exemplo.

1. Fidelize seus clientes

A escola é o ambiente onde muitos alunos passam a maior parte do tempo, por isso deve ser um local agradável, onde todos gostam de estar. Proporcionar esse espaço para os alunos impactará diretamente na imagem que os pais têm sobre a instituição.

Invista em infraestrutura, na qualidade do ensino e no relacionamento dentro do ambiente escolar. Essas [ações vão impactar positivamente na vida de seus clientes](#), fazendo com que eles se tornem fiéis a sua marca.

1. Ofereça atendimento de qualidade

[Atender bem](#) não é apenas atender com educação e cordialidade, mas também com agilidade e garantindo a resolução de problemas do cliente. Permitir que o cliente resolva sozinho algumas de suas pendências é uma forma de garantir o bom atendimento.

Afinal, ele não fica dependente da empresa e pode solucionar suas questões quando achar necessário.

Utilizar [ferramentas de automação é uma forma de diminuir o fluxo de trabalho na secretaria](#), permitindo que os profissionais se dediquem mais aos pais e alunos. Tarefas repetitivas não precisam ser realizadas por pessoas. Existem diversos sistemas no mercado que automatizam os processos e os tornam mais rápidos.

Os profissionais da secretaria devem estar disponíveis e atentos para lidar com as situações mais críticas do departamento, dos pais e alunos.

Pequenas [ações de Marketing para escolas](#) vão ajudar a sua instituição a se destacar no mercado com baixo investimento. Comece a aplicar essas estratégias e veja como os resultados serão satisfatórios.

Leituras recomendadas

[WhatsApp no atendimento de escolas: essa ferramenta funciona?](#)

[8 ideias para aumentar a eficiência do atendimento telefônico da escola](#)

[7 passos para aumentar a qualidade da sua escola](#)