



Carol Olival (\*)

# Economia da Criatividade

## #FullSailBrazilCommunity



### A Jornada do Cliente no Mercado Educacional: Como Personalizar a Experiência do Aluno Potencial

No competitivo mercado educacional, compreender e personalizar a jornada do cliente (neste caso, o aluno em potencial) é uma das principais estratégias para garantir a captação e a retenção de estudantes. A jornada do cliente envolve cada interação que o aluno ou seus pais têm com a instituição, desde o primeiro contato até a matrícula e além. Mapeá-la de forma eficiente permite às instituições entender melhor o comportamento e as necessidades de seus leads, ajustando suas estratégias de marketing e atendimento para entregar uma experiência mais relevante e personalizada. Cada fase da jornada — descoberta, consideração, decisão e fidelização — oferece oportunidades de engajamento que, se aproveitadas corretamente, podem aumentar as chances de conversão e retenção.

Ao mapear essa jornada, as instituições de ensino conseguem identificar os pontos críticos onde a personalização pode fazer a diferença. Na fase de descoberta, por exemplo, é importante fornecer informações gerais sobre a escola ou faculdade, mostrando os diferenciais de forma acessível e atrativa. Já na fase de consideração, conteúdos mais detalhados sobre cursos, depoimentos de ex-alunos e visitas guiadas virtuais são formas eficazes de manter o interesse do lead. E na fase de decisão, um acompanhamento personalizado com informações específicas sobre o processo de matrícula e apoio financeiro pode ser o fator decisivo para a conversão.

#### A importância da utilização de dados na personalização da experiência

Um dos principais recursos para personalizar a jornada do aluno potencial é o uso de dados. Coletar e analisar informações sobre as interações dos leads com a instituição — seja por meio de visitas ao site, inscrições em eventos ou downloads de materiais informativos — permite que a equipe de marketing compreenda melhor as preferências, expectativas e necessidades de cada potencial aluno. Com essas informações em mãos, as campanhas de marketing podem ser ajustadas para responder de forma mais precisa às necessidades individuais dos leads, aumentando significativamente as chances de conversão.

A personalização baseada em dados pode começar no primeiro ponto de contato. Por exemplo, quando um aluno se cadastra para receber informações sobre cursos, é possível segmentar a comunicação de acordo com o curso de interesse, enviando e-mails específicos sobre esse tema. Essa abordagem não só aumenta o engajamento, mas também demonstra que a instituição está atenta às necessidades e preferências do aluno, criando uma conexão mais forte desde o início. Quanto mais relevante for o conteúdo e a experiência oferecida, maior será a probabilidade de que o aluno se mantenha engajado ao longo de sua jornada até a matrícula.

#### CRM e automação: ferramentas essenciais para comunicações segmentadas

Para implementar essa personalização de maneira eficiente, ferramentas como o CRM (Customer Relationship Management) e a automação de marketing são fundamentais. O CRM permite que as instituições de ensino centralizem e organizem todas as interações dos leads, desde o primeiro contato até o pós-matrícula, criando um histórico detalhado de cada aluno em potencial. Isso facilita a segmentação e a personalização da comunicação, uma vez que a equipe de marketing pode acessar dados em tempo real e ajustar suas estratégias de acordo com o comportamento dos leads.

A automação de marketing, por sua vez, permite que as instituições criem fluxos de comunicação automáticos baseados no comportamento dos leads. Por exemplo, se um aluno visitar a página de um curso específico várias vezes, ele pode receber automaticamente um e-mail com mais detalhes sobre o curso, ou até mesmo um convite para participar de um webinar ou evento relacionado ao tema. Esse tipo de interação proativa, alimentada por dados e automação, mantém o aluno engajado e demonstra que a instituição está atenta ao seu interesse.

Ao integrar CRM e automação, as instituições de ensino conseguem escalar suas campanhas de marketing sem perder a personalização, enviando mensagens direcionadas e relevantes em cada etapa da jornada do aluno. Isso não só otimiza o processo de captação,

como também melhora a experiência do lead, que se sente valorizado e compreendido pela instituição.


#### O impacto da personalização na captação e retenção de estudantes




A personalização não apenas aumenta as chances de conversão durante a fase de captação, mas também tem um papel fundamental na retenção de estudantes ao longo do tempo. Quando os alunos sentem que suas necessidades e expectativas foram atendidas durante o processo de matrícula, é mais provável que eles desenvolvam um vínculo emocional com a instituição. Esse vínculo pode resultar em maior engajamento e lealdade, o que é crucial para a retenção dos alunos.

Além disso, a personalização permite que as instituições ofereçam um suporte mais específico após a matrícula, como comunicações sobre eventos acadêmicos, programas de mentoria ou oportunidades de estágio que se alinhem com os interesses do estudante. Ao continuar oferecendo valor e mantendo um relacionamento próximo com os alunos, as instituições garantem que eles permaneçam satisfeitos e comprometidos com sua experiência educacional, reduzindo as taxas de evasão.





No cenário atual, personalizar a experiência do aluno potencial ao longo de sua jornada é uma estratégia essencial para garantir a captação e retenção de estudantes no mercado educacional. O uso de dados, ferramentas como CRM e automação de marketing, e a comunicação segmentada e proativa permitem que as instituições se destaquem, oferecendo uma experiência relevante e direcionada para cada lead. Além de aumentar as chances de conversão, a personalização fortalece o relacionamento entre a instituição e o aluno, criando um ambiente de confiança e engajamento. Investir em estratégias que personalizem a jornada do aluno é, portanto, um caminho certo para o sucesso a longo prazo.

(\*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto



## O JORNAL CERTIFICA AS PUBLICAÇÕES LEGAIS COM PONTUALIDADE E TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO AS NORMAS JURÍDICAS. AFINAL, O JORNAL É LEGAL.

SENTENÇA PUBLICADA em: 06/09/2024 | Edição: 173 | Seção: 1 | Página: 29  
 Órgão: Ministério da Defesa/Comando da Marinha/Estado-Maior da Armada  
 DECISÃO DE 3 DE SETEMBRO DE 2024  
 Processo Administrativo de Responsabilização (PAR) nº 61001.005757/2019-92  
 1. Vistos e examinados os presentes Autos do Processo Administrativo de Responsabilização (PAR) nº 61001.005757/2019-92, cuja Comissão foi nomeada por meio da Portaria nº 181/MB/MC, publicada no Diário Oficial da União de 25 de julho de 2022, Edição nº 139, Seção 2, Página 5, pelo qual respondeu a empresa Unifonics Equipamentos Termodinâmicos Ltda, CNPJ nº 09.202.901/0001-62, no exercício das atribuições a mim conferidas pelo art. 13, parágrafo único, e art. 14, Ambos do Decreto nº 11.129, de 11 de julho de 2022, combinado com o inciso I do parágrafo único do art. 28 do Anexo I do Decreto nº 5.417, de 13 de abril de 2005, e em consonância com a Decisão de 1º de fevereiro de 2024 do Comandante da Marinha, publicada no Diário Oficial da União de 2 de fevereiro de 2024, Edição nº 24, Seção 1, Página 11, Adoto, como fundamento deste ato, as conclusões contidas no Parecer nº 00164/2024/CJACM/CQU/AGU, de 27 de junho de 2024. Aprovado pelo Despacho nº 00314/2024-CJACM/CQU/AGU, de 3 de julho de 2024, e Decido aplicar as seguintes sanções: a) multa no valor de R\$ 447.265,20 (quatrocentos e setenta e sete mil, trezentos e quarenta e cinco reais e vinte e seis centavos), nos termos do inciso I do artigo 6º da Lei nº 12.846/2013; e b) publicação exorbitante da decisão condenatória por 45 (quarenta e cinco) dias, nos termos do inciso II e § 5º do art. 6º da Lei nº 12.846/2013. Por fim, Determino a remessa do processo à origem, a fim de serem tomadas as providências necessárias para o ressarcimento ao erário. Alle Esq Andre Luiz Silva Lima De Santana Mendes Chefe do Estado-Maior da Armada

Edital de Citação - Prazo de 20 Dias. Processo Nº 1091662-58.2019.8.26.0100 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 1ª Vara Empresarial e Conflitos De Arbitragem, do Foro Central Cível, Estado de São Paulo, Dr(a). Larissa Gaspar Tunalá, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) JHEMERSON SOUZA NASCIMENTO, CNPJ 33.265.276/0001-50, com endereço à Rua Auria, 1020, Baiano, CEP 45810-000, Porto Seguro - BA, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de Adidas Ag e outro, objetivando em síntese pedido de obrigação de não fazer com indenização por danos morais e patrimoniais. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua CITAÇÃO, por EDITAL, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 27 de setembro de 2024



## PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/1232-6F75-69FB-CEEB> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 1232-6F75-69FB-CEEB



### Hash do Documento

9E99FEBA3691D1EFCF793BAC844032D10B610E5393B4830856F8A5E19CBE42C1

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 31/10/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 31/10/2024  
18:58 UTC-03:00  
**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS  
LTDA - 05.687.343/0001-90

