



Carol Olival (\*)

## Economia da Criatividade #FullSailBrazilCommunity

### O Papel dos Ex-Alunos no Marketing Educacional: Transformando Alumni em Embaixadores da Marca

Um dos maiores ativos de qualquer instituição de ensino não está apenas em seus professores ou na infraestrutura, mas nos alunos que já passaram por suas salas de aula. Ex-alunos bem-sucedidos carregam consigo uma história que valida a qualidade da instituição e funciona como um poderoso mecanismo de credibilidade e prova social. Quando vejo escolas e universidades focadas apenas na captação de novos alunos sem fortalecer o relacionamento com aqueles que já passaram por ali, percebo uma grande oportunidade desperdiçada. Engajar ex-alunos não é apenas uma questão institucional, mas uma estratégia valiosa para fortalecer a marca e aumentar a captação.

A relação com ex-alunos pode se transformar em um diferencial competitivo quando bem trabalhada. Depoimentos, histórias de sucesso e a presença de alumni em eventos institucionais funcionam como uma ponte de confiança para novos estudantes. No processo de decisão, pais e alunos buscam segurança e identificação, e nada melhor do que ouvir alguém que já trilhou esse caminho para se sentir confiante.

Além disso, ex-alunos engajados se tornam naturalmente embaixadores da instituição, recomendando cursos e incentivando novos ingressos por meio de suas redes de contato.

As instituições que investem em estratégias para manter ex-alunos próximos percebem benefícios diretos, tanto em reputação quanto em conversões. A criação de eventos exclusivos, como encontros de networking e painéis com alumni, reforça esse vínculo e dá visibilidade aos profissionais formados ali. Programas de indicação também são uma ótima estratégia, oferecendo benefícios para ex-alunos que recomendam novos estudantes. Mais do que um esforço pontual, engajar alumni deve ser um processo contínuo, com comunicação ativa, reconhecimento de trajetórias e envolvimento em iniciativas institucionais.

Várias universidades ao redor do mundo já aplicam essa estratégia com sucesso. Instituições que mantêm um relacionamento estruturado com seus ex-alunos conseguem transformar suas histórias em campanhas inspiradoras. Algumas criam plataformas digitais exclusivas para networking e mentorias, fortalecendo a comunidade. Outras utilizam ex-alunos como porta-vozes em campanhas de

captação, trazendo depoimentos reais sobre o impacto da instituição em suas carreiras. Essas ações geram resultados significativos, pois aproximam a experiência acadêmica do mundo real, mostrando o valor prático da educação oferecida.

Transformar ex-alunos em embaixadores da marca não acontece por acaso. É um processo que exige estratégia, consistência e genuína valorização daqueles que já passaram pela instituição. No marketing educacional, a confiança é um dos fatores mais importantes na decisão de um aluno ou de sua família. Construir essa confiança por meio de histórias reais e conexões duradouras faz toda a diferença. Engajar ex-alunos não apenas fortalece a imagem da instituição, mas cria um ciclo de crescimento sustentável, onde aqueles que foram impactados positivamente retornam para inspirar as próximas gerações.

(\*) - 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

## Parcelar Sem Cartão de Crédito: conheça quatro benefícios da modalidade

Modelo aumenta poder de compra daqueles sem acesso ao crédito tradicional, permitindo parcelamento de valores maiores sem necessidade do cartão

Por muito tempo, o equilíbrio financeiro foi sinônimo de sacrifícios. Agora, com tecnologias de crédito e novas modalidades de pagamento, os consumidores podem ter mais acesso a produtos e serviços sem impactar profundamente as finanças. É nesse cenário que, aliado das soluções de pagamento mais flexíveis, o modelo Buy Now, Pay Later (BNPL), 'Compre Agora, Pague Depois', ou o "parcelamento sem cartão de crédito", tem se destacado como alternativa atraente. Isso porque o recurso permite parcelar as compras sem uso de cartão e com um processo fácil, simples e 100% digital. Ou seja, a solução amplia o acesso a produtos e serviços. Assim, é possível adquirir itens de maior valor, sem comprometer o orçamento mensal.

Francisco Ferreira, CTPO da Geru, primeira fintech de crédito totalmente online do Brasil, explica que, apesar de ainda não ser amplamente conhecida, a modalidade traz muitas vantagens. "Modelos como

o GeruPay, nosso método de parcelamento sem cartão, oferecem aos consumidores uma flexibilidade financeira significativa, permitindo que eles façam compras importantes, sem comprometer o orçamento imediato. O sistema empodera os consumidores, oferecendo maior controle sobre seus gastos, proporcionando uma alternativa mais acessível ao crédito tradicional. Outra vantagem é que o BNPL permite a tomada de decisões financeiras mais informadas e equilibradas, sem o risco de dívidas excessivas", afirma.

A seguir, o empreendedor destaca sobre os principais benefícios que esta modalidade traz. Confira!

### 1 - Parcelamento prolongado

Ao permitir que as pessoas dividam o valor total de uma compra em parcelas mensais, a solução de BNPL oferece uma alternativa ao pagamento integral de uma vez só. Essa flexibilidade financeira beneficia quem eventualmente teria que adiar ou



abrir mão completamente da compra por não ter o valor disponível para pagar à vista. O parcelamento permite que o comprador se planeje melhor, distribuindo o custo ao longo de um período que se ajuste à sua capacidade financeira. "O planejamento financeiro, aliado a soluções como o GeruPay, permite que o consumidor conquiste produtos de maior valor, que normalmente não conseguiriam pagar no débito sem entrar no cheque especial", garante Ferreira.

### 2 - Maior poder de compra

A modalidade não só permite que o consumidor se organize melhor financeiramente através do parcelamento, sem recorrer a um cartão ou ter que passar por uma análise bancária mais profunda, como também aumenta o poder de compra de quem não tem acesso fácil a crédito. "Esse método de pagamento possibilita a compra de itens, que são, muitas vezes, vistos como luxo ou estão fora do alcance para muitas pessoas. Um dos

exemplos é a aquisição de eletrodomésticos e outros aparelhos eletrônicos que exigem um investimento maior e tornam-se mais atraentes quando o custo pode ser diluído ao longo de vários meses", pontua o CTPO da Geru.

### 3 - Previsibilidade de parcelas, sem surpresas

O modelo BNPL da Geru também permite o melhor planejamento dos gastos mensais, pois as parcelas são fixas e ficam disponíveis para visualização no aplicativo, o que também ajuda no controle financeiro. "Isso pode aumentar a confiança ao fazer uma compra mais cara, já que é possível saber exatamente quanto terá de pagar por mês, o que proporciona maior transparência e controle sobre os pagamentos. Essa estrutura clara e organizada ajuda a evitar surpresas financeiras, sem custos adicionais inesperados", explica Ferreira.

### 4 - Facilidade de aprovação

Como o GeruPay e outras modalidades parecidas,

normalmente, utilizam apenas a verificação de identidade e a análise de dados financeiros básicos para aprovação do cliente, muitas vezes, eles estão disponíveis para um público mais amplo do que o crédito tradicional. O processo também é simplificado, pois é integrado ao checkout de grandes plataformas de e-commerce. Isso aumenta a capacidade de compra de consumidores que, de outra forma, não teriam acesso a financiamento por meio de linhas de crédito mais tradicionais. "O processo de aprovação simplificado permite o acesso a crédito a consumidores sem histórico financeiro, aqueles com crédito limitado ou com um histórico recente que não seja suficiente para ser aprovado em bancos tradicionais. Como resultado, o BNPL oferece uma oportunidade valiosa para ampliar a inclusão financeira, permitindo que um número maior de pessoas participe do consumo de bens e serviços", encerra o CTPO da Geru.