



betel brasileiro
CETEMIBB

Centro de
Educação
Teológica e
Missiológica

ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA POTENCIALIZAR A CAPTAÇÃO DE ALUNOS PARA OS SEMINÁRIOS DO BETEL BRASILEIRO

Profº Josias Moura de Menezes



COMO PARTICIPAR DESSA PALESTRA?

Para aproveitar ao máximo esta palestra, é importante que você siga alguns passos essenciais:

1

AUTOAVALIAÇÃO HONESTA

Analise pontos fortes e fracos do seu seminário em relação as ações apresentadas de captação

2

IDENTIFICAÇÃO DE ÁREAS

Determine o que precisa ser aprimorado

3

PREENCHIMENTO DE MATRIZ

Liste seus pontos fortes e fracos

Realize uma autoavaliação honesta de pontos fortes e fracos. Este é o primeiro passo crucial para o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Em seguida, identifique áreas para aprimoramento. Isso ajudará você a focar seus esforços onde eles são mais necessários. Por fim, preencha uma matriz com pontos fortes e fracos. Esta ferramenta visual ajudará você a ter uma visão clara de suas habilidades e áreas de melhoria.



EXEMPLOS DE PONTOS FORTES E FRACOS



PONTOS FORTES

Habilidade em vendas, comunicação ou edição de vídeos

Bom relacionamento com igrejas locais e ex-alunos



PONTOS FRACOS

Falta de recursos financeiros ou profissionais especializados

Site ou blog desatualizado

Esta atividade de autoavaliação ajuda a identificar áreas de excelência e oportunidades de melhoria na sua instituição educacional.

Matriz de habilidades em marketing de captação

MEUS PONTOS FORTES

- Pontos Fortes
- Pontos Fortes
- Pontos Fortes

Use seus pontos fortes para executar ações urgentes de marketing digital que ajudem na captação imediata de alunos

MEUS PONTOS FRACOS

- Pontos Fracos
- Pontos Fracos
- Pontos Fracos

Simultaneamente, crie um plano de médio e longo prazo para aperfeiçoar os pontos fracos e adquirir novas habilidades de captação.



EXPLORANDO PONTOS FORTES E TRABALHANDO PONTOS FRACOS

1

COMO AGIR?

Ações imediatas usando
pontos fortes.

2

PLANEJAMENTO

Planejamento de médio e longo
prazo **para aprimorar pontos
fracos.**

3

EXEMPLOS

- Treinamentos
- Parcerias estratégicas
- Ferramentas básicas

ESTABELECENDO PROPÓSITOS E ESTRATÉGIAS



IDENTIFIQUE HABILIDADES

Identifique habilidades para desenvolver.



CRIE CAMPANHAS

Crie campanhas alinhadas às qualidades existentes.



USE RECURSOS

Use recursos com criatividade e propósito.

PLANO DE AÇÃO

Para estabelecer propósitos e estratégias eficazes, é crucial seguir um plano de ação bem estruturado. Este plano nos guiará na direção certa para alcançar nossos objetivos de marketing educacional.



A IMPORTÂNCIA DO MARKETING EDUCACIONAL

■ ESTRATÉGICO PARA SUSTENTABILIDADE

O marketing educacional é fundamental para garantir a longevidade e o sucesso contínuo da instituição.

■ CONECTA A INSTITUIÇÃO COM VOCACIONADOS

Permite alcançar e atrair estudantes que têm verdadeira vocação para a área de estudo oferecida pelo seminário.

■ REFLETE OS VALORES E MISSÃO DO SEMINÁRIO

Através do marketing, é possível comunicar efetivamente a essência e os princípios da instituição para o público-alvo.





DEFINA QUEM É SEU PERSONA



DEFINIÇÃO DE PERSONA

Representação detalhada do cliente ideal.



EXEMPLO DE PERSONA

João, 28 anos, líder de jovens.

A definição de persona é um elemento crucial para o desenvolvimento de estratégias de marketing educacional eficazes. Ao criar uma representação detalhada do cliente ideal, as instituições de ensino podem direcionar seus esforços de maneira mais precisa e personalizada.

No contexto de um seminário teológico, a persona pode ser, por exemplo: *"João, 28 anos, líder de jovens em uma igreja local, interessado em aprofundar seus conhecimentos teológicos para servir melhor à sua comunidade. Ele busca flexibilidade nos estudos devido às suas responsabilidades ministeriais e familiares."* Esse nível de detalhamento permite criar estratégias mais eficazes e personalizadas.

O FUNIL DE VENDAS NA CAPTAÇÃO DE POTENCIAIS PERSONAS

No contexto do marketing de captação de alunos, o **funil de vendas** é uma representação visual da jornada que potenciais estudantes percorrem, desde o momento em que demonstram interesse inicial (leads) até a efetivação da matrícula. Ele é dividido em três etapas principais:



O funil de vendas na captação de alunos é uma estrutura que organiza a jornada do potencial aluno, dividindo-a em três etapas principais:

- Topo (Atração): Fase inicial de captação de interesse
- Meio (Engajamento): Momento de interação e fornecimento de informações
- Fundo (Conversão): Etapa final de transformação do interesse em matrícula

Cada etapa do funil tem estratégias específicas para guiar o potencial aluno em direção à decisão de se matricular, otimizando assim o processo de captação.

TOPO DO FUNIL (ATRAÇÃO DE LEADS)

No contexto de uma escola cristã, **um lead é alguém que demonstrou interesse em seus cursos ou programas e forneceu informações de contato em troca de algo valioso, como materiais teológicos ou participação em eventos.** Esses leads podem ser avaliados para identificar se possuem o perfil ideal (*persona*) da instituição, alinhado à sua missão cristã.

A qualificação de leads permite focar nos perfis mais alinhados à visão da escola, aumentando as conversões e fortalecendo sua missão de formar alunos comprometidos com princípios cristãos.

ANÚNCIOS DIGITAIS

Google, Facebook,
Instagram

MATERIAL GRATUITO

E-books, vídeos

SEO OTIMIZADO

Em blogs e sites
para destacar
melhor publicações

Estratégias para o topo do funil de vendas na captação de alunos:

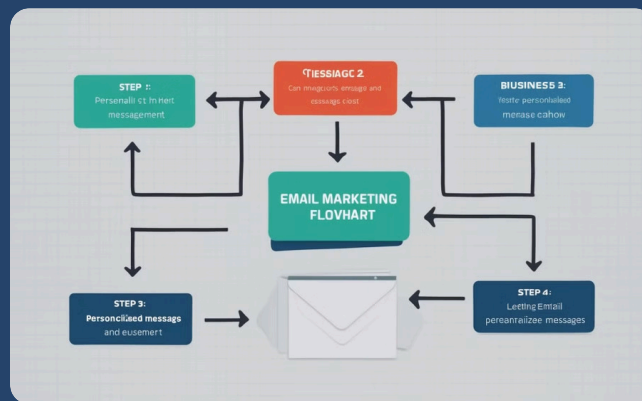
- Anúncios digitais (Google, Facebook, Instagram).
- Material gratuito (e-books, vídeos).
- SEO otimizado em blogs e sites.
- 🗣️ **LEMBRE-SE: O TOPO DO FUNIL TEM COMO FINALIDADE USAR TODAS AS ESTRATÉGIAS POSSÍVEIS PARA ATRAIR E CAPTAR INFORMAÇÕES DE LEADS QUE POTENCIALMENTE PODERÃO SE TORNAR FUTUROS ALUNOS.**

MEIO DO FUNIL (ENGAJAMENTO)



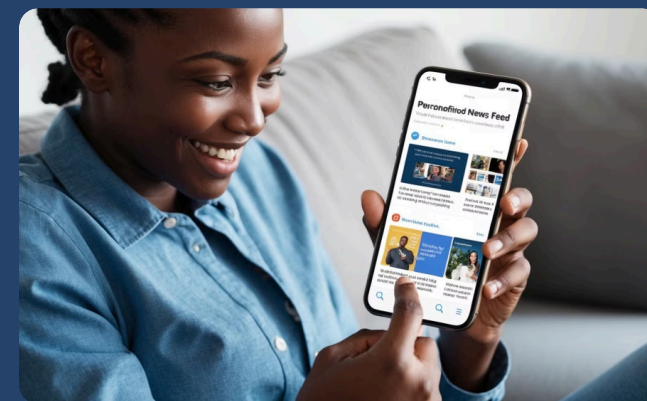
WEBINARS E WORKSHOPS TEMÁTICOS

Eventos online interativos para engajar leads interessados



FLUXOS DE E-MAIL MARKETING

Sequências de e-mails automatizados ou enviados manualmente para nutrir leads ao longo do tempo



CONTEÚDOS PERSONALIZADOS

Materiais específicos para atender interesses individuais dos leads

NUTRIÇÃO DE LEADS

No meio do funil de vendas, o foco está no engajamento e na nutrição dos leads.

Esta etapa é crucial para manter o interesse dos potenciais alunos e levá-los em direção à decisão de matrícula. Vamos explorar as principais estratégias:

- Webinars e workshops temáticos.
- Fluxos de e-mail marketing.
- Conteúdos personalizados para interesses específicos.

Estas táticas ajudam a construir um relacionamento mais próximo com os leads, fornecendo informações valiosas e mantendo sua instituição de ensino na mente dos potenciais alunos durante o processo de decisão.

FUNDO DO FUNIL (CONVERSÃO): FECHANDO MATRÍCULAS

CONTATO PERSONALIZADO

Contato personalizado por telefone ou WhatsApp.



OFERTAS EXCLUSIVAS

Ofertas exclusivas: descontos ou bolsas.



DEPOIMENTOS

Depoimentos de ex-alunos como prova social.



MARKETING DIGITAL: ESTRATÉGIAS DE CAPTAÇÃO



ANÚNCIOS PAGOS E ORGÂNICOS

Utilize uma combinação de anúncios pagos e conteúdo orgânico para maximizar o alcance e a eficácia da sua estratégia de captação.



USO ESTRATÉGICO DAS REDES SOCIAIS

Aproveite as diferentes plataformas de redes sociais para engajar seu público-alvo e promover sua instituição de ensino.



REMARKETING PARA LEADS NÃO CONVERTIDOS

Implemente campanhas de remarketing para reconquistar a atenção de leads que demonstraram interesse, mas ainda não se converteram.

As **Ações Principais** do marketing digital para captação de alunos incluem:

- Anúncios pagos e orgânicos
- Uso estratégico das redes sociais
- Remarketing para leads não convertidos

ATRAÇÃO POR CONTEÚDO

PRODUZA ARTIGOS RELEVANTES

Crie conteúdo que seja útil e interessante para seu público-alvo, abordando tópicos relacionados à educação e às necessidades dos estudantes.

USE PALAVRAS-CHAVE ESTRATÉGICAS (SEO)

Identifique e incorpore termos de busca relevantes em seus textos para melhorar a visibilidade nos mecanismos de busca.

INVISTA EM OTIMIZAÇÃO TÉCNICA (SEO)

Aprimore aspectos técnicos do seu site, como velocidade de carregamento e estrutura de URLs, para melhorar o desempenho nos resultados de busca.

E-MAIL MARKETING AUTOMATIZADO

O e-mail marketing automatizado é uma ferramenta poderosa para instituições educacionais. Vamos explorar como aplicá-lo efetivamente:



A aplicação eficaz do e-mail marketing automatizado envolve três elementos principais:

- **Campanhas personalizadas:** Criação de conteúdo relevante e específico para cada segmento do seu público-alvo.
- **Automação de envios:** Configuração de gatilhos para enviar mensagens no momento mais oportuno para cada lead.
- **Fluxos para nutrição e conversão:** Desenvolvimento de sequências de e-mails que guiam o lead através da jornada de decisão, desde o interesse inicial até a matrícula.

Ao implementar essas estratégias, sua instituição pode melhorar significativamente a eficácia das campanhas de e-mail, aumentando o engajamento e as taxas de conversão.

CHATBOTS NO ATENDIMENTO

RESPOSTAS 24/7

Disponibilidade constante para atender às necessidades dos alunos a qualquer momento.

REDIRECIONAMENTO PARA ATENDIMENTO HUMANO

Capacidade de transferir conversas complexas para um atendente real quando necessário.

ESCALABILIDADE E REGISTRO DE INTERAÇÕES

Atendimento simultâneo a múltiplos alunos e armazenamento de histórico de conversas para análise futura.

VANTAGENS DOS CHATBOTS

Os chatbots oferecem diversas vantagens para instituições educacionais, melhorando significativamente o atendimento aos alunos e potenciais candidatos:

- Respostas 24/7.
- Redirecionamento para atendimento humano.
- Escalabilidade e registro de interações.



MARKETING DE INFLUÊNCIA

PARCERIAS ESTRATÉGICAS

Microinfluenciador
es cristãos

EX-ALUNOS E PROFESSORES COMO PROMOTORES

Aproveitando a
experiência e
credibilidade da
comunidade
acadêmica

AULA INAUGURAL ABERTA AO PÚBLICO

Oportunidade para
demonstrar a
qualidade do ensino

CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS



USE HASHTAGS ESPECÍFICAS

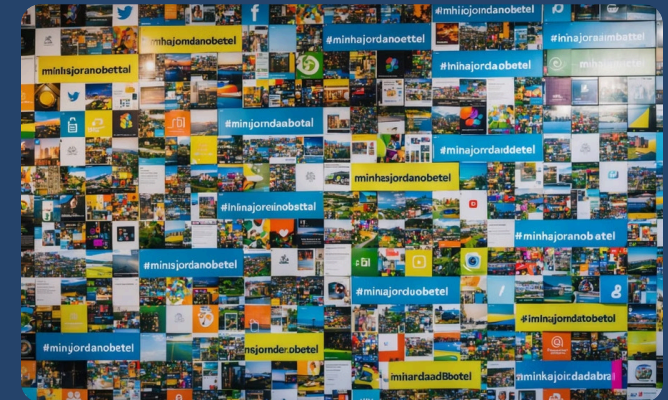
Crie hashtags únicas para sua instituição, facilitando o rastreamento e engajamento

Incentive Depoimentos



SOLICITE AUTORIZAÇÃO PARA COMPARTILHAMENTO

Garanta a permissão legal dos alunos antes de utilizar seus depoimentos em campanhas



EXEMPLO:

#MINHAJORNADANOBETEL

Incentive os alunos a compartilharem suas experiências usando hashtags personalizadas

PARCERIAS E PRESENÇA EM EVENTOS

PARCERIAS ESTRATÉGICAS

Parcerias com igrejas e organizações.



PARCERIAS

Estabeleça conexões com igrejas e organizações locais.

EVENTOS RELIGIOSOS

Participação em eventos religiosos.



EVENTOS

Marque presença em eventos religiosos relevantes.

ENGAJAMENTO CRIATIVO

Aulas inaugurais e engajamento criativo.



CRIATIVIDADE

Promova aulas inaugurais e atividades engajadoras.

USO DE CRM EDUCACIONAL

COMUNICAÇÃO PERSONALIZADA

Utilize o CRM para enviar mensagens direcionadas e relevantes para cada aluno potencial.

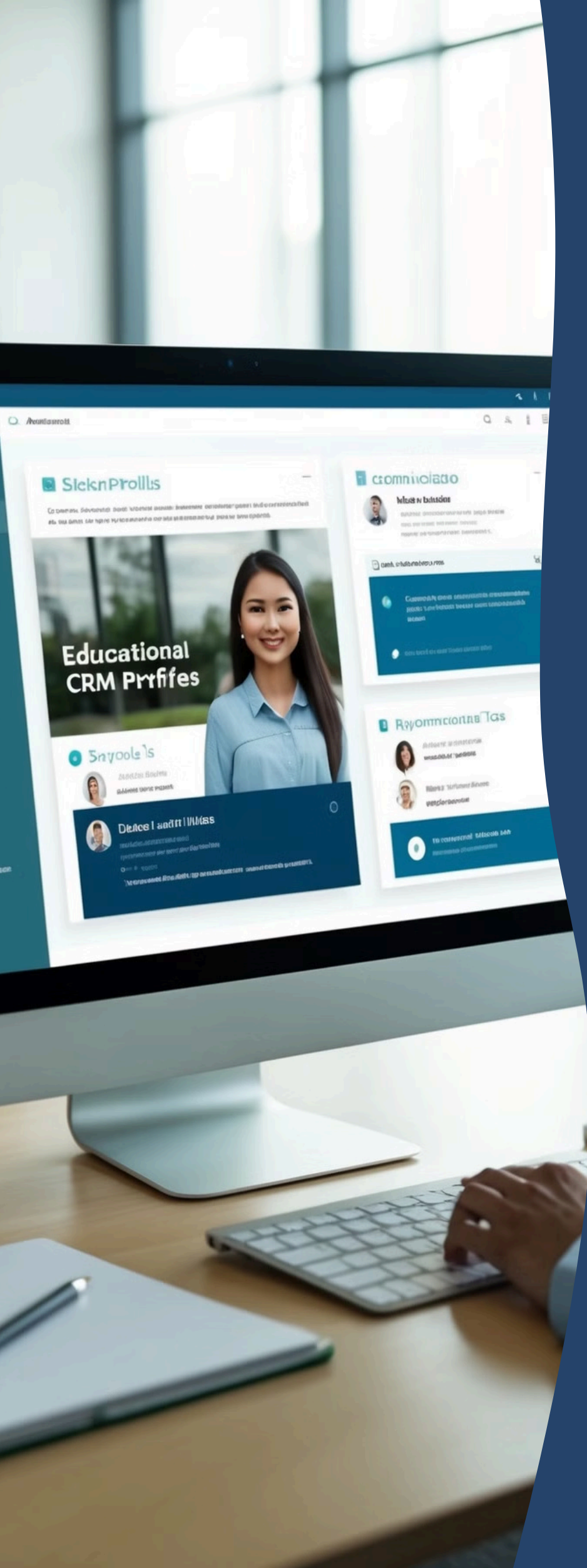
AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS

Implemente fluxos de trabalho automatizados para otimizar tarefas repetitivas e melhorar a eficiência.

MONITORAMENTO DO PROGRESSO DOS LEADS

Acompanhe o avanço de cada lead no funil de vendas, identificando oportunidades de intervenção.

O uso de um CRM Educacional é fundamental para personalizar a jornada do aluno, permitindo uma abordagem mais eficaz e centrada no estudante durante todo o processo de captação.



MARKETING BOCA A BOCA: INCENTIVANDO INDICAÇÕES E CONSTRUINDO CONFIANÇA

1

PROGRAMAS DE INDICAÇÃO

Recompense alunos por indicações, com descontos em mensalidades, brindes ou bolsas.

2

DEPOIMENTOS REAIS

Compartilhe histórias reais de alunos e ex-alunos para construir credibilidade.

3

AÇÕES CRIATIVAS

Crie hashtags, sorteios e campanhas para estimular o engajamento nas redes sociais.

MATRÍCULA ON-LINE SIMPLIFICADA

REDUÇÃO DE BARREIRAS BUROCRÁTICAS

Processo mais ágil e eficiente para os alunos

PROCESSO INTUITIVO E SEGURO

Interface amigável e proteção de dados garantida

SUORTE AO VIVO PARA DÚVIDAS

Assistência imediata durante todo o processo de matrícula

A matrícula on-line simplifica o processo de ingresso para instituições e alunos.

- **Redução de barreiras burocráticas:** Elimina processos presenciais, tornando a matrícula mais ágil.
- **Processo intuitivo e seguro:** Interface amigável com proteção robusta de dados pessoais.
- **Suporte ao vivo para dúvidas:** Assistência imediata para garantir uma experiência tranquila.

A matrícula on-line representa uma solução moderna que melhora significativamente a experiência de ingresso.

ESTRATÉGIAS CRIATIVAS DE MARKETING DE GUERRILHA



INTERVENÇÕES EM ESPAÇOS PÚBLICOS

Ações criativas que chamam a atenção e geram engajamento em locais de grande circulação



AÇÕES INTERATIVAS EM EVENTOS

Participação em feiras e eventos com atividades que envolvem o público de forma dinâmica



CAMPANHAS DIGITAIS INOVADORAS

Estratégias online que utilizam tecnologia e criatividade para alcançar o público-alvo de forma impactante

CUIDADOS ESSENCIAIS NA CAPTAÇÃO

RESPOSTA RÁPIDA E FOLLOW-UPS

Garanta um atendimento ágil e mantenha contato constante com os potenciais alunos

ATENDIMENTO PERSONALIZADO

Ofereça um tratamento único e adaptado às necessidades de cada candidato

SIMPLIFICAÇÃO DO PROCESSO DE INSCRIÇÃO

Torne o processo de matrícula mais fácil e acessível para aumentar as chances de conversão



CONCLUSÃO



AÇÃO IMEDIATA NOS PONTOS FORTES

Aproveite os pontos de destaque para impulsionar o crescimento institucional.



PLANEJAMENTO DE LONGO PRAZO

Desenvolva estratégias sustentáveis para se adaptar às mudanças educacionais.



COLABORAÇÃO E USO DE RECURSOS COMPARTILHADOS

Promova parcerias para maximizar o potencial e otimizar recursos institucionais.

Concluindo nossa apresentação sobre estratégias de marketing educacional, é crucial adotar uma abordagem proativa e estratégica para o sucesso institucional.

Focar nos pontos fortes cria uma base sólida para o crescimento, enquanto o planejamento cuidadoso garante competitividade no mercado educacional.

A colaboração e o uso eficiente de recursos compartilhados impulsionarão o desenvolvimento contínuo de sua instituição.

PRÓXIMOS PASSOS

1

PREENCHIMENTO DO FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO

Dedique um momento para compartilhar suas impressões sobre a palestra

2

ACESSO AOS RECURSOS DISPONIBILIZADOS

Explore os materiais complementares para aprofundar seu conhecimento

3

IMPLEMENTAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DISCUTIDAS

Coloque em prática as técnicas de marketing educacional aprendidas

Para concluir nossa jornada de aprendizado sobre marketing educacional e captação de alunos, é fundamental que você tome algumas ações práticas imediatas:

- Preenchimento do formulário de avaliação.
- Acesso aos recursos disponibilizados.
- Implementação das estratégias discutidas.

Estas etapas são cruciais para consolidar o conhecimento adquirido e iniciar a transformação das suas estratégias de marketing educacional. Não deixe para depois, comece agora mesmo!