



Branding educacional: como construir uma marca de valor?

mkt4.edu

SUMÁRIO



03

Introdução

04

O que é branding?

05

A importância de
investir no branding
educacional

06

Quais as vantagens do
branding educacional?

08

Três pontos para
construir um
branding eficaz

09

Quais estratégias de
branding utilizar?

11

Como mensurar a
reputação da marca

13

Conclusão

14

Sobre a mkt4edu

Introdução

A competitividade dentro do mercado educacional é cada vez maior. Seja pelo número de cursos e diferenciais dentro das instituições de ensino, quem não consegue apresentar seus diferenciais acaba ficando para trás.

Diante disso, surgiu a necessidade de se construir uma marca de valor. Nesse universo competitivo, o branding educacional faz toda a diferença. É por meio do branding que a instituição de ensino vai construir uma promessa de valor aos seus estudantes.

É uma construção da marca da instituição, através de estratégias de marketing, para que ela ganhe maior visibilidade, reputação e reconhecimento diante do público-alvo. Com isso, você gera mais valor a sua instituição de ensino que contribui com a captação de alunos.

E a importância do branding está refletida na conexão que se cria entre a marca e o produto oferecido, no caso das instituições de ensino, os cursos oferecidos. Um estudo da Ana Couto Branding revelou que 67% das pessoas se dispõem a adquirir algum produto quando a marca possui algum valor ou propósito em comum aos deles.

Porém, qual o passo a passo para conseguir destacar os diferenciais da instituição? Quais estratégias utilizar? E por que o branding é tão importante para gerar reconhecimento em torno do nome da sua instituição de ensino?

A MKT4EDU preparou um material completo sobre branding educacional para que sua instituição de ensino se destaque no mercado.

Siga em frente e boa leitura!



O que é branding?

Branding é um conjunto de ações, inseridas dentro do [marketing educacional](#), que busca agregar valor, visibilidade e reconhecimento ao nome da instituição de ensino.

O principal objetivo do branding é criar algum tipo de conexão emotiva com o público-alvo. Em outras palavras, no branding educacional você apresenta os diferenciais da instituição como qualidade de ensino, metodologias de aprendizagem, estrutura, ferramentas tecnológicas aplicadas à educação e etc.

Com isso, você busca impactar seus potenciais alunos e também os estudantes da sua instituição de ensino para que se tornem defensores da sua marca.





A importância de investir no branding educacional

O branding educacional para as instituições de ensino passou a ser um diferencial competitivo. Isso porque aquelas instituições que conseguem de fato expor suas qualidades de forma concreta são as que atraem mais alunos.

Quando a instituição de ensino possui uma base estruturada de branding ela consegue destacar seus diferenciais e constrói uma marca mais consolidada em torno das suas **personas**. Promovendo experiências satisfatórias e gerando valores extremamente positivos em torno do nome da instituição de ensino.



Quais as vantagens do branding educacional?

O branding educacional vai além do que uma teoria que se explica como um conjunto de ações que mexem com o sentimento das pessoas. É uma promessa de valor que agrega reconhecimento a marca, resultados de longo prazo e conseqüentemente melhores resultados em matrículas.

Conheça algumas das principais vantagens para se apostar no branding educacional.



Reconhecimento – quando uma instituição se torna reconhecida por seus valores e pela qualidade de ensino, atrair mais alunos se torna uma consequência. E o branding é um apoio para gerar essa credibilidade em torno do nome da instituição.

Conquista defensores da marca – quando sua instituição de ensino consegue comunicar e repassar seus diferenciais e valores para o público-alvo, sejam estudantes ou ex-estudantes, são criadas conexões emocionais, que automaticamente vão criar defensores da sua instituição no mercado.

Maior competitividade de mercado – criando valor a sua marca com o branding educacional a sua competitividade aumenta, já que você saberá exatamente como destacar seus diferenciais em torno dos seus concorrentes.



Visibilidade de mercado – se a sua instituição de ensino está consolidada no mercado educacional e possui uma excelente reputação perante a concorrência as chances de ser valorizada pelos estudantes e atrair seu público-alvo são muito grandes.

Resultados satisfatórios – construir resultados a longo prazo não é simples, mas o branding educacional influencia a sua instituição de ensino a criar um nome no mercado que perdure por anos. Se as ações levam tempo, sem dúvida que por muito tempo também você será reconhecido por estudantes e futuros alunos como uma referência.





Três pontos para construir um branding eficaz

Uma estratégia de branding educacional tem várias diretrizes dentro da sua implementação. Ações online ou offline que contribuem para construir o nome da sua instituição de ensino.

Mas antes de colocar as estratégias de branding educacional em prática, três pontos são fundamentais para que a geração de valor da sua instituição de ensino seja positiva. São eles:

Conhecer a instituição – saber quais as qualidades e diferenciais da sua instituição de ensino é o primeiro passo para construir uma estratégia de branding eficaz. Faça a seguinte pergunta para montar esse plano inicial: o que te difere dos concorrentes? O que posso oferecer como diferencial aos futuros estudantes?

Conhecer o público-alvo – se conhecer os atributos da instituição é fundamental em ações de branding educacional, saber qual é o público-alvo não é menos importante. Esse passo é determinante para definir as estratégias e os locais onde as ações serão feitas (e-mail, redes sociais, Whatsapp) para que a comunicação seja mais eficaz com potenciais alunos.

Se atentar ao visual das campanhas – definir o visual das campanhas também é um ponto fundamental para que o branding seja eficaz. E nesse caso é necessário fazer uma pesquisa de mercado, o que mais agrada os alunos do seu perfil e o que pode impactá-los visualmente.



Quais estratégias de branding utilizar?

Existem várias formas das instituições de ensino aplicarem estratégias de branding educacional na sua rotina.

Entre as principais estratégias podemos destacar:

Campanhas online

O mercado digital é um dos preferidos para ações de branding educacional, por meio de [inbound marketing](#). Esse é um reflexo da presença das pessoas nas redes e da alta taxa de conversão que esse universo possui.

Um conteúdo gerado em redes sociais, por exemplo, tem uma taxa 4,5% maior do que em outros locais segundo uma [pesquisa do Sprout Social](#). Por isso que as instituições de ensino que buscam atingir a geração atual precisam necessariamente ser atuantes nas redes.

Produzindo conteúdos relevantes já que as redes permitem uma grande visibilidade da marca e nada melhor do que usá-la como um viés positivo para aumentar sua reputação no mercado.

Gestão da qualidade

Ações de branding educacional exigem principalmente um contato direto com alunos e ex-alunos. Ninguém melhor do que eles podem apontar quais os pontos fortes e fracos da instituição de ensino.

E partir dessa gestão de qualidade é possível elaborar estratégias para melhorar os serviços oferecidos pela instituição de ensino. Além



disso, essa é uma boa demonstração de que a empresa preza e leva em consideração a opinião deles. Criando-se assim um engajamento e um laço de relacionamento bastante eficaz da instituição com os estudantes.

Atendimento de qualidade

Se o PDV ou ponto de venda é muito importante dentro de ações de branding no mercado em geral, dentro das instituições de ensino podemos considerar o atendimento como um dos principais PDVs.

Isso porque se um aluno está interessado na sua instituição

de ensino, mas o atendimento é péssimo, as chances de ele voltar atrás na decisão são muito grandes. Portanto, o atendimento tem papel decisivo no branding educacional.

A ideia é que por meio desse atendimento você construa uma experiência única para que ele se convença de que sua instituição é a melhor para ele.

Marketing de conteúdo

O marketing de conteúdo gera três vezes mais leads do que uma publicidade paga, segundo o Instituto de Marketing de Conteúdo. E é por isso que as instituições de ensino devem usar e abusar ao máximo dessa estratégia.

No branding educacional, produzir conteúdos relevantes para sua instituição de ensino que agregue valor ao seu público é fundamental. Facilitando a atração e retenção de potenciais alunos.

E conteúdos que podem ser criados para redes sociais, e-books, blog, e-mail marketing e etc. Quanto mais materiais relevantes sua instituição de ensino criar, maiores as chances de ter uma visibilidade maior no mercado.



Como mensurar a reputação da marca

Conferimos a importância do branding educacional para as instituições de ensino, mas quais as principais estratégias que devem ser adotadas ao longo desse caminho de implantação de ações.

Como é possível mensurar a reputação da marca no mercado? Alguns medidores estratégicos são fundamentais nesse desafio e podem ajudar. Confira alguns deles abaixo.

Taxa de conversão

Um dos medidores mais utilizados no marketing digital é a taxa de conversão e que pode ser um reflexo do crescimento da sua marca nas ações de branding. Para isso é só medir o número de pessoas que clicaram em alguma campanha sua, que se inscreveram em landing pages, formulários, fichas e etc.

Assim é possível acompanhar mais de perto se sua estratégia de branding vem dando resultado ou não. Você pode medir essa taxa dividindo os novos leads pelo total de visitas no mês.

Alcance

Estratégia de branding prontas e ações correndo perfeitamente. Será? Um bom medidor para saber se sua campanha vem realmente funcionando é por meio do número de seguidores nas redes sociais ou pelo número de novos visitantes no site.



Se os números estão crescendo é sinal de que o branding educacional está sendo eficaz, agora se nada mudou é bom repensar nas suas estratégias.

ROI (Retorno sobre Investimento)

Ações de marketing são consideradas eficazes quando o resultado é positivo e no branding educacional não é diferente. Sua instituição de ensino vem recebendo mais matrículas, interesses nos cursos e etc. depois da implementação das estratégias de branding?

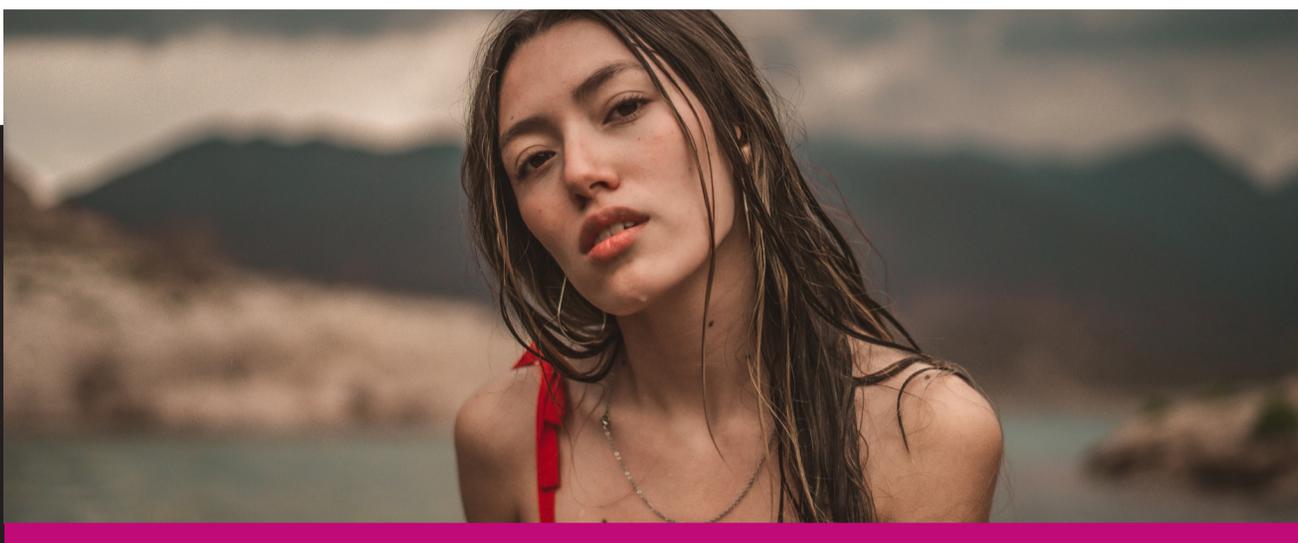
O ROI pode ser esse medidor da instituição de ensino, para isso é só subtrair o lucro pelo valor investimento. Se os números são positivos ou maiores do que os anteriores é um sinal de que sua marca está mais consolidada no mercado.

Além disso, toda a informação digitada no chatbot é armazenada e pode ser utilizada por sua equipe depois. O robô pode perguntar pelo nome do lead, e-mail, telefone e anotar, também, as principais dúvidas e interesses.

Taxa de engajamento

Como já dissemos ao longo do e-book, o branding tem como principal termômetro gerar ações que engajem um determinado público. Por isso, um dos principais medidores do branding vem por meio da taxa de engajamento das suas ações em relação aos potenciais e futuros estudantes da instituição de ensino.

E como medir isso? Por meio de dados de interação. Ou seja, se a instituição de ensino tiver um ótimo engajamento com o público-alvo, é bem possível que haja um grande número de interações com os materiais postados. Seja por meio de comentários, compartilhamentos e porque não avaliações positivas da instituição nas redes.



Conclusão

Montar uma estratégia de branding educacional não é tarefa fácil e exige muita dedicação e empenho de toda a instituição de ensino. A equipe de marketing precisa se integrar ao SAC, aos gestores da instituição e principalmente aos alunos e ex-alunos para conseguir construir os pontos fortes e fracos da instituição.

Quando uma estratégia de branding educacional é bem organizada e planejada aumentam as chances da instituição de ensino construir uma reputação no mercado. Fidelizando alunos e ex-alunos e principalmente construindo grandes defensores da marca no mercado.

Conheça o trabalho da [MKT4EDU](#), que tem expertise no setor educacional e sabe exatamente de quais ferramentas sua instituição de ensino precisa para construir uma marca de valor. [Entre em contato](#) com a gente e conheça o nosso trabalho.

Entre em contato com a Mkt4edu!

SOBRE A MKT4EDU

A mkt4edu é uma empresa que atua com foco em Captação e Retenção e estratégias de RevOps no marketing educacional.

Estamos entre os maiores parceiros HubSpot na América Latina – para o mercado educacional e, também, em todos os segmentos do mercado, e atualmente contamos com mais de cem operações em cinco países diferentes: Brasil, México, Estados Unidos, Portugal e Emirados Árabes.

Começamos no marketing educacional, mas hoje, abrangemos diferentes nichos do mercado, sempre focados em melhorar a conversão e a receita de cada um de nossos clientes.

Números são nossa especialidade e, para provar, aí vai um de que nos orgulhamos muito: já são mais de 3500 campanhas diferentes já realizadas com o foco na captação e retenção para diversas Instituições.



mkt4edu

SOBRE A MKT4EDU

Somos um time de experts que trabalha por meio de análise, treinamento, planejamento e qualificação, implementando estratégias de marketing, vendas e Customer Success para alcançar os melhores resultados.

Se sua organização busca alcançar novos níveis de negócio, conte conosco. Entre em contato e vamos juntos entender as melhores estratégias e ferramentas para que sua Instituição cresça ainda mais.



Conheça nossas soluções!

mkt4edu

mkt.4.edu

