

PANORAMA DE FECHAMENTO DO INTAKE

Análise das perspectivas dos gestores de Marketing sobre o ciclo de captação

Resultados 23/2

18.10.2023

PANORAMA DE FECHAMENTO DO INTAKE – CICLO 2023/2

No cenário competitivo e dinâmico dos negócios atuais, acompanhar indicadores-chave de desempenho é fundamental para guiar a tomada de decisões estratégicas e alcançar o sucesso empresarial. Para contribuir com a análise e gestão estratégica das Instituições de Ensino, a Crátilo Educacional desenvolveu um breve relatório com os dados de uma pesquisa aplicada com gestores educacionais da área de Marketing.

Os indicadores aqui apresentados não são apenas números frios, mas sim, reflexo das estratégias, esforços e investimentos das Instituições de Ensino. Eles são janelas para compreender o sucesso e os desafios enfrentados em um ambiente de constante evolução. Ao avaliar esses indicadores de maneira crítica e construtiva estamos nos capacitando para tomar decisões e construir estratégias que irão sustentar nosso planejamento de forma assertiva.

Ótima leitura!

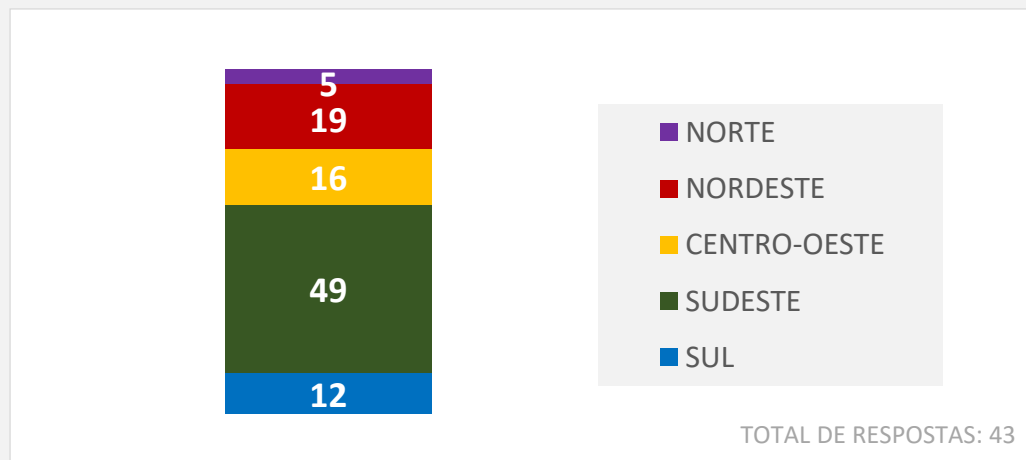
Atenciosamente,

Prof. Dr. Bruno A A Barreto
CEO da Crátilo Educacional

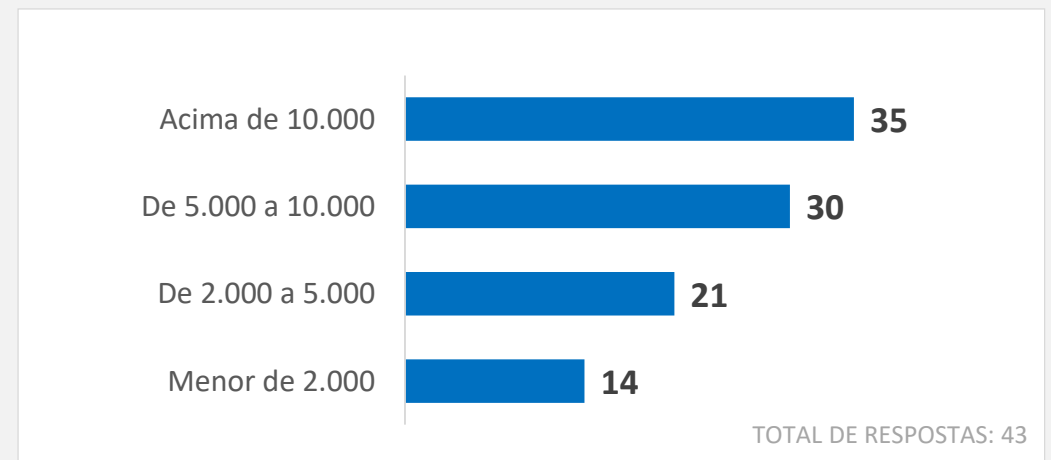
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO RELATÓRIO

<u>DESENVOLVIMENTO</u>	Crátilo Educacional
<u>COLETA DE DADOS</u>	Tracking Semestral a partir de Survey Online
<u>PERÍODO DE COLETA</u>	De 02 a 10 de Outubro;
<u>PERFIL DA AMOSTRA</u>	Gestores de Marketing de Instituições de Ensino Superior no segmento Particular do Brasil
<u>TAMANHO DA AMOSTRA</u>	43 respondentes
<u>PARCEIROS DIVULGAÇÃO</u>	MKT4EDU, PERSONE E ILAPE

QUAL A REGIÃO DA SUA IES (%)



TAMANHO DA BASE DE ALUNOS (%)



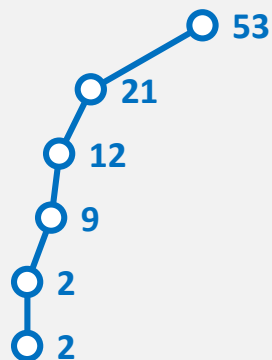
AVALIAÇÃO DAS METAS & CUSTOS DE AQUISIÇÃO



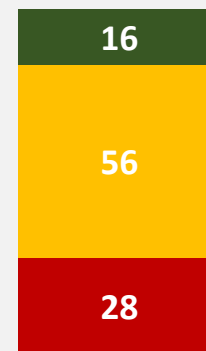
Custos de aquisição de Alunos (e leads) aumentou para maioria, e está acima de R\$500 para 2/3 do total

NESTE INTAKE (23/2) SUA META COMERCIAL FOI (%)

- Maior que 22/2 e **NÃO** conseguimos atingir na totalidade
- Maior que 22/2 e conseguimos atingir na totalidade
- Maior que 22/2 e **NÃO** conseguimos atingir em nada
- Menor que 22/2 e **NÃO** conseguimos atingir em nada
- Menor que 22/2 e conseguimos atingir na totalidade
- Menor que 22/2 e conseguimos atingir parcialmente

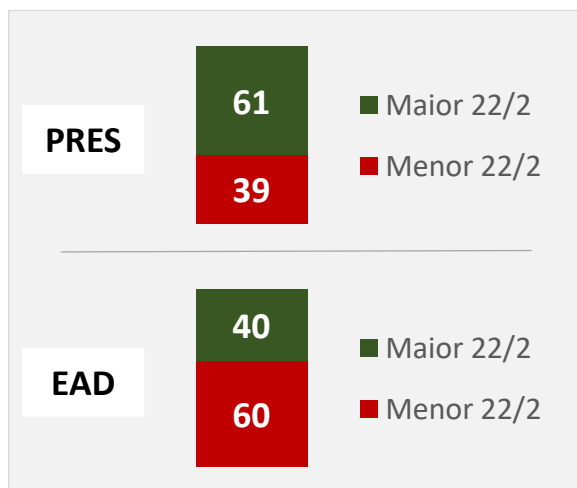


NESTE INTAKE (23/2) SUA META FINANCEIRA FOI (%)

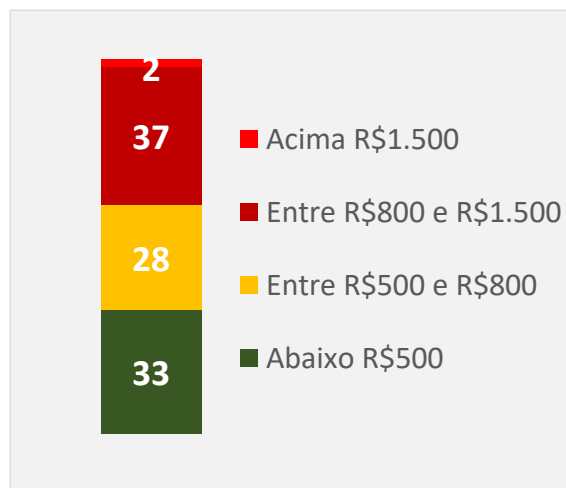


- Foi batida em todos os produtos
- Foi batida parcialmente em alguns produtos
- Não foi batida em nenhum produto

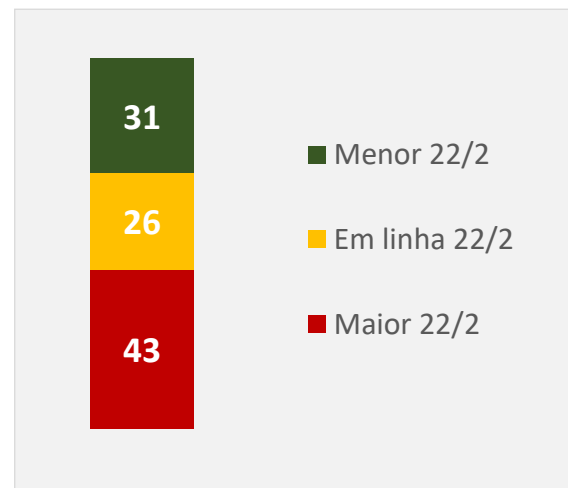
TICKET MÉDIO IES EM 23/2 (%)



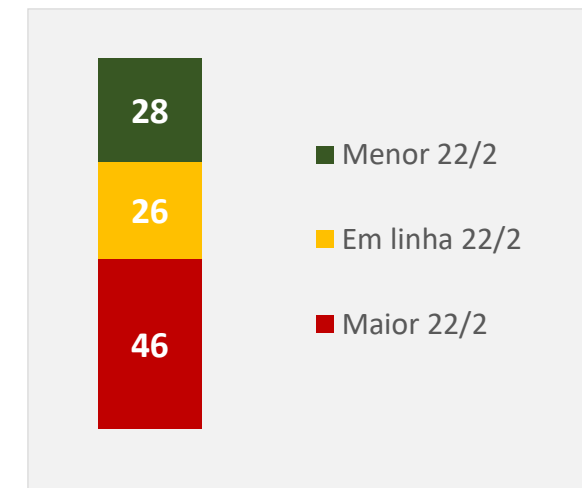
VALOR DO CAC EM R\$ (%)



COMPARATIVO CUSTO CAC (%)



COMPARATIVO CUSTO LEADS (%)

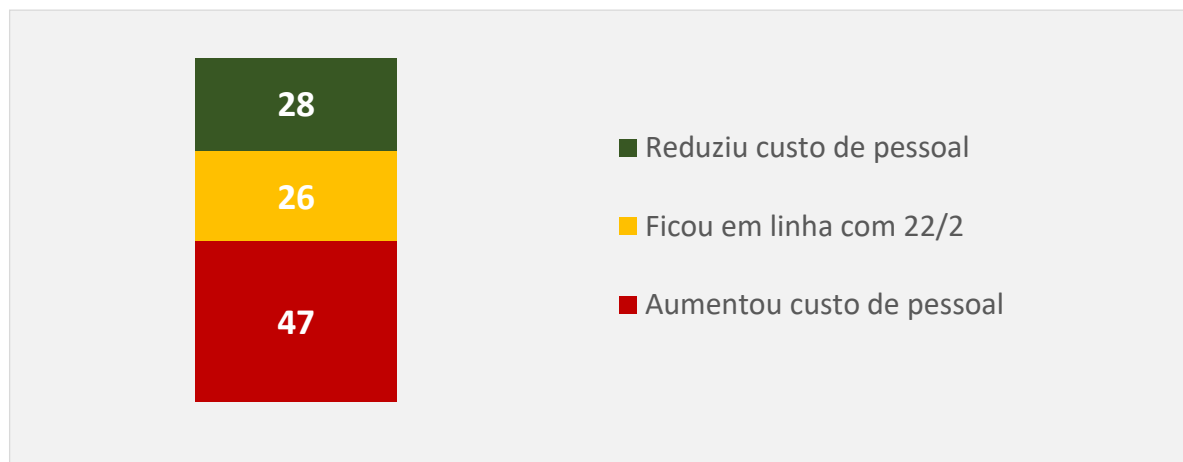


AVALIAÇÃO DE INVESTIMENTOS & RETROSPECTIVA

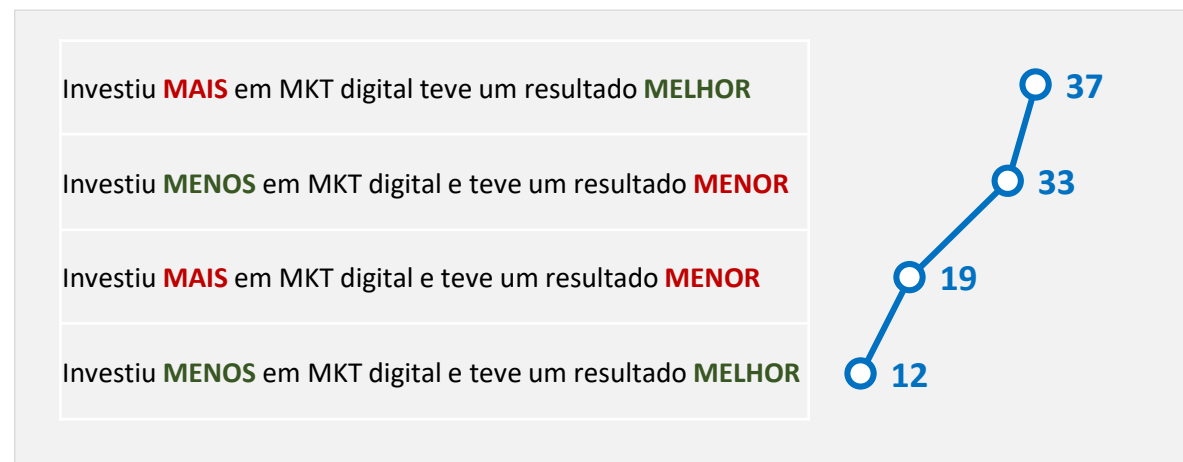


Investimento assertivo e gestão eficiente em Marketing Digital são fatores críticos de sucesso para captação

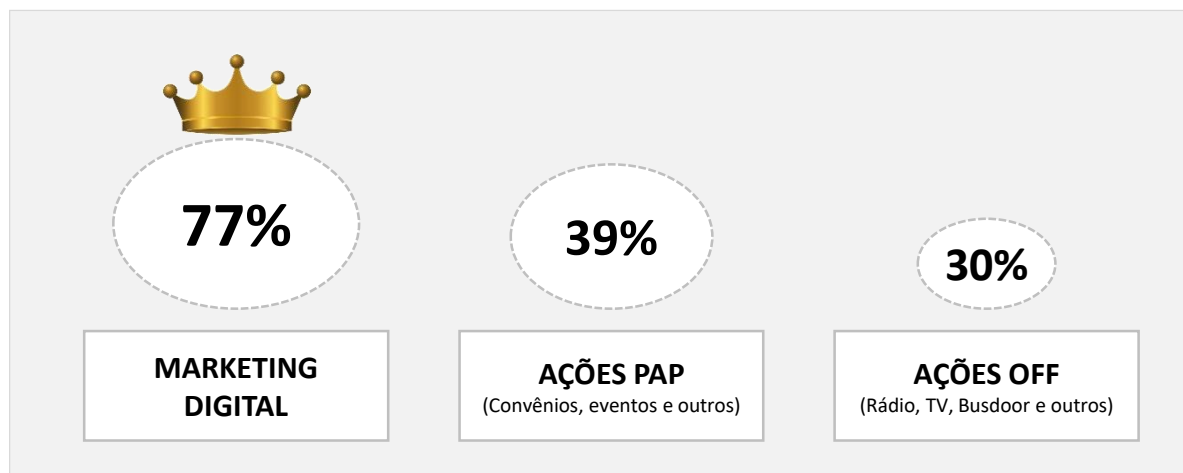
PENSANDO EM PESSOAL, NESSE INTAKE SUA IES (%)



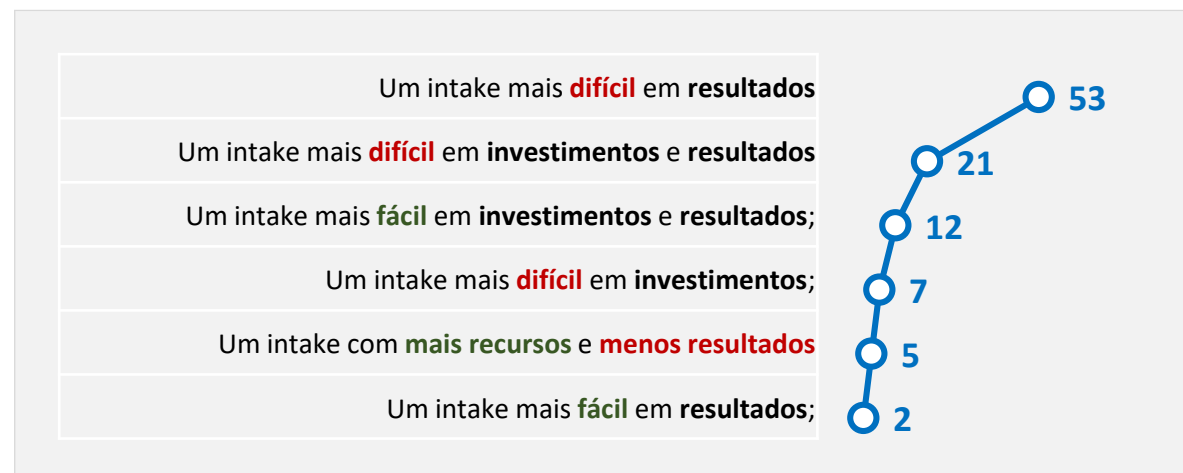
PENSANDO EM MARKETING DIGITAL, NESSE INTAKE SUA IES (%)



QUAL FOI O PRINCIPAL MEIO PARA MELHORAR A CAPTAÇÃO (%)



QUAL FOI SUA SENSAÇÃO AO FINAL DO INTAKE 23/2 (%)

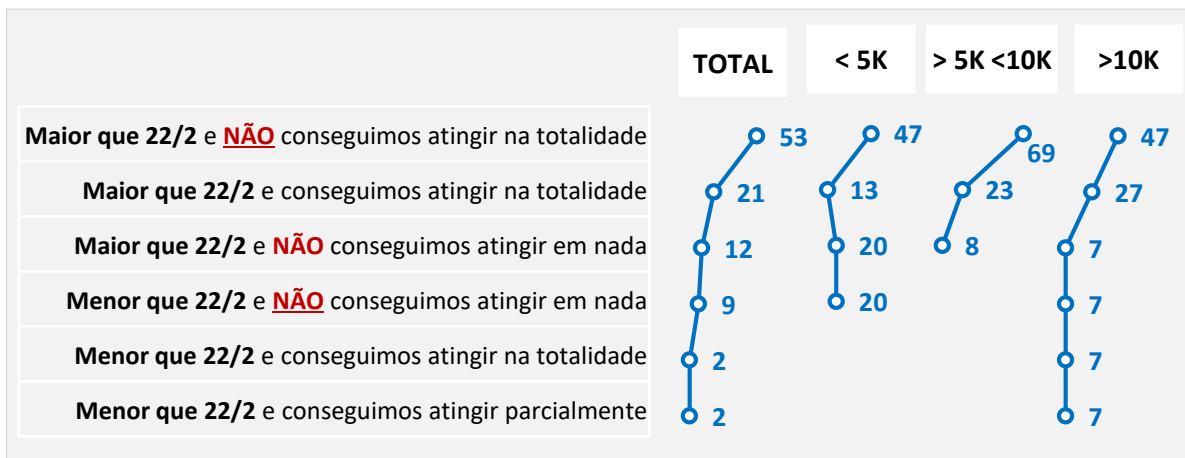


METAS & CUSTOS AQUISIÇÃO – COMPARAÇÃO P/ PORTE

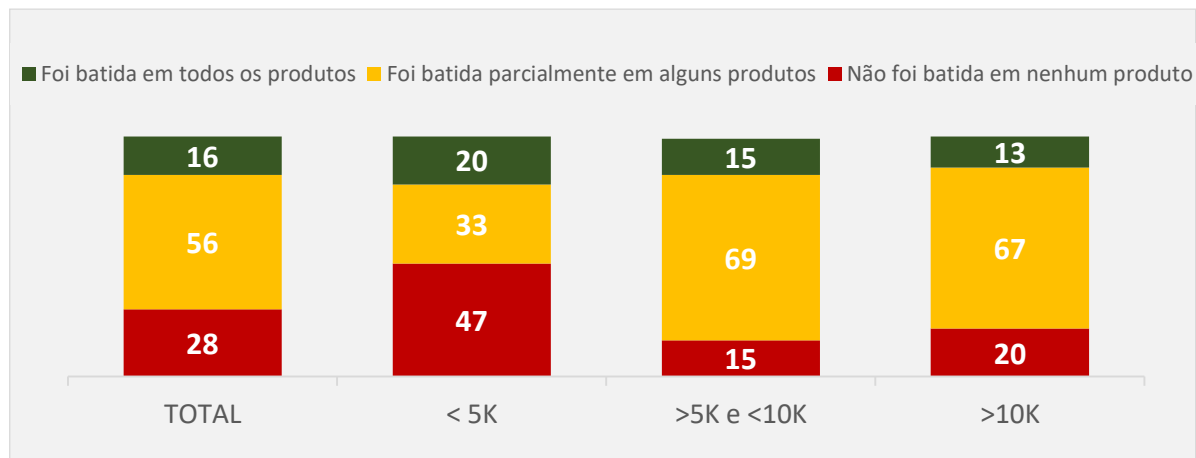


Instituições de menor porte apresentam maior dificuldade no atingimento dos objetivos e nos custos de aquisição

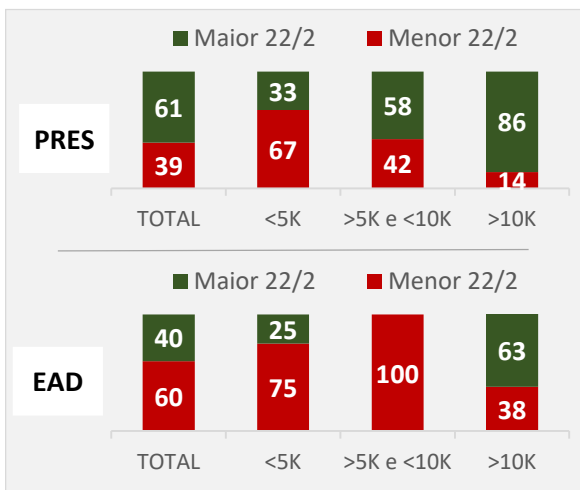
NESTE INTAKE (23/2) SUA META COMERCIAL FOI (%)



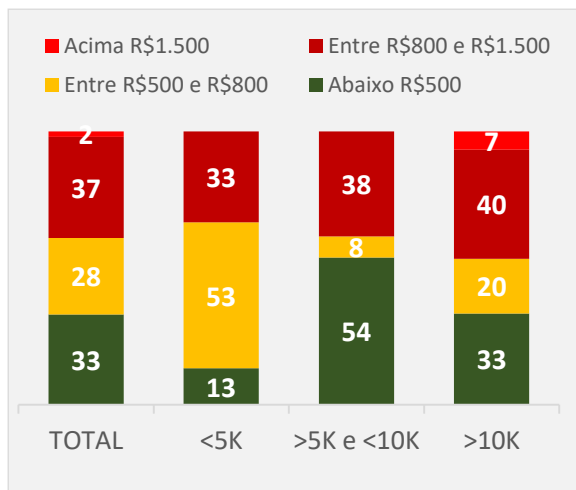
NESTE INTAKE (23/2) SUA META FINANCEIRA FOI (%)



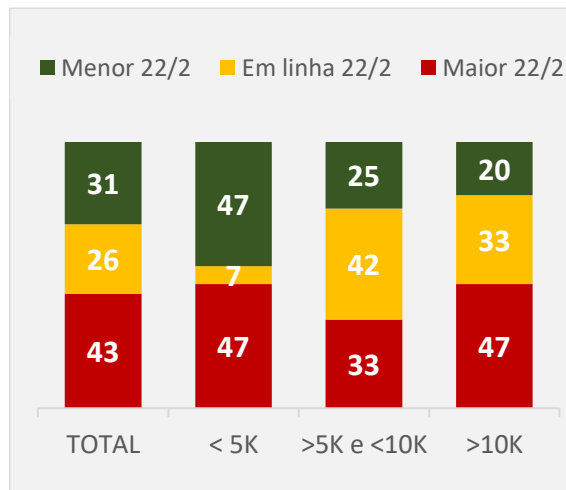
TICKET MÉDIO IES EM 23/2 (%)



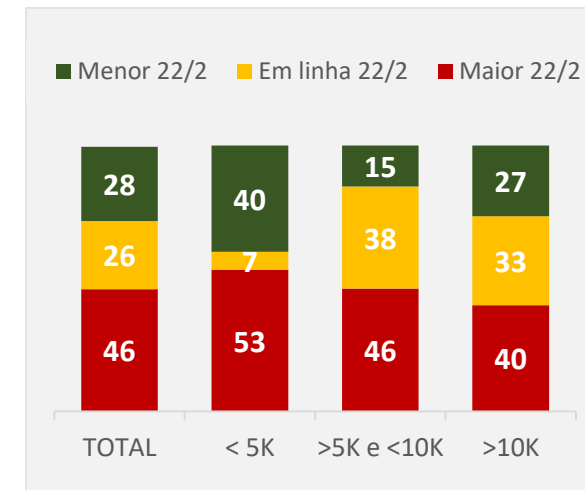
VALOR DO CAC EM R\$ (%)



COMPARATIVO CUSTO CAC (%)



COMPARATIVO CUSTO LEADS (%)

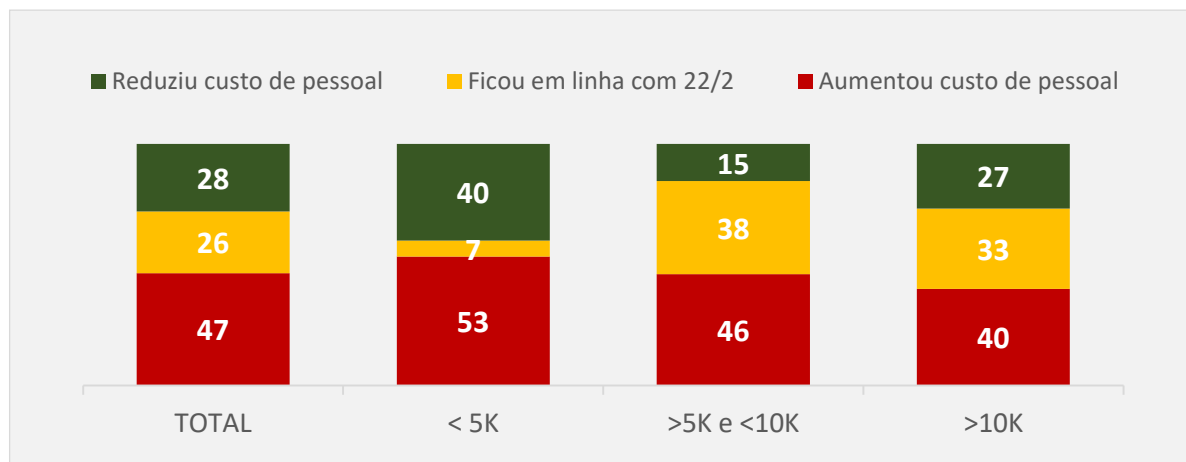


INVESTIMENTOS & RETROSPECTIVA – COMPARAÇÃO PORTE

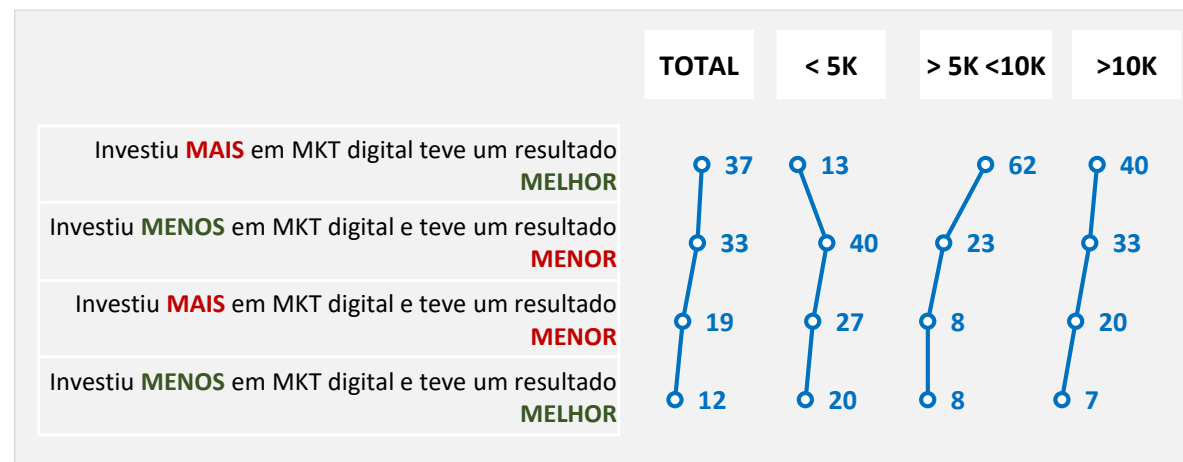


Perspectivas gerais são de um intake difícil tanto em resultado quanto na otimização dos investimentos

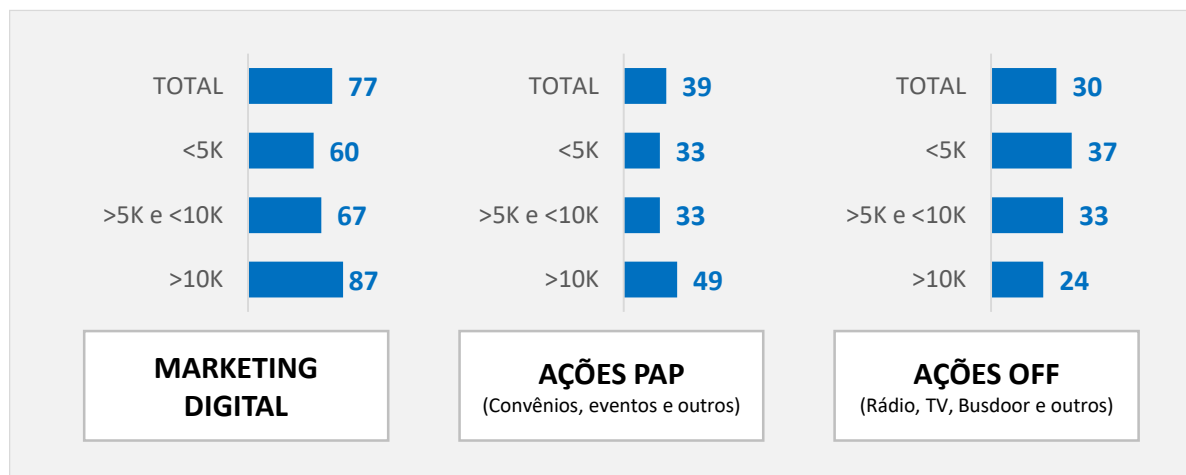
PENSANDO EM PESSOAL, NESSE INTAKE SUA IES (%)



PENSANDO EM MARKETING DIGITAL, NESSE INTAKE SUA IES (%)



QUAL FOI O PRINCIPAL MEIO PARA MELHORAR A CAPTAÇÃO (%)



QUAL FOI SUA SENSAÇÃO AO FINAL DO INTAKE 23/2 (%)



PRINCIPAIS MENSAGENS & DESAFIOS PARA OS PRÓXIMOS INTAKES

1. CUSTO DE AQUISIÇÃO DE LEADS E ALUNOS

A gestão do custo de aquisição de leads e alunos é um constante desafio. Para contenção do aumento desse valor vemos aqui a oportunidade para inovar (testar novos canais) e aprimorar as práticas já vigentes. Cada vez mais há a necessidade de investir em estratégias de marketing direcionadas e personalizadas dentro da régua de comunicação. Garantir que estejam adaptadas às mudanças nas preferências e necessidades dos alunos do presencial e a distância.

2. TICKET MÉDIO E METAS COMERCIAIS/FINANCEIRAS

Vemos um movimento de aumento das mensalidades presenciais, em função principalmente do custo operacional, e marginalização dos tickets EAD em função da ampla oferta de cursos. Nesse contexto desafiador a maioria dos gestores apostou em metas maiores (comparação 22/2), e os resultados foram de atingimento parcial para maioria. A construção de metas alinhadas ao potencial da sua região é importante para o engajamento da equipe, e deve ser feito com base em dados sólidos e confiáveis.

3. ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL

Através de estratégias de marketing digital as IES podem não apenas expandir sua força de marca de forma online, mas também personalizar suas mensagens e abordagens para se conectar de forma eficaz com alunos em potencial. A segmentação precisa, o uso de mídias sociais, conteúdo relevante e otimização de mecanismos de busca são apenas alguns dos recursos que permitem que as instituições de ensino se destaquem em um mercado altamente competitivo.

4. RETROSPECTIVA E PERSPECTIVAS

Passamos por um ciclo de captação repleto de desafios operacionais e estratégicos. A maior parte dos entrevistados acreditam que os desafios foram grandes da perspectiva de investimentos e resultados. Para ajudar no dimensionamento dos seus resultados de captação desenvolvemos, e iremos aprimorar, relatórios que irão auxiliar na construção de planos táticos e operacionais precisos e com aderência a realidade.

CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES DE INTELIGÊNCIA BASEADAS EM DADOS

Raio X do Mercado

Potencial de Mercado

- Painel Socioeconômico (IBGE)
- Público Potencial (IBGE)
- Crescimento de Mercado
- Penetração por Modalidade

Análise de Portfólio

- Volume e crescimento por Grau
- Volume e crescimento por Área
- Principais Cursos por Área
- Matrizes BCG

Dinâmica Competitiva

- Share de Mercado
- Crescimento & Retração
- Scorecard Comparativo IES

Perfil do Aluno

- Perfil socioeconômico (ENADE)
- Fatores de decisão (ENADE)



Pipeline Captação

- Avaliação Processo Inscrição
- Avaliação Processo Seletivo
- Avaliação de Atendimento
- Avaliação de Matrícula
- Interação com Concorrentes
- Percepção de Preço
- Tomada de Decisão
- Perfil do Candidato



Conheça seu Aluno e Egresso (Graduação/ Pós-Graduação)

- NPS
- Escalas de Satisfação
- Interação com Concorrentes
- Validação de Produto
- Percepção de Preço
- Tomada de Decisão
- Perfil do Aluno/ Egresso



CONHEÇA NOSSAS SOLUÇÕES PARA CAPTAÇÃO

Somos uma startup com enfoque em gestão educacional compartilhada para instituições regionais. Utilizamos recursos como automação e inteligência de dados, mas nosso diferencial está na maneira que alocamos a experiência estratégica de nossos executivos às operações de nossos parceiros.

O foco da nossa prestação de serviço é reforçar as equipes de nossos clientes com profissionais experientes nas áreas de marketing, gestão comercial e expansão de EaD, direcionando os times operacionais sem estarem dedicados integralmente à estrutura interna da IES.

Nossas ações são personalizadas a cada instituição e alinhadas às melhores práticas do setor. Atuamos do planejamento à execução, seguindo os preceitos de sustentabilidade e foco em resultados.

CMO AS A SERVICE



PESQUISA DE MERCADO



GESTÃO DA CAPTAÇÃO



GESTÃO DA PERMANÊNCIA



MARKETING DIGITAL



PLANEJAMENTO COMERCIAL

OUTROS SERVIÇOS



IMPLANTAÇÃO E EXPANSÃO DE EAD



SUPORTE REGULATÓRIO



CURSOS E TREINAMENTOS

SOLICITE UMA DEMONSTRAÇÃO DE NOSSAS SOLUÇÕES PARA SUA IES

Crátilo

EDUCACIONAL

www.cratilo.com • (11) 95052-2011

Avenida Paulista, 807 (CJ 2315)
Jardins • São Paulo/SP