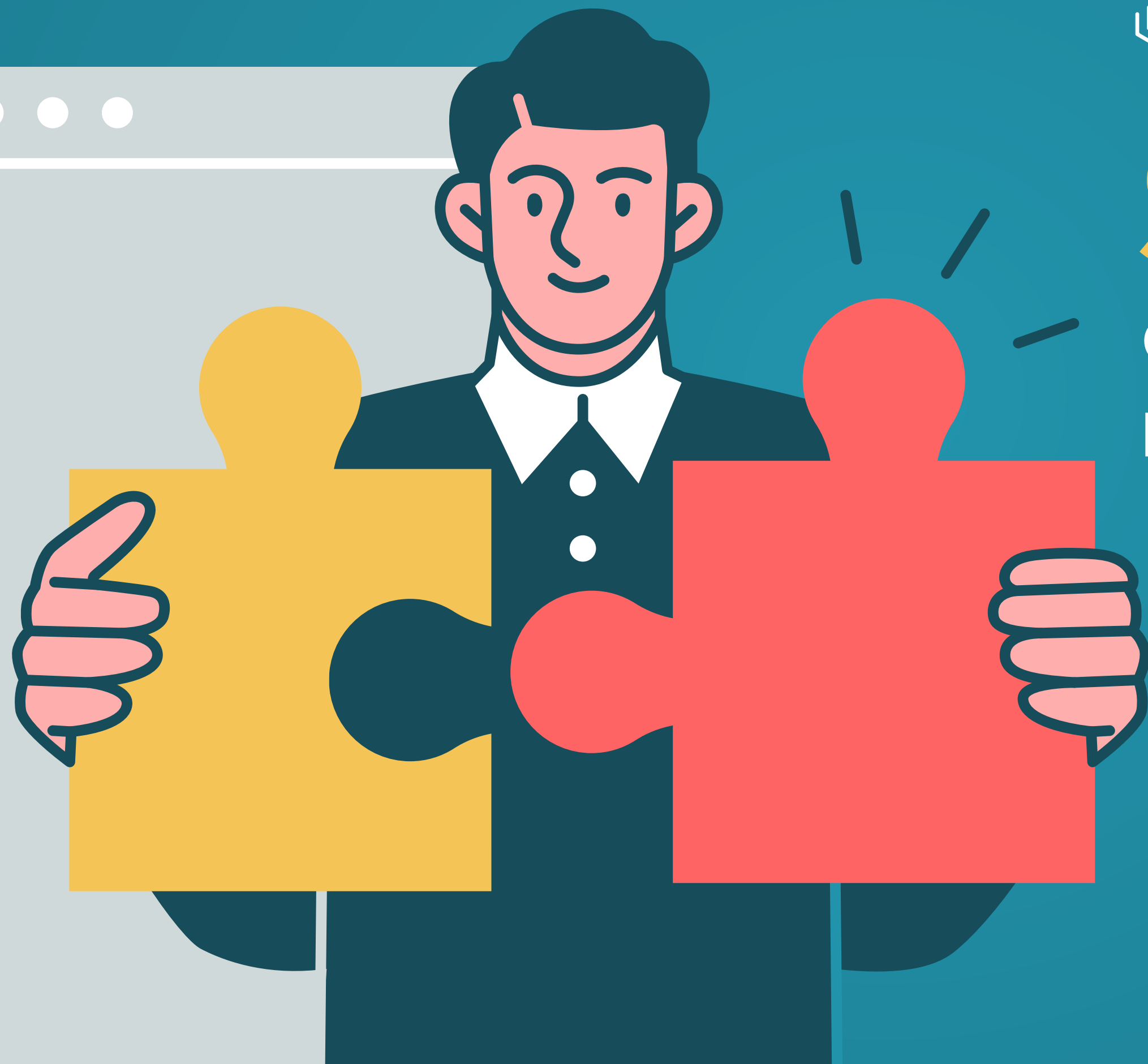




SMARTETING

Conectando marketing digital e vendas
para **captar mais alunos na sua IES**





SOMOS A CONTEÚDO EDU!

**CONECTAMOS SONHOS, UNINDO ALUNOS
COM INSTITUIÇÕES DE ENSINO ATRAVÉS
DE SOLUÇÕES CRIATIVAS DE MARKETING
E VENDAS EM PROL DA EDUCAÇÃO.**

A CONTEÚDO EDU ATUA EM TODO
BRASIL COM CAMPANHAS EAD E EM
12 ESTADOS COM CAPTAÇÃO PRESENCIAL.





GUILHERME PINHEIRO

ESPECIALISTA EM MARKETING DIGITAL COM FOCO EM PERFORMANCE, CRO E ANÁLISE DE DADOS. PROFESSOR E DIRETOR DE PERFORMANCE DA AGÊNCIA CONTEÚDO EDU. BACHAREL EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO (UFG) E PÓS-GRADUADO EM MARKETING. CERTIFICADO EM GOOGLE ADS, INBOUND MARKETING E EXCEL AVANÇADO.



THIAGO LUSTOSA

ESPECIALISTA EM FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO DE EQUIPES DE VENDAS E ORGANIZAÇÃO DE PROCESSOS COMERCIAIS. BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO (UFG) E PÓS-GRADUADO EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO. DIRETOR COMERCIAL DA CONTEÚDO EDU, PROFESSOR EM CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO.



M A R K E T I N G + V E N D A S



SUA MARCA NÃO É O QUE VOCÊ DIZ SOBRE ELA

E SIM O QUE SEUS ALUNOS FALAM DELA!

SCOTT COOK

Nossa marca é um conjunto de ações e ativos que completam um quebra-cabeça no imaginário do nosso aluno. Esses ativos criam o valor da marca e a futura intenção de compra.

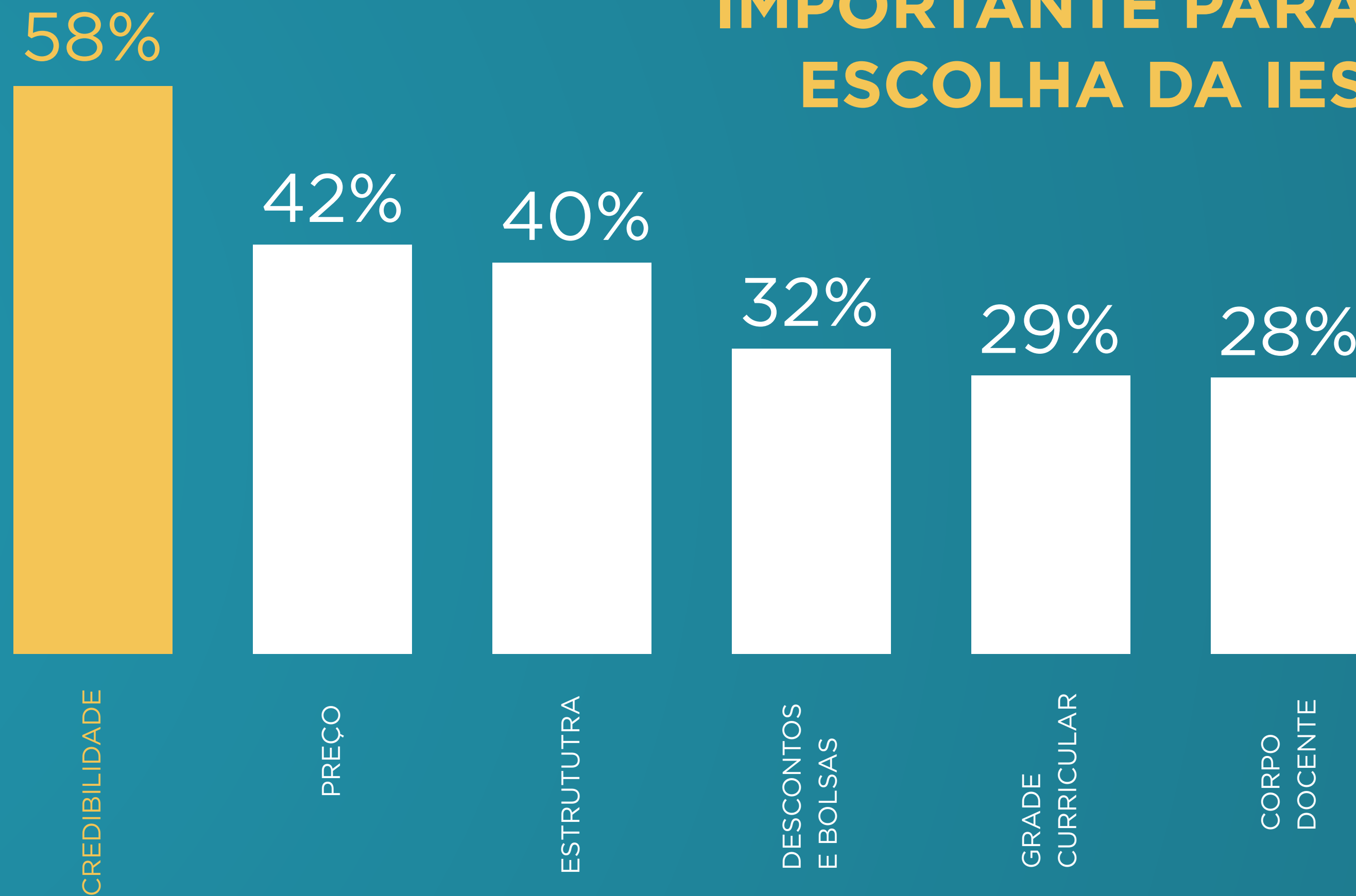






O **investimento no fortalecimento** da sua marca será proporcional a **diminuição no custo do seu lead.**

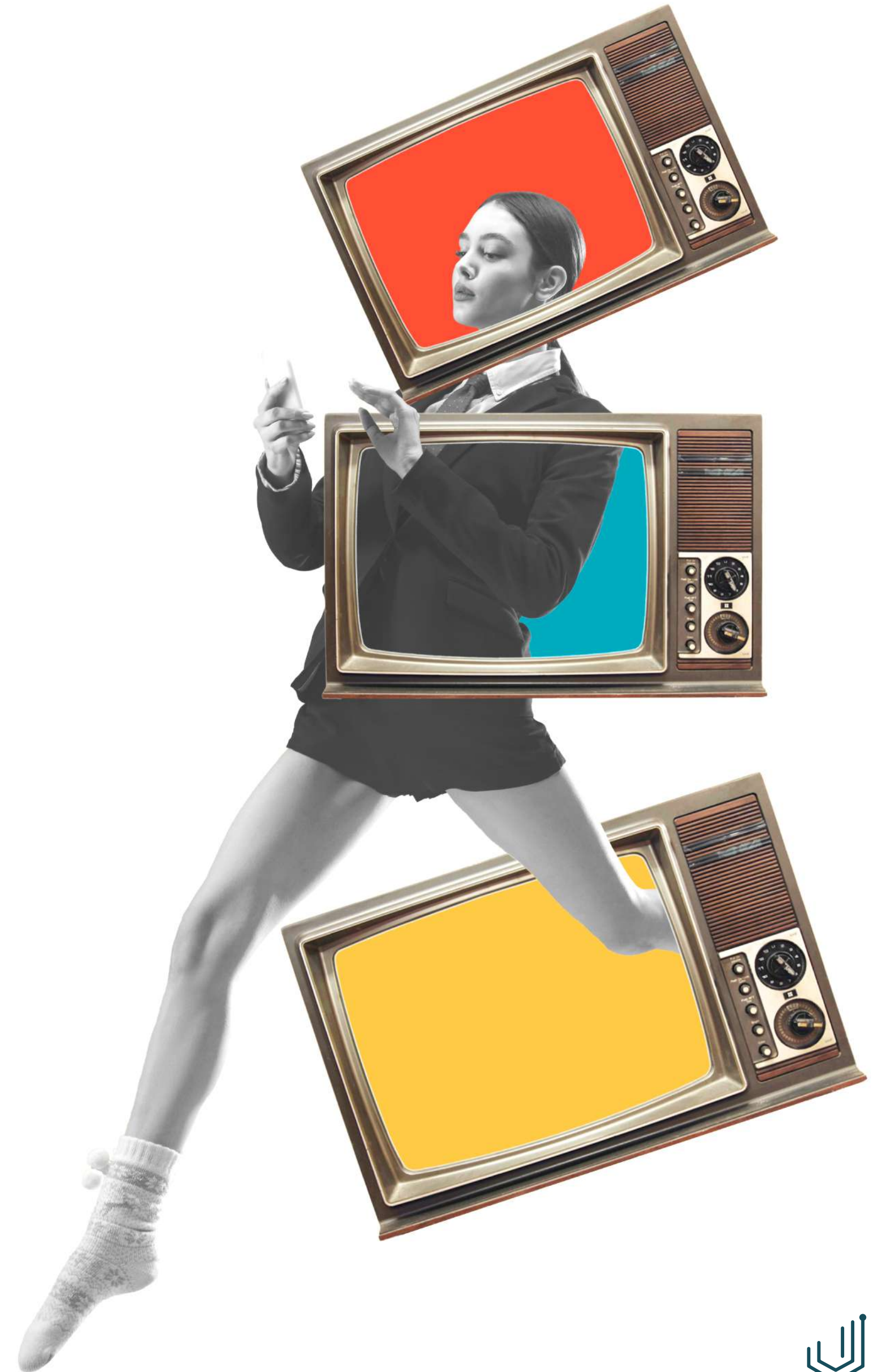
CREDIBILIDADE É MUITO IMPORTANTE PARA ESCOLHA DA IES



FONTE: INSTITUTO TOLUNA

O OFF NÃO MORREU!

É DE EXTREMA IMPORTÂNCIA A UNIÃO DE AÇÕES OFFLINE COM AS CAMPANHAS DIGITAIS. AUMENTA A VISIBILIDADE E AUTORIDADE.





**MAS,
ANTES DE TUDO.
COM QUEM ESTAMOS
FALANDO?**



BABY BOOMERS



GERAÇÃO X



**GERAÇÃO Y
(MILLENNIALS)**

- INTERATIVIDADE
- CARREIRA GRATIFICANTE
- CONSCIÊNCIA SOCIAL



GERAÇÃO Z

- CRÍTICOS E SELETIVOS
- NATIVOS DIGITAIS
- GANHAR DINHEIRO



GERAÇÃO ALPHA



PRECISAMOS CONSTRUIR PONTES,
RELACIONAMENTOS COM OS NOSSOS
FUTUROS, ATUAIS E EX-ALUNOS.

**CONSTRUA SUA
COMUNIDADE.**

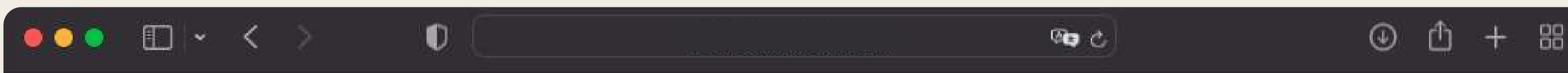
**CONVERSE E ENTREGUE
CONTEÚDO RELEVANTE!**

**NÃO TENTE
APENAS VENDER.**





- INVISTA NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO: QUIZ, BLOG, E-BOOK, ETC;
- FAÇA PARCERIA COM ESCOLAS E EMPRESAS;
- PARTICIPE DE EVENTOS;
- DIVULGUE SEUS PROFESSORES.



Top Results	# of Impressions
Seu resultado é: Procurando novos rum...	578 53.7%
Seu resultado é: Você está bem, mas po...	498 46.2%
Seu resultado é: Buscando oportunidade...	1 0.1%



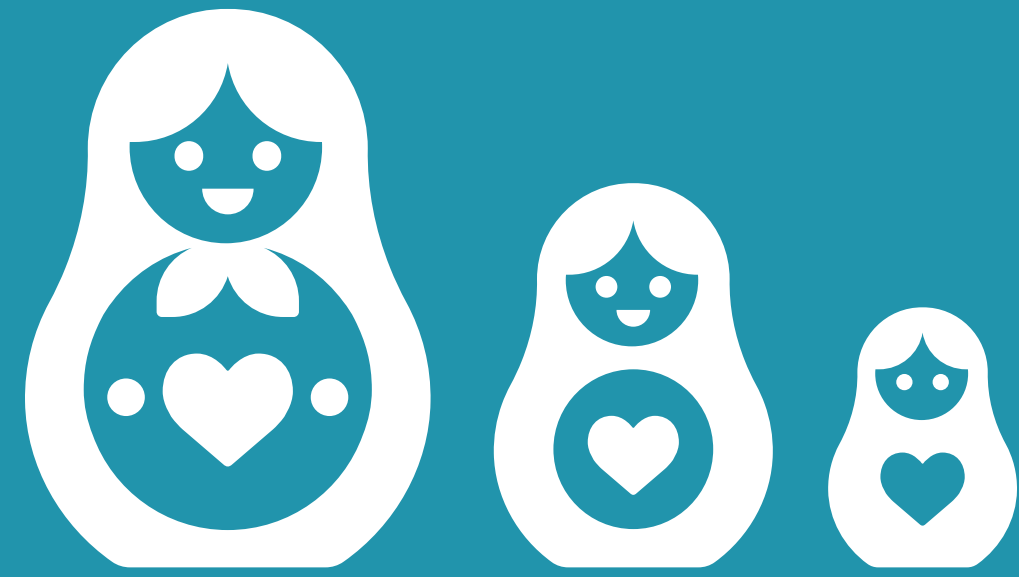
MAS, ONDE INVESTIR?



DE
PEN
DE

- OBJETIVO
- PERÍODO DE CAMPANHA
- LOCALIZAÇÃO
- PRODUTO
- VERBA





**NO MARKETING DIGITAL,
ENCONTRAMOS VÁRIAS
ESTRATÉGIAS. UMA NÃO
ANULA A OUTRA.**

OUTBOUND

- COMUNICAÇÃO DIRETA E EM MASSA
- LEMBRANÇA DE MARCA
- INVESTIMENTO MAIS ELEVADO
- MENSURAÇÃO COMPLICADA



INBOUND

- CONTATOS MAIS QUALIFICADOS
- INVESTIMENTO MAIS BAIXO
- PRODUÇÃO DE CONTEÚDO
- MAIS DEMORADO

TRÁFEGO PAGO

- RETORNO MAIS RÁPIDO
- SEGMENTAÇÃO APURADA
- INVESTIMENTO MÉDIO
- **ACELERA SEU RESULTADO**
- PROBLEMA A LONGO PRAZO SE FOR A ÚNICA FONTE DE CAPTAÇÃO



“

**SEM DADOS
VOCÊ É APENAS
UMA PESSOA QUALQUER
COM UMA OPINIÃO.**

EDWARDS DEMING



O IMPACTO DOS ANÚNCIOS

14%

DOS USUÁRIOS SE LEMBRAM
DO ÚLTIMO ANÚNCIO QUE VIRAM

8%

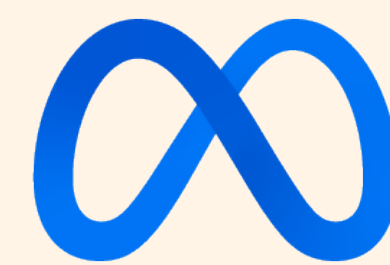
DOS USUÁRIOS SE LEMBRAM
DO PRODUTO PROMOVIDO

2.8%

DOS USUÁRIOS ACHARAM O
ANÚNCIO RELEVANTE DE FATO



Google Ads



Meta

**PARA ENTENDER MELHOR A
DIFERENÇA ENTRE AS PLATAFORMAS,
IMAGINE UMA FESTA...**



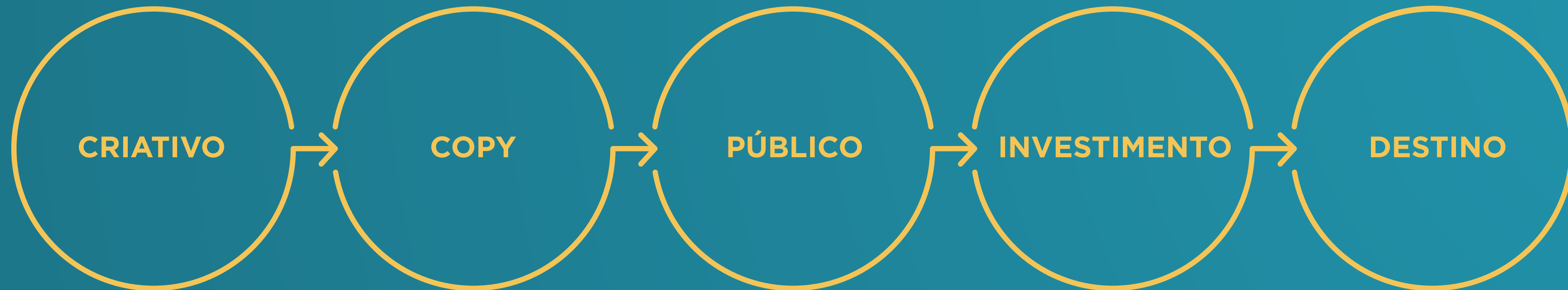
**A PESSOA FOI CONVIDADA
PARA A FESTA**

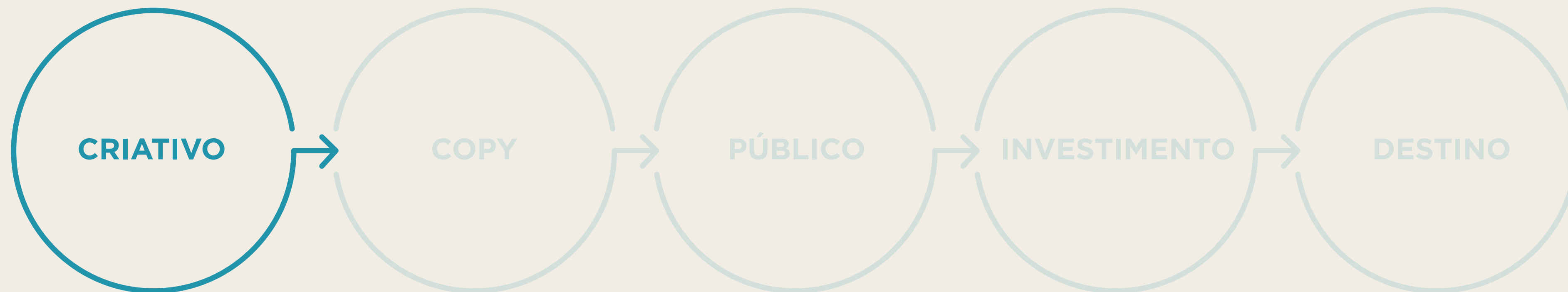


**A PESSOA É UM PENETRA. E O
BOM PENETRA É AQUELE QUE
PASSA A FESTA COMO INVISÍVEL**



**POR ISSO A IMPORTÂNCIA DE
ENTENDER QUE NÃO É APENAS DIZER
“EI, QUERO APARECER EM ANÚNCIOS PAGOS!”**







- DIVERSIDADE NAS ARTES
- VENDA O CLIQUE
- CRIE VARIAÇÕES

Uma transferência
melhor que
PIX!



uniAeso

SEU ENEM VALE UM
DESCONTÃO
DÊ UM UP NA SUA CARREIRA!



DESCUBRA
AGORA O SEU!

UNIARAXÁ

VESTIBULAR 2022
TORNE-SE SUA MELHOR
Versão



Luiz Gustavo
ALUNO DE DIREITO NA FAPAM

FAPAM

NOVA TURMA CONFIRMADA


**GESTÃO POR
COMPETÊNCIAS**

Novos tempos exigem
novas habilidades



INÍCIO DAS AULAS
JUNHO DE 2022
com Izabela Miotto

**ME
DICI
NA**



UNIPAR

VOCÊ NA
LINHA DE FRENTE
DO SEU FUTURO

A PONTE PARA
O SEU SUCESSO

VESTIBULAR CEAFI
GESTÃO HOSPITALAR



FACULDADE
CEAFI

ADAPTE!
SOMOS UM PAÍS PLURAL
E PRECISAMOS FAZER COM
QUE SEU ALUNO SINTA-SE
REPRESENTADO NAS SUAS
CRIAÇÕES.

 **UNIARAXÁ**
Patrocinado · 🌐

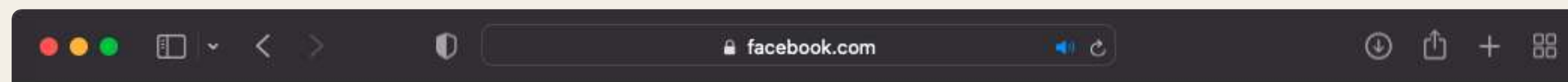
✅ 📱 🌐 Vamos repensar juntos o Futuro?
Já estão abertas as inscrições para o nosso vestibular. Venha fazer parte deste ...Ver mais



 **UNIARAXÁ**
Patrocinado · 🌐

✅ 📱 🌐 Vamos repensar juntos o Futuro?
Já estão abertas as inscrições para o nosso vestibular. Venha fazer parte deste ...Ver mais





FACEBOOK

Biblioteca de Anúncios

A Biblioteca de Anúncios garante a transparência publicitária oferecendo uma coleção abrangente e pesquisável de todos os anúncios em veiculação nos aplicativos e serviços do Facebook, incluindo o Instagram.

[Veja as novidades](#)



Pesquisar anúncios

Defina a sua localização e escolha uma categoria de anúncio para iniciar a pesquisa. [Veja dicas de pesquisa.](#)

Brasil ▾

Categoria de anúncio ▾

🔍 Escolha uma categoria de anúncios

Perguntas frequentes

O que é a Biblioteca de Anúncios do Facebook e como a pesquiso? ▾

Preciso de uma conta do Facebook para usar a Biblioteca de Anúncios? ▾

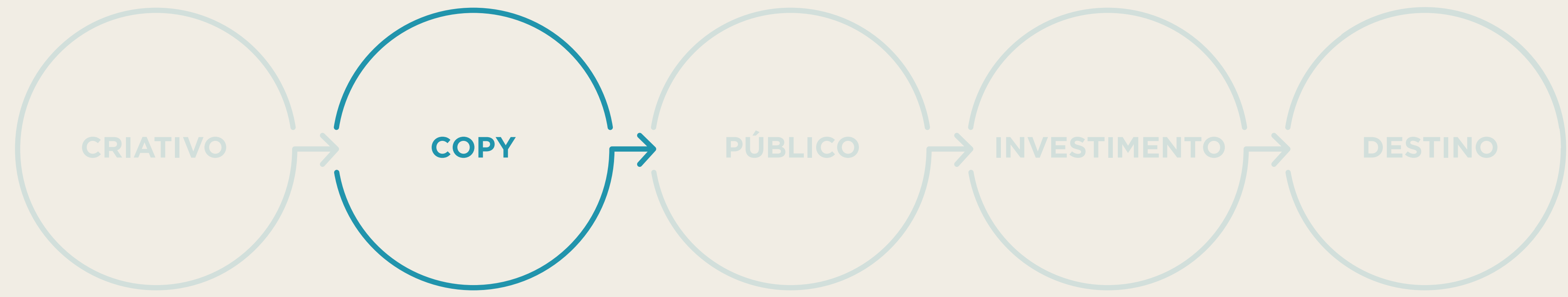
Como os anúncios sobre temas sociais, eleições ou política são identificados no Facebook? ▾

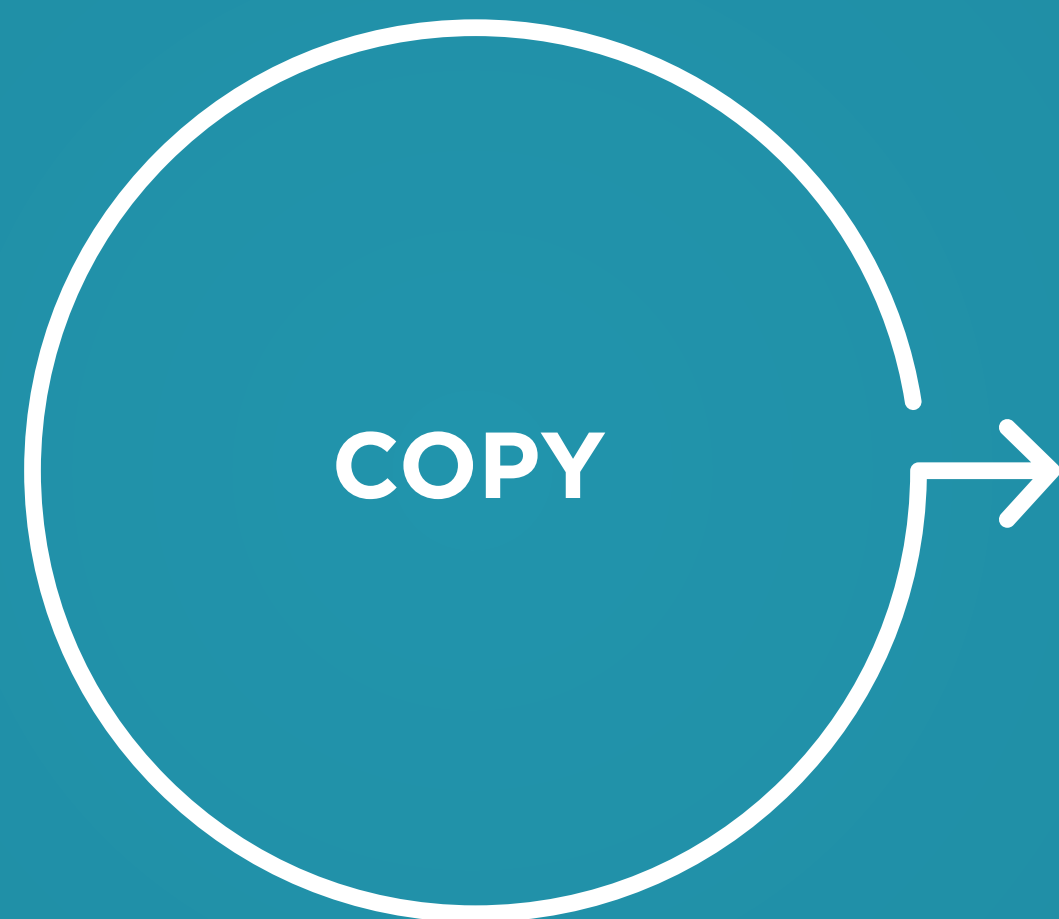
Quais anúncios eu posso pesquisar na Biblioteca de Anúncios? ▾

Quando tempo leva para um anúncio aparecer na Biblioteca de Anúncios? ▾

Como o Facebook decide quais anúncios mostrar para mim? ▾

MONITORE O MERCADO E SEU CONCORRENTE!

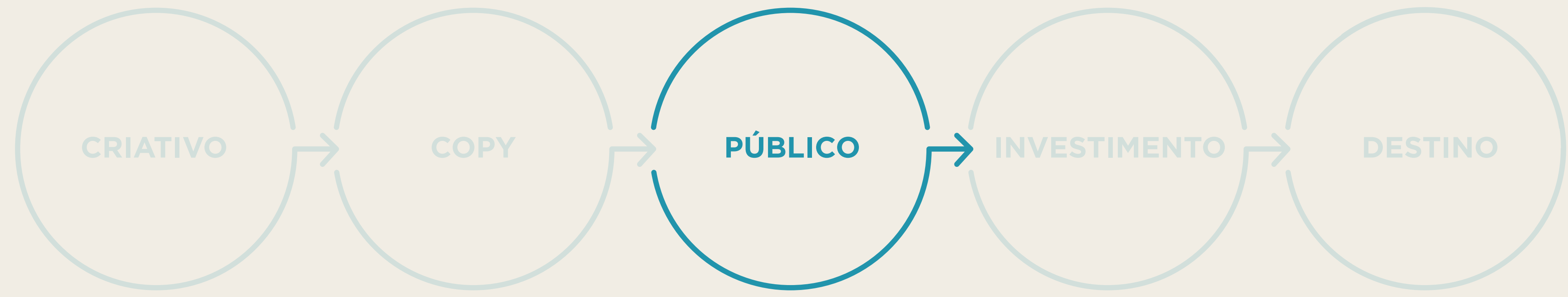


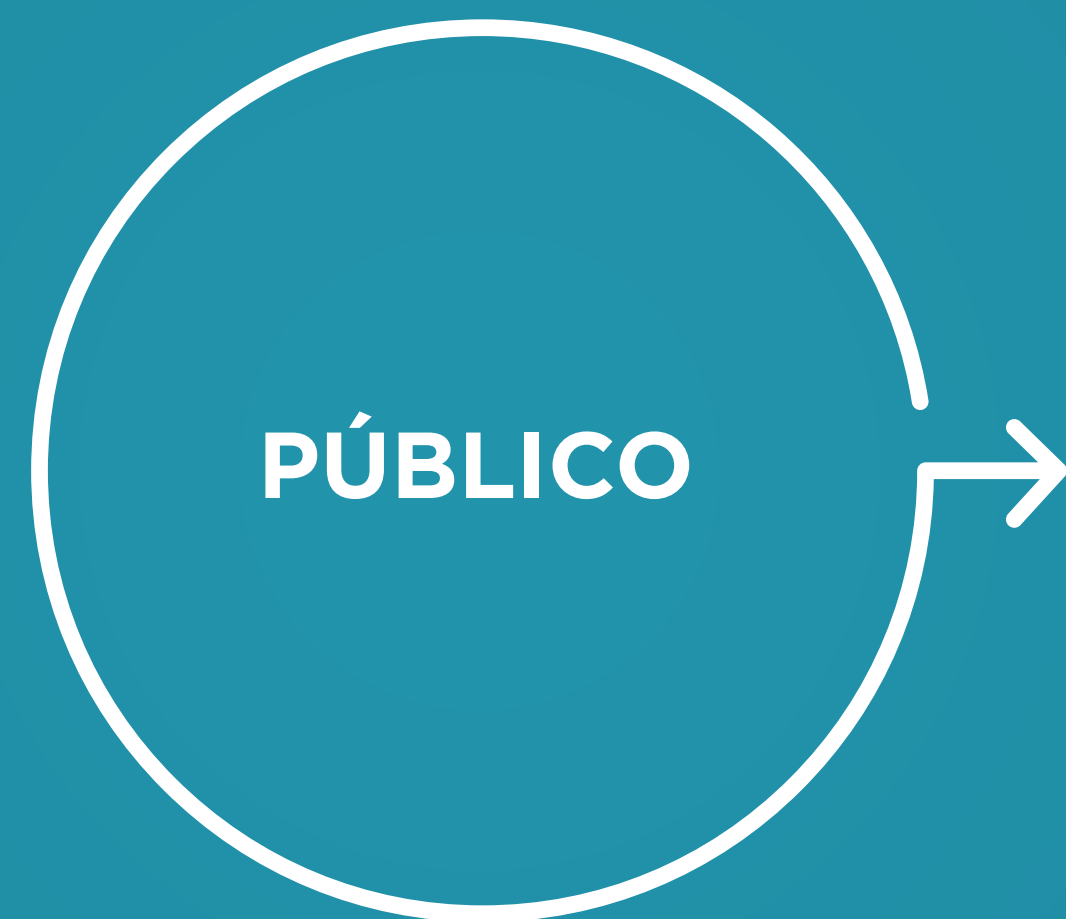


COPYWRITING:
PROCESSO DE PRODUÇÃO DE
TEXTOS, IMAGENS OU VÍDEOS
PERSUASIVOS COM FOCO
EM VENDA.



DE ACORDO COM O GOOGLE
**CADA USUÁRIO ESTÁ EXPOSTO
A CENTENAS DE ESTÍMULOS DE
COMPRAS TODOS OS DIAS.**





- PÚBLICOS QUENTES E FRIOS
- MELHOR DO QUE VENDER É RETER SEU ALUNO, TRAGA ELE PARA AS SUAS AÇÕES
- BÔNUS: NÃO CONHEÇO MEU PÚBLICO E PRECISO COMEÇAR A MAPEAR



18-24



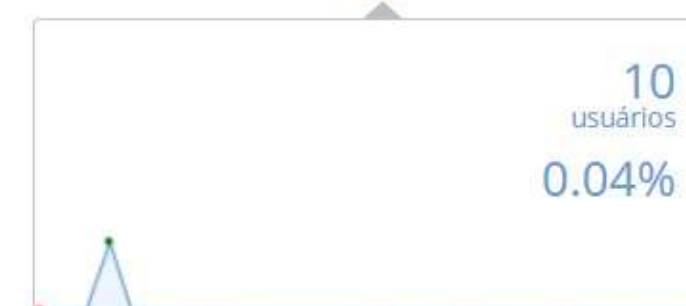
25-34



35-59



60+



♀️ Gênero



GÊNERO	USUÁRIOS	PERCENTUAL
Mulheres	15.530	62,67%
Homens	9.250	37,33%

🎓 Escolaridade



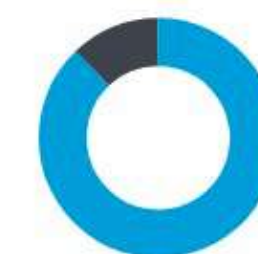
ESCOLARIDADE	USUÁRIOS	PERCENTUAL
Graduado	17.820	71,91%
Não graduado	6.960	28,09%

👤 Estado civil



ESTADO CIVIL	USUÁRIOS	PERCENTUAL
Casado	12.560	50,69%
Solteiro	12.220	49,31%

💰 Classe social



CLASSE SOCIAL	USUÁRIOS	PERCENTUAL
Classe A/B	21.800	87,90%
Classe C	2.970	11,98%

Marcas



Busca



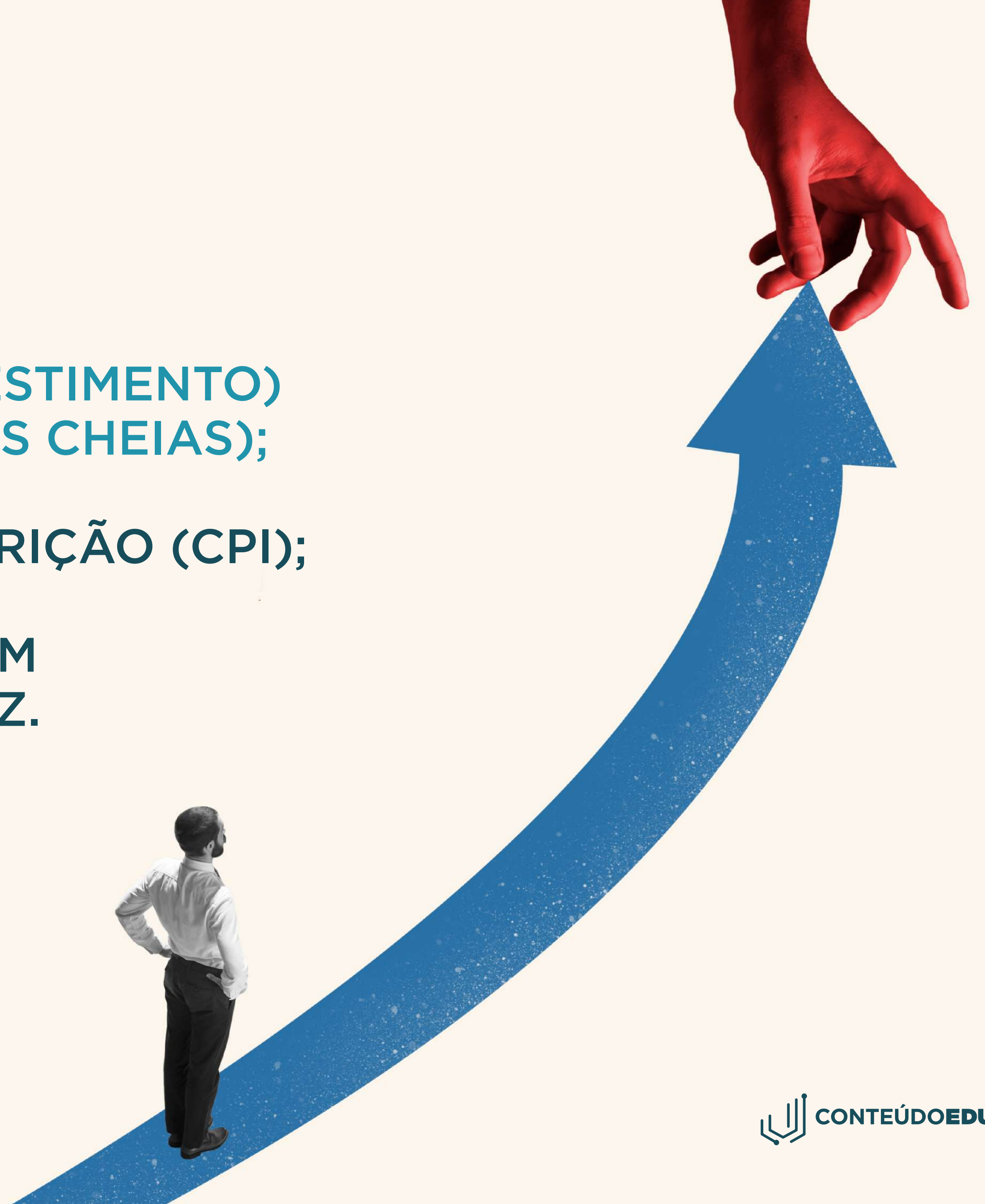
ÁRVORE

LISTA

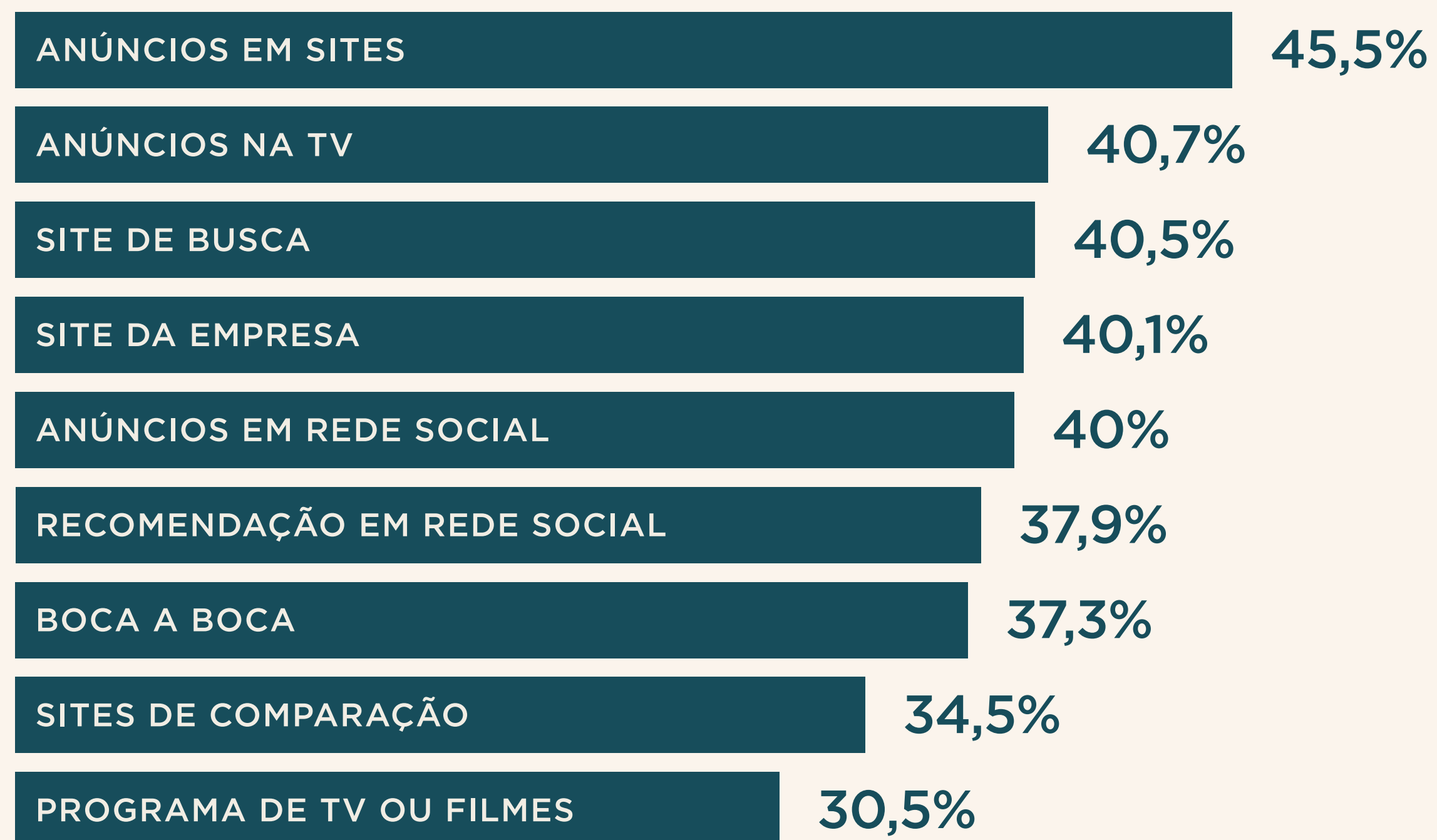
MARCA	ACOMP. DIÁRIO	USUÁRIOS	PERCENTUAL	AFINIDADE
1 Eletrônicos		2.060	8,27%	3,35x
2 Eletrodomésticos		550	2,21%	3,45x
3 Veículos		660	2,65%	1,79x
4 Moda		340	1,36%	1,66x
5 Bebidas		30	0,12%	1,50x



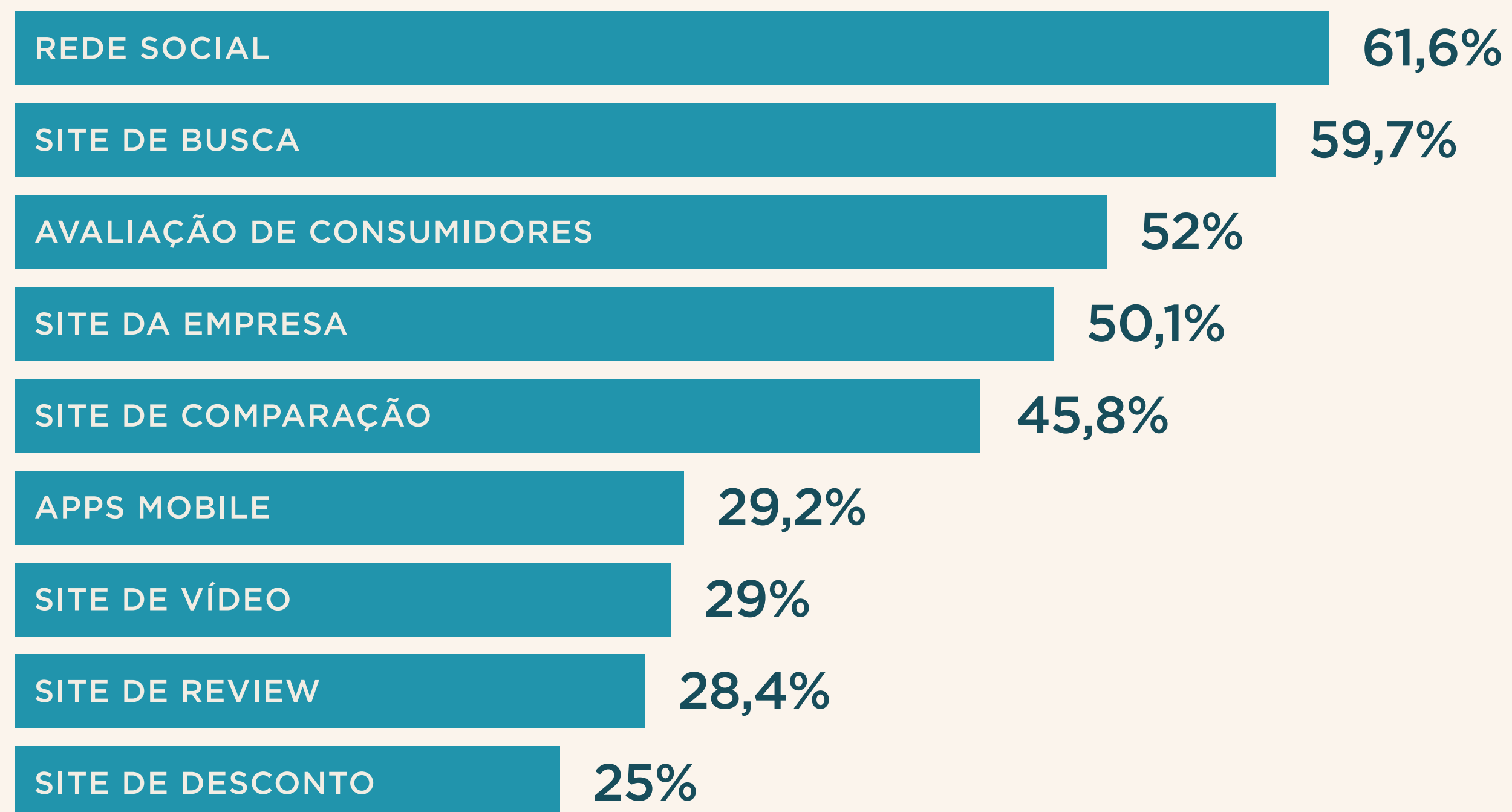
- É PRECISO COMBUSTÍVEL (INVESTIMENTO) PARA O CARRO ANDAR (TURMAS CHEIAS);
- CALCULE SEU CUSTO POR INSCRIÇÃO (CPI);
- DEFINA UM FOCO, NÃO ATIRE EM TODAS AS OFERTAS DE UMA VEZ.

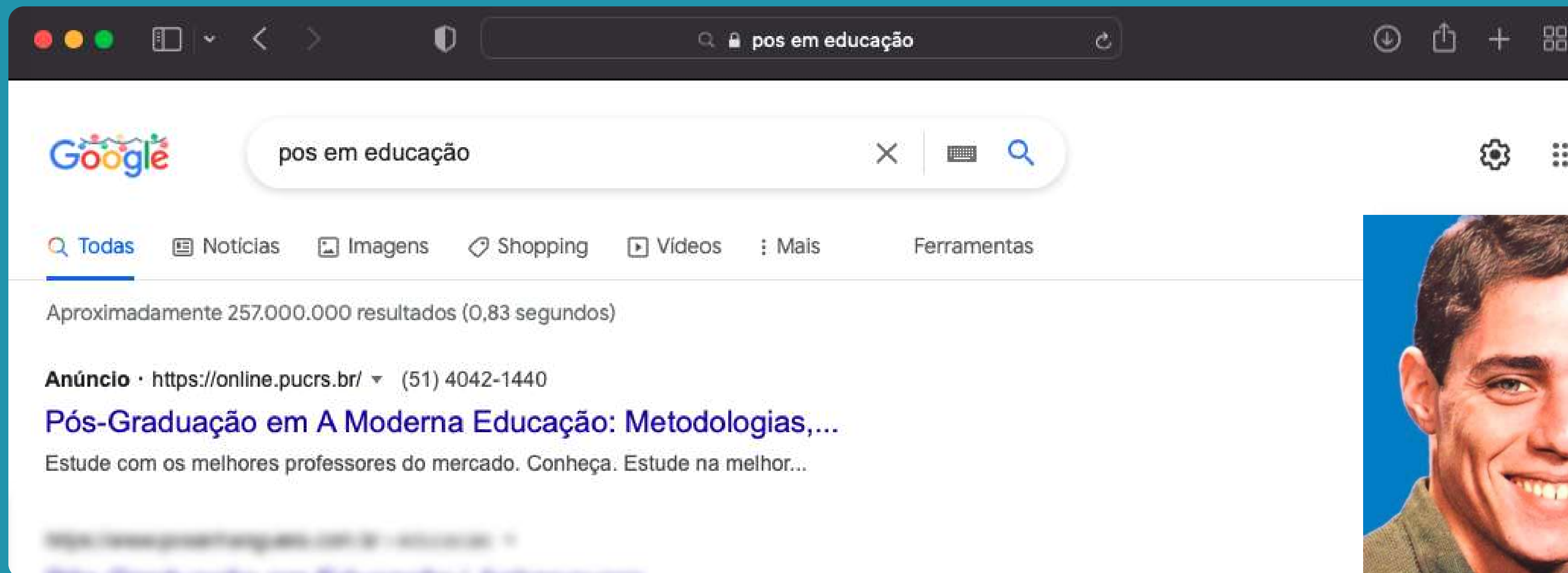


ONDE O USUÁRIO DESCOBRE NOVAS MARCAS

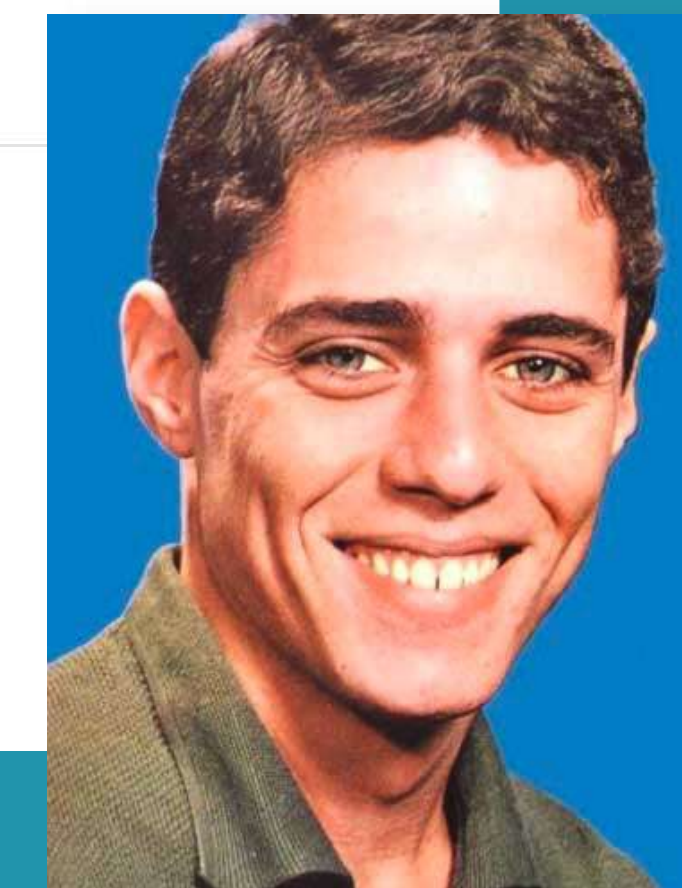


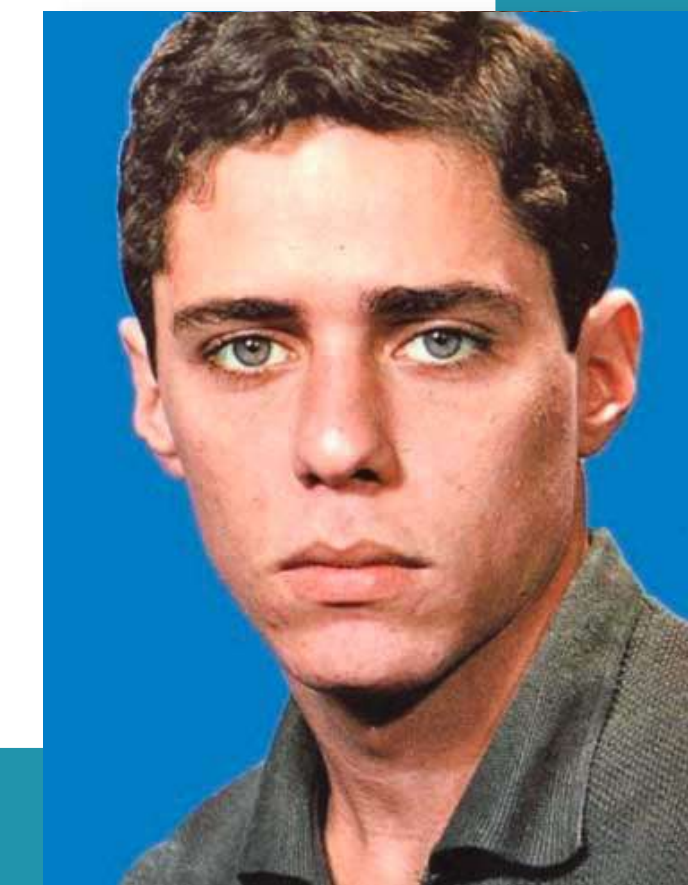
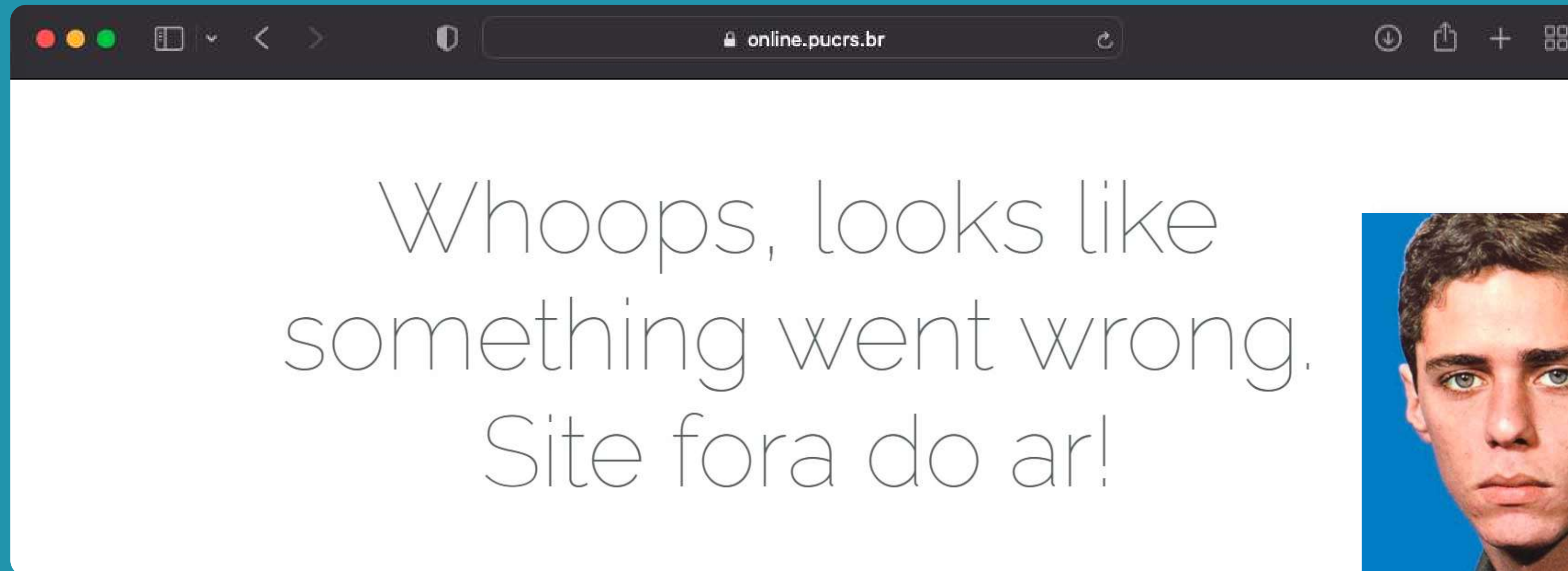
ONDE O USUÁRIO BUSCA SOBRE NOVAS MARCAS





A screenshot of a Google search page. The browser's address bar shows the search term "pos em educação". The Google logo is on the left, and the search bar contains the same text. Below the search bar, there are navigation tabs: "Todas", "Notícias", "Imagens", "Shopping", "Vídeos", "Mais", and "Ferramentas". The search results show "Aproximadamente 257.000.000 resultados (0,83 segundos)". The first result is an advertisement for "Pós-Graduação em A Moderna Educação: Metodologias,..." from the website "https://online.pucrs.br/". The ad text says "Estude com os melhores professores do mercado. Conheça. Estude na melhor...".





**OK, MEU INSTAGRAM
É BOM, NÃO PRECISO
DE UM SITE!**





FUNIL SMARTKETING IES

SMARKETING:

O ALINHAMENTO TOTAL ENTRE MARKETING E VENDAS

EXISTEM ALGUMAS PRÁTICAS QUE FAZEM A SUA EMPRESA SER SMARKETING, OU SEJA, TER UMA SINTONIA PERFEITA ENTRE MARKETING E VENDAS. É ASSIM QUE OS DOIS TIMES VÃO UNIR ESFORÇOS PARA TRAZER MAIS PREVISIBILIDADE DE CRESCIMENTO E ESCALAR AS OPORTUNIDADES DO NEGÓCIO. VEJA COMO SE INSERIR NESSE MODELO.

**GEREI UM MONTE DE LEADS,
CONTATOS E INSCRITOS.**

O QUE FAÇO COM ISSO?





**PROBLEMA
BOM**

**E PROBLEMA
RUIM**



MUITAS IES PENSAM NA ESTRUTURA DE MARKETING, GERAM LEADS MAS, **NÃO TEM ESTRUTURA PARA ATENDER OS CONTATOS RECEBIDOS DO MARKETING**

ISSO GERA UM PROBLEMA GRAVE

**E QUE MUITAS VEZES ATRAPALHA
O PROCESSO DE VENDA QUE É O
TEMPO NO ATENDIMENTO**

ALGUNS QUESTIONAMENTOS QUE VOCÊ PRECISA FAZER PARA SUA PRÓPRIA IES

- VOCÊ TEM UMA EQUIPE DE VENDAS?
- VOCÊ TEM UM CRM?
- UMA EQUIPE DE CALL CENTER?





ALGUNS QUESTIONAMENTOS QUE VOCÊ PRECISA FAZER PARA SUA PRÓPRIA IES

- EXISTE INTEGRAÇÃO ENTRE FERRAMENTAS E OS TIMES DE MKT E VENDAS?
- SEU TIME CONHECE E ENTENDE SOBRE OS CURSOS E DIFERENCIAIS COMPETITIVOS DA IES?
- EXISTE A PROXIMIDADE DO COORDENADOR DE CURSO?

“

**O PREÇO BAIXO
É O ÚLTIMO REFÚGIO DE
QUEM NÃO TEM MAIS
IDEIAS GENEROSAS.**

SETH GODIN



CUIDADO COM AS
CAMPANHAS
SAZONAIS





BLACK 2021

COMO ESTÁ DEFINIDA SUA ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO?

O ALUNO SEMPRE PASSA PELA EQUIPE DE VENDAS OU ELE PODE FAZER INSCRIÇÃO OU MATRÍCULA SOZINHO?





**E QUEM NÃO
SE MATRICULA?
O QUE VOCÊS
FAZEM?**

AÇÕES COMERCIAIS SÃO

IMPOR

TANTES

SIM!

**PARA DE FICAR
SÓ ESPERANDO
LEAD E VAI PARA
A RUA BUSCAR
ELES!**

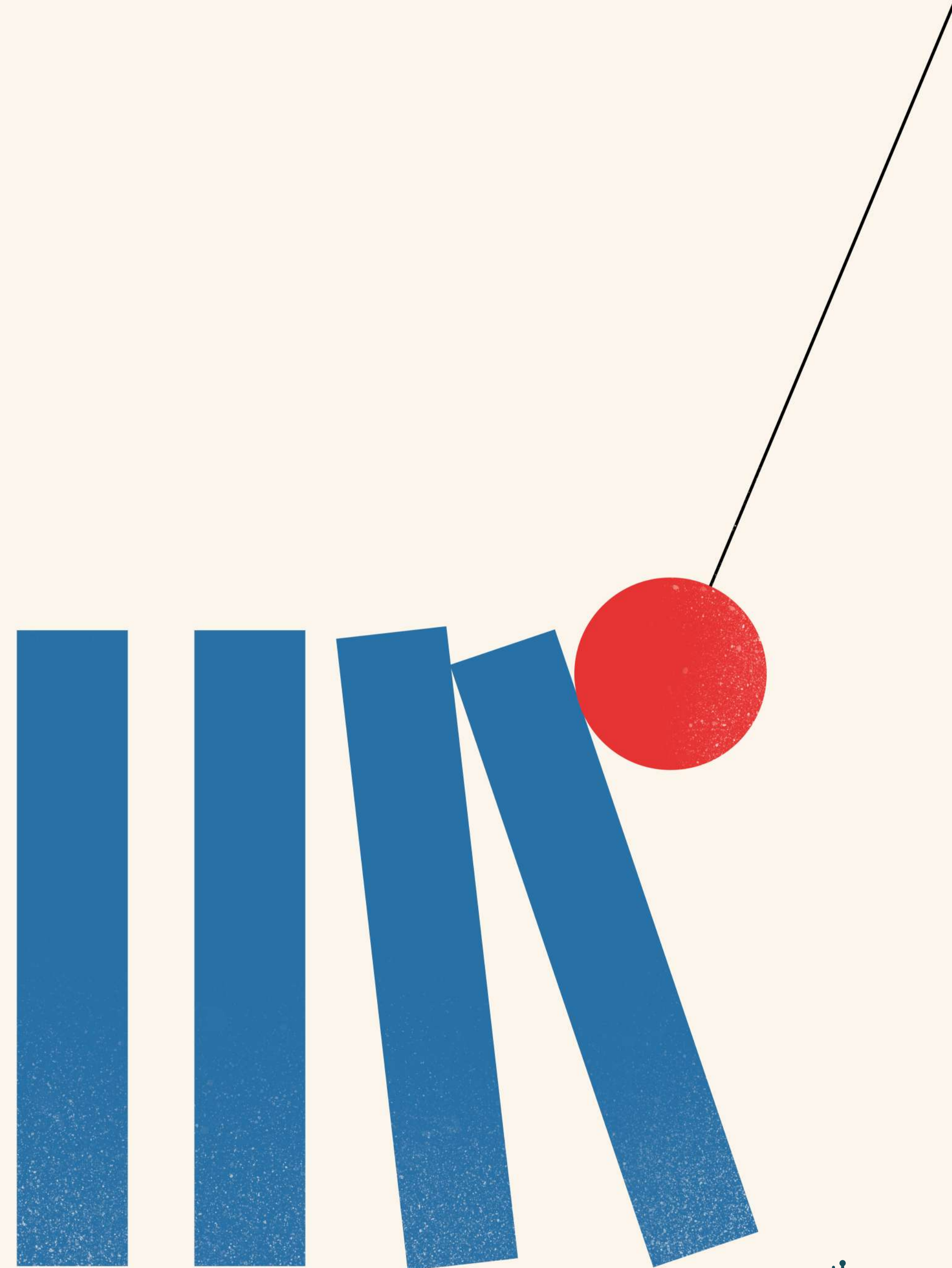


PROBLEMA GRAVE!

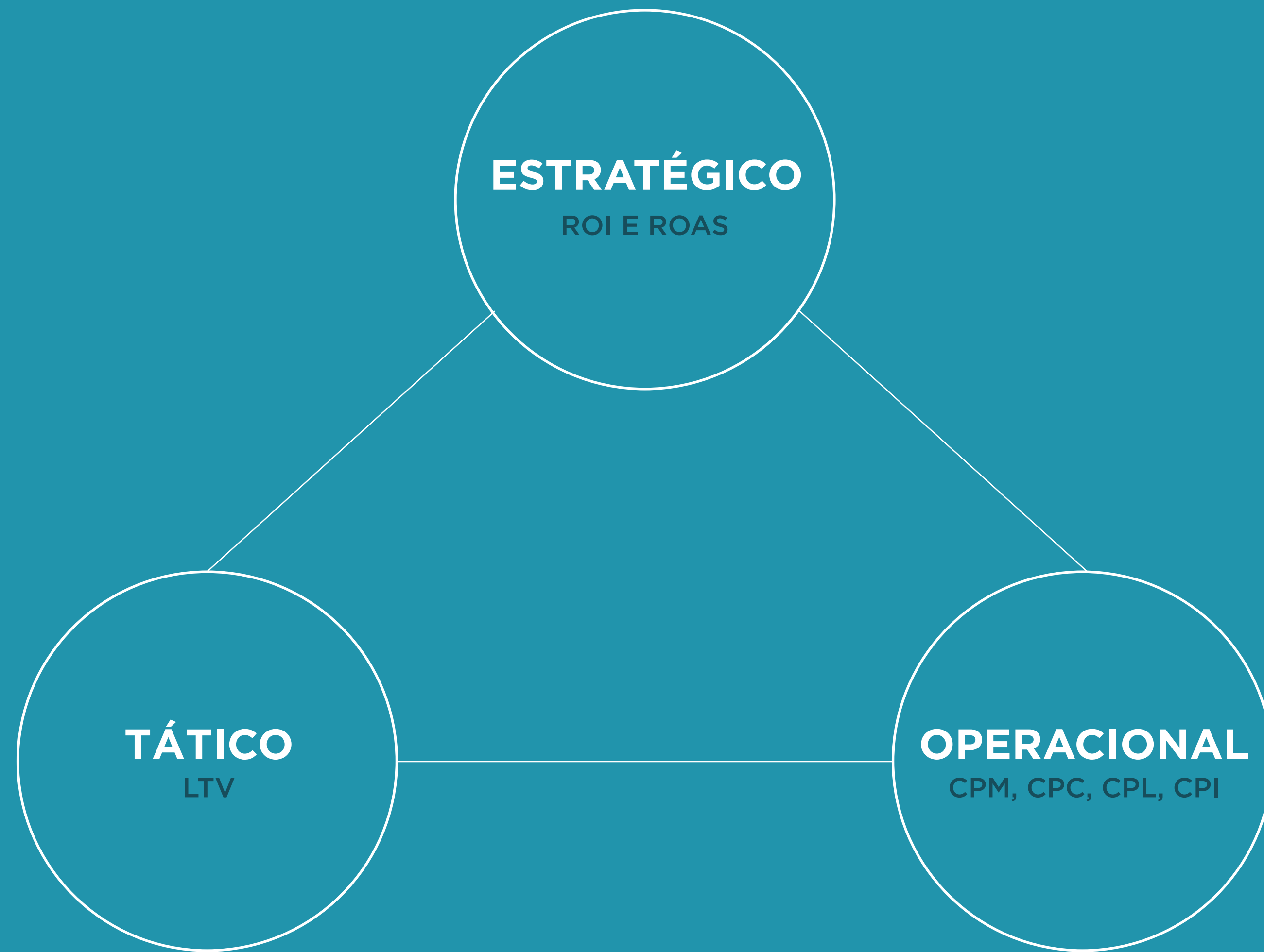
ATENDIMENTO DE CALOUROS

**CAPTEI O ALUNO, ELE ESTÁ DENTRO
DO CAMPUS, MAS A EXPERIÊNCIA
DE SECRETARIA É TÃO RUIM QUE
ELE DESISTE**

**NÃO EXISTE NENHUM
OUTRO DEPARTAMENTO
DA EMPRESA, SE NÃO
EXISTIR MARKETING
E VENDAS!**



**SER EXCLUSIVO DE EDUCAÇÃO,
FACILITA ENTENDER O SEU NEGÓCIO,
PROPOR SOLUÇÕES, REDUZIR GASTOS
E CORRIGIR ROTAS DE FORMA
MAIS RÁPIDA.**





<https://bit.ly/cedu-abmes>

OBRIGADO!

**QUER RECEBER
ESTE MATERIAL?
BAIXE AGORA!**

