



**DICAS FUNDAMENTAIS PARA  
AUMENTAR SUAS MATRÍCULAS**

Imagem: pexels.com



## Olá,

Este e-book traz algumas dicas úteis elaboradas diretamente por profissionais de Customer Success e User Experience. Aqui você encontrará informações importantes sobre **como melhorar a sua performance na venda de cursos e aumentar a sua taxa de conversão em matrículas.**

Boa leitura!

# Índice



**Introdução** 4

**1**

**Seu aluno tem que saber o que ele precisa** 6

**2**

**Divulgação segmentada** 8

**3**

**A matrícula precisa ser uma jornada confortável** 10

**4**

**Dê um empurrão para quem estiver indeciso** 12

**5**

**Melhore seus cursos constantemente** 15



**Conclusão** 18



# Introdução



# Introdução

As escolas precisam cada vez mais de estratégias para converter alunos. Isso não é novidade. Em um mercado cada dia mais concorrido, e alunos cada vez mais exigentes, **é bastante importante que sua escola consiga performar ao máximo.**

Nós da EngagED temos um compromisso muito sério com o sucesso dos nossos clientes. Prova disso, é que nós estamos melhorando cada vez mais a experiência do aluno para aumentar as taxa de conversão. Hoje, a nossa média é de aproximadamente **52% de conversão de alunos** que iniciam o processo de inscrição.

Esse número já é bastante bom comparado à outras soluções disponíveis no mercado. Mas precisamos mais que isso.

Queremos que você consiga converter o máximo de alunos que puder, e por isso **separamos algumas dicas que podem te ajudar** bastante a aumentar a sua taxa de conversão em matrículas. Estamos aqui para crescer junto com você.

**#vamosjuntos**



**Dicas**

1

# Seu aluno tem que saber o que ele precisa

Pode parecer óbvio mas não é. **Seus alunos precisam de informações claras sobre o seu curso.** Além das informações mais básicas, como custo, data e local, pense em informações que podem ser cruciais para seu público. Sobre o que é este curso? O que eu vou aprender nele? Quem serão meus professores(as)? Como isso vai me ajudar na minha vida pessoal/profissional? Por que eu devo estudar na sua escola e não em outra?

Ter este tipo de informação de maneira clara pode ser crucial para aumentar as conversões. **Muitas pessoas simplesmente desistem por não encontrarem o que procuram.** Os mais interessados até irão entrar em contato com você, porém as chances de haver uma desistência com o passar do tempo são maiores.

Você tem que fornecer o máximo de informações que julgar importantes, e **convencer ele de que o seu curso é exatamente o que ele precisa**. Confira uma série de recursos ajudam a tornar as informações mais claras:

→ Evite termos que possam ser desconhecidos pelos seus alunos. **Utilize uma linguagem que seja condizente** com o seu público.

→ Coloque palavras-chave em **negrito**. Isso auxilia o aluno a entender sobre o que se trata o texto em um primeiro olhar.

→ Textos muito compridos podem inibir algumas pessoas de ler. Para resolver isso, **utilize seções de conteúdo** pois elas chamam mais atenção.

→ Priorize **parágrafos menores, uso de tópicos ou listas numeradas**. Esse tipo de hierarquia auxilia na leitura.

→ Se você tiver recursos, grave um **vídeo** falando sobre o seu curso. Assim você passa a informação tanto para os alunos que preferem ler quanto para os que preferem conteúdos audiovisuais.

→ O uso de **imagens** é bastante importante para passar informações. Especialmente um banner ou imagem que identifique o seu curso.

**Todos estes itens devem aparecer na landing page do seu curso, pois você precisa causar uma primeira impressão forte e memorável.**





# Divulgação segmentada

Você pode conseguir resultados melhores se divulgar seu curso para o público que realmente estiver interessado nele. Em geral, ações para um público específico tem um melhor custo benefício. Naturalmente existe uma série de fatores envolvidos, desde estudar as mídias corretas até a linguagem para abordar estes potenciais alunos.

**Para não jogar dinheiro fora, é bem importante ter muito claro quem é o público alvo para segmentar as campanhas com foco nessas pessoas.**

**Existem diferentes maneiras de mapear quem são as pessoas certas.** A maneira mais abrangente é por meio do **Google Analytics**, tendo em mãos os dados como idade, gênero, localização geográfica, dispositivos acessados por exemplo, permite que você consiga ter uma noção de quem são as pessoas que estão acessando o seu site e se interessando pelo seu curso. O Google Analytics é uma ferramenta bastante útil neste sentido, especialmente por ser de fácil integração na maioria das plataformas.

Por meio de **pesquisas** é possível mapear diretamente com o público selecionado. As pesquisas são bastante interessantes especialmente quando são necessárias informações específicas como preferências para pagamento, cargo ocupado na empresa, canal preferido para receber informações, etc. É possível coletar dados sobre praticamente qualquer coisa. Só é preciso tomar cuidado para a pesquisa não ser invasiva ou difícil de responder.

Uma vez que você tenha o seu público alvo bem definido, você pode direcionar as suas campanhas e ações de marketing para ele. **Pense em nos canais, nos horários de divulgação e na linguagem que mais vai chamar a atenção desse público.** Assim, você tem mais assertividade no público e maior interesse das pessoas que estarão acessando a sua página.

3

# A matrícula precisa ser uma jornada confortável

Pense que você está prestes a dirigir até outra cidade. Em geral você tem a expectativa que tudo dê certo para completar a sua jornada da maneira mais rápida e confortável possível. Agora, se você enfrenta uma fila imensa no pedágio, fura um pneu, não encontra paradas para abastecer ou descansar, começa uma tempestade no meio do caminho, são experiências negativas que, quando somadas, fazem tudo parecer mais difícil e podem dar vontade de desistir.

Agora imagine um aluno querendo se matricular no seu curso. Ele consegue fazer isso de uma forma rápida e confortável para ele? Ou ele precisa preencher muitos dados? Ou ele não encontra uma opção de pagamento boa para ele? **Quando seu aluno está se matriculando, ele precisa sentir que aquele processo foi feito para ele** e que ele está fazendo a coisa certa. Guie o seu aluno, e forneça todos os recursos necessários para minimizar as chances de que ele desista.

Seguem algumas dicas para aumentar as conversões durante a jornada de matrículas:

→ **Evite formulários grandes.** Solicite que o aluno preencha somente as informações que forem necessárias. Elimine as perguntas não obrigatórias no primeiro contato.

→ Ofereça boas **condições para pagamento.** Por exemplo, se você conseguir, ofereça algumas parcelas sem juros. Isso irá ajudar a viabilizar a matrícula especialmente se o seu ticket for alto.

→ Forneça **instruções claras.** Durante etapas críticas como preenchimento de formulário ou pagamento, por exemplo, faça o aluno se sentir seguro no que está fazendo. Para isso forneça instruções claras sobre o que deverá ser feito para evitar erros.

→ A sua jornada de matrículas precisa funcionar **tanto no computador quanto no celular.**

→ Caso alguém interrompa o fluxo, essa pessoa precisa **prosseguir a partir de onde parou.** Se os dados forem apagados e ela perder tudo o que já havia preenchido, haverá menos possibilidades de ela continuar com a matrícula.

# 4

## Dê um incentivo para quem estiver indeciso

É bem comum as pessoas ficarem indecisas no meio de uma jornada de compras. E **talvez seja mais fácil você conquistar essas pessoas indecisas, do que procurar por novos interessados**. Isso porque quem já começou a matrícula, mas desistiu no meio do caminho, já te conhece e já sabe sobre o que o curso se trata. Ou seja, seu trabalho de convencimento será muito mais direcionado para aspectos decisivos do que para se apresentar.

Existem maneiras de fazer isso automaticamente. A EngagED, por exemplo, já conta por padrão com disparos de **e-mails e SMS para reativar alunos** que ficaram parados em alguma etapa no processo de inscrição. Porém existem casos em que a automatização não é suficiente e que é necessária uma abordagem pontual com estes alunos.

Sabendo disso, existem **3 estratégias que você pode seguir para converter pessoas que estão indecisas em novas matrículas.**

## Reforço de Valor



Isso significa que você precisa **lembrar ao seu aluno porque sua escola é a melhor opção.** Vale fazer uma ligação com quem estiver indeciso e falar dos diferenciais, dos benefícios que você vai trazer a ele, etc. Independente de qual seja a sua abordagem, fazer uma ativação pode ser determinante nesse momento.

Outra estratégia bastante interessante é dar um senso de urgência para quem estiver estagnado na matrícula. Você consegue usar gatilhos como **“Faltam apenas 2 vagas”** ou **“As inscrições encerram hoje!”** para acelerar a tomada de decisão. Algumas pessoas podem ficar com medo de perder a oportunidade e por isso acabam tomando a decisão mais rápido.



## Senso de Urgência

## Condição Especial



Oferecer um **desconto** para quem estiver indeciso pode ser um argumento fundamental, especialmente para quem parou na etapa de pagamento. O fator preço pode ser um forte inibidor na tomada de decisão e quando um desconto, mesmo que pequeno, é oferecido aumentam-se as possibilidades de converter aquela matrícula.



Estas estratégias são fundamentais para aumentar a sua taxa de conversão. Entretanto, como é uma comunicação mais direta com o aluno, é importante você já ter uma noção prévia do que pode ter levado ele a desistir da matrícula.

Saber em qual parte da matrícula ele desistiu, por exemplo, pode ajudar você a ter uma **abordagem mais direcionada para o que ele está buscando.**

# 5

## Melhore seus cursos constantemente

Todo serviço, produto ou processo precisa de **melhorias constantes**, e ofertar cursos não é nada diferente. Você pode mapear os pontos que podem ser melhorados coletando feedbacks de alunos e fornecedores, observando como está o seu dia a dia e analisando quais os impactos, tanto para você quanto para seus alunos, dessas melhorias.

Após identificar melhorias a serem feitas, é preciso também fazer testes para avaliar quais serão os efeitos daquela mudança a curto e a longo prazo. É importante **testar** antes de realizar, pois assim você evita deixar as coisas piores do que estavam antes.

Mas e tempo para fazer isso tudo? Normalmente os gestores de escolas sabem onde estão os problemas, sabem o que pode ser feito, **mas falta tempo e falta mão de obra para isso.**





Algo que poderia ajudar neste sentido, **é melhorar processos repetitivos ou eliminar processos desnecessários** para que você consiga se concentrar no que realmente é importante. Quantas vezes você já parou para pensar em coisas que você faz no seu dia a dia que não agregam valor de verdade para o seu trabalho? Quantas das suas tarefas poderiam facilmente ser automatizadas por um ou mais programas?

Ter esse senso crítico sobre o que realmente agrega valor ao seu trabalho vai mostrar que, muitas vezes você pode **trabalhar mais estrategicamente**.

**Perdendo menos tempo com tarefas menos importantes, você consegue focar no que realmente vai trazer mais valor para sua escola e para seus alunos.**

Além disso, **se você ofertar cursos cada vez melhores, você fica mais conhecido e reconhecido no mercado**, e a procura de alunos pela sua escola aumenta. E aí lembra todo aquele trabalho de convencer o seu aluno de que você era a melhor opção para ele? Então, se você tiver um nome forte no mercado, esse trabalho com certeza ficará mais fácil.



**Conclusão**



# Conclusão

Com essas 5 dicas, sabemos que tem grandes chances de você aumentar a sua conversão de matrículas. As cinco estratégias são **fornecer informações claras, divulgar para as pessoas certas, facilitar a matrícula, ajudar indecisos e ter melhoria contínua.**

**A EngagED pode ajudar você** de várias maneiras durante esse processo. Nós queremos oferecer uma experiência boa tanto para as escolas quanto para os alunos. Com a EngagED, você conseguirá gerenciar suas matrículas em um só lugar, sem depender de sistemas ou processos fragmentados.

Fundada em 2014 e com mais de 200 escolas atendidas, a EngagED é uma plataforma focada na **centralização de informações e no aumento de conversão de matrículas.** Faça um teste grátis hoje mesmo!



EngagED

[www.engaged.com.br](http://www.engaged.com.br)