

PROCESSO DE MATRÍCULAS É DA ORDEM DA ESPIRAL E NÃO DO CÍRCULO



Marcelo Maghidman
Diretor da
TAFKID Marketing
Educativa e
Cultural Consultoria
e consultor do Ético,
Sistema de Ensino
da Saraiva

Estamos nos aproximando do ponto máximo do calendário comercial de uma instituição escolar, a certificação de que tudo o que foi realizado antes ocorreu como esperado, por meio de um indicador tanto concreto quanto incontestável. Trata-se de rematrículas e matrículas, isto é, da renovação do compromisso daqueles que já nos conhecem, apostando na sequência de sua escolaridade por um lado e, por outro, do poder de atração exercido fora dos muros da instituição, de forma a atrair novos públicos interessados em estar conosco no próximo ano letivo.

Esse movimento ocorre todos os anos nas escolas. Na verdade, podemos dizer que é uma espécie de espiral, pois, se olhada de cima, parece um círculo repetitivo, em que saímos e retornamos ao mesmo ponto, mas, se vista de perfil, nos mostra que passamos pelos mesmos pontos, porém sempre um degrau acima.

Esse processo pode ser dividido em *antes*, *durante* e *depois*. Dito de outra forma: em planejamento, ação e pós-venda. No primeiro (antes – planejamento), devemos ter um profundo

conhecimento de nós mesmos, através de estudos, pesquisas e documentos da instituição que analisem seu momento, seu histórico e suas tendências, confrontados com estudos de mercado e concorrência.

Esse discurso deve permear a instituição. Para tanto, devemos treinar equipes e aparelhá-las com recursos operacionais condizentes. Devemos checar todas as rotinas de recepção de candidatos, por todos os meios (telefone, portaria, internet, balcão) e preparar os materiais necessários para a recepção dos candidatos novos, bem como as novidades para os atuais. Estabelecer metas e indicadores que possam avaliar essas ações é imprescindível para conhecer os resultados e compará-los ao final do percurso. A meta dessa fase é trazer o maior número possível de candidatos até a escola, além de reter os atuais.

Uma vez realizados esses procedimentos, partimos para a segunda etapa (durante – ação). Nela, instalamos a campanha propriamente dita, acompanhando o atendimento e as oscilações, desde o primeiro dia de matrículas abertas até seu encerramento.

É muito importante dar retorno à equipe em relação ao seu andamento, preferencialmente em relação a anos anteriores, questionando: como estávamos nesse dia, no ano passado, em matrículas e matrículas novas? Como podemos corrigir a rota ou incrementar os resultados? De onde temos recebido mais alunos? Para quem temos perdido, e por quê?

Devemos, ainda, promover encontros e vendas fora do ambiente escolar; desse modo, não dependemos somente da vontade e procura do "freguês". Nessa etapa, precisamos ter claros os controles sobre os que nos visitam e saem dizendo que vão pensar. Na verdade, eles visitarão nossos concorrentes, por isso é necessário estabelecer o momento de retorno e a forma como o faremos. A meta principal dessa etapa é conseguir concretizar a matrícula dos que nos visitam.

Por fim, chegamos ao ápice (depois – pós-venda), em que precisamos ser capazes de fazer vinculações com os que se matricularam, pois no intervalo de até meses antes do início das aulas, eles podem ser abordados pela concorrência. Convide-os para os eventos de fim de ano, envie as informações técnicas (unifome, horário, alimentação, calendário etc.), mande kits de boas-vindas, convide-os para aulas abertas ou magnas, enfim, faça-os se sentirem parte da comunidade escolar, antes mesmo da frequência às aulas.

Preocupe-se, também, com aqueles que não se matricularam, apesar de terem passado pela escola. Saiba suas razões, investigue para onde foram e por quê. Colha informações que serão valiosas para suas próximas campanhas. Faça o mesmo com os que chegam e os que renovaram, assim, você saberá se os motivos que os levaram a matricular-se são próximos de seu discurso comercial. O objetivo central é vincular os que recém-chegam e conhecer as razões dos que se vão. Não podemos dizer qual dessas três etapas é a mais importante. Cada uma cumpre seu papel no todo. Cada uma trará resultados, desde que pensada sistematicamente. Esse "moto-perpétuo" não se extingue, pois, como a expressão latina diz (*perpetuum mobile*), é contínuo. Mas não se esqueça: é também *moto*, movimento, e precisa ser reinventado a cada ano, a cada dia. É espiral, não círculo. ■

www.sejaetico.com.br