

# Branding escolar: qual a sua importância?

Muito se ouve falar sobre gestão de marca, abordando Golden Circle, comunicação com propósito etc. Você conhece esses termos ou tem noção do que eles de fato representam? Para refletirmos sobre o branding escolar e a sua importância, precisamos passar por esses pilares.

Pensando nisso, trouxemos este artigo para explicar brevemente o que é a construção de brand quando o negócio é uma escola, além de 3 passos imprescindíveis para conseguir destacar o colégio e deixar sua marca onde quer que a atuação aconteça. Quer saber mais? Continue lendo!

## O que é branding escolar?

O branding escolar é a gestão de marca direcionada às instituições de ensino. Quando falamos de brand, estamos nos referindo, também, sobre o posicionamento de mercado.

O posicionamento de mercado é a primeira coisa na qual alguém pensa quando ouve o nome da sua escola. Não precisa corresponder à realidade, só ocupar esse “lugar mental”. Para que essa impressão seja exatamente a que a [gestão da escola](#) deseja, é preciso planejamento.

Assim, a gestão de marca escolar visa que os objetivos de identificação — e conseqüentemente destaque da concorrência — sejam alcançados, por meio da construção de características únicas da instituição e facilmente reconhecidas pelo público.

## Defina o propósito da organização

O primeiro ponto fundamental para conseguir construir uma marca sólida é saber qual é o propósito da organização — isso vale também para a sua escola. Com “propósito” não estamos falando das diretrizes estratégicas (missão, visão, valores), mas, sim, do motivo pelo qual a instituição existe.

Você provavelmente já sabe mais ou menos isso na sua cabeça, mas é preciso definir com exatidão e, então, incorporar esse propósito em todo o desempenho da escola. Toda a [comunicação e relacionamento](#) deve ser pautada no propósito — esse é o momento de achar o porquê da atuação escola.

## Invista em comunicação direcionada

Além daquele mapeamento estratégico (público alvo etc.), o propósito será o norteador de tudo que a escola faz, principalmente as suas publicações e comunicação. O Golden Circle, por exemplo, alega que empresas que defendem um legado trabalham assim:

- comunicando o “porquê” – o que está no centro do círculo;
- abordando o “como” – na cama do meio do círculo;
- por fim, o que eles fazem – ou seja, a atuação, produto ou serviço em si.

Assim sendo, não saia [fazendo marketing](#) sem nenhum propósito ou direcionamento. É preciso estar onde seu público está e conseguir transmitir a mensagem da escola, por meio de seu propósito. Trabalhe isso antes de sair investindo em comunicação.

## Busque a identidade da escola

O que tornará a sua escola, de fato, especial e inconfundível é o propósito por trás dela. As pessoas se

identificam — querem fazer parte de algo maior que elas — com isso, tanto consumidores quanto colaboradores. Entretanto, você também não pode deixar de lado os aspectos físicos e mais práticos dessa questão.

Sendo assim, principalmente marcando presença em ambientes digitais, estabeleça um tom de voz para a comunicação e acerte a identidade visual. Há empresas que só de ver a embalagem do produto ou ouvir o slogan, você já sabe de qual se trata — a ideia é exatamente essa.

A fácil distinção é um dos pontos primordiais do branding escolar. Procure elementos, como a logo e as cores utilizadas, que façam algum sentido. Estética é importante, mas o significado é mais, principalmente quando o assunto é gestão de marca — então capriche, ok?

Para sanar esse ponto, muitas escolas optam por usar imagens de alunos e professores, para que a comunidade veja. Isso é possível, mas a Legislação traz regras para isso: [confira o post sobre o assunto e fique por dentro!](#)