

# 5 estratégias de marketing para captar mais alunos

Em razão do desenvolvimento da tecnologia, que constantemente cresce na atualidade, podemos perceber o quanto mudou o comportamento dos consumidores. Por meio de aparelhos cada vez mais modernos, tais como celulares, smartphones e tablets, por exemplo, grande parte das pessoas estão buscando produtos, serviços, pessoas, notícias e outros tipos de informações **por meio das mídias digitais**.

Em decorrência desse novo comportamento, as empresas estão percebendo a necessidade de garantir uma **presença digital**, a fim de conquistar novos clientes. E com escolas, não é diferente. É preciso digitalizar a marca, para que assim você consiga atingir novos públicos, e garantir a conquista de mais alunos em um ano letivo.

Contudo, sabemos que o mercado digital também se encontra saturado, e dessa forma, é necessário buscar [meios e estratégias eficientes](#) para garantir sucesso na presença online da sua escola e em seus objetivos de captação. Quer saber como? Então, confira no nosso post até o final e veja **5 estratégias de marketing** em que a sua escola poderá usar hoje mesmo para captar novos alunos.

## 1. Conheça o seu público ideal

De nada adianta querer captação novos alunos para a sua escola, se você ainda não conhece de fato o **perfil do seu público**. E com isso, as estratégias de marketing para captação tornam-se totalmente inválidas.

Por esse motivo, busque conhecer melhor o perfil dos pais e dos alunos, bem como suas necessidades, dores, expectativas quanto ao ensino atual, o que buscam em uma escola, sua classe média, seu comportamento frente a oscilação de preços, e principalmente, suas objeções — que é basicamente tudo aquilo que faz as pessoas **não comprarem de você**.

Com base nessas informações coletadas, a escola criará estratégias de marketing para um público mais direcionado e com todo o potencial para se relacionar com a sua marca.

## 2. Crie um site/blog

Já que a presença online é um fator decisivo na hora de se relacionar com uma marca, certamente a criação de um site, ou um blog, irá estreitar ainda mais esse relacionamento! Ao investir em um site para a sua escola, por exemplo, é possível contar a trajetória da instituição no mercado, bem como a quantidade de alunos que atualmente fazem parte do centro, números de contato, e-mails, metodologia de ensino e até mesmo depoimentos de pais e alunos a respeito do ensino.

Por outro lado, ao investir em um blog, a escola poderá dispor das estratégias de inbound e marketing de conteúdo para **agregar ainda mais valor**. Ou seja, o marketing de conteúdo trabalha exclusivamente com a criação de blog, que são posts que visam informar ou educar um determinado público acerca de um determinado tipo de assunto, que no seu caso, será relacionada à instituição.

Na prática, quanto mais conteúdo você tiver no seu blog, mais amplo a sua marca se torna no mercado. Além disso, utilize as estratégias de SEO no seu blog, para promover um melhor **ranqueamento do seu site** nos motores de busca, como o Google.

Ou seja, o SEO nada mais é do que um conjunto de estratégias que fazem o seu site ou blog ficar entre as primeiras posições no Google, na lista de resultados de palavras-chave. Quanto mais cliques o seu site ou blog tiver, mais usuários entrarão em contato com a escola para tirar dúvidas, ou até mesmo para fazer matrículas.

## 3. E-mail marketing também é importante

É bastante comum encontrarmos pessoas querendo excelentes estratégias de marketing para alavancar resultados na empresa, mas acabam cometendo erros ao fazer a captação de alunos através dessa incrível ferramenta.

Como o próprio nome diz, o e-mail marketing trabalha exclusivamente com e-mails. A ideia, por trás disso, é fazer com que o usuário que deixou seu contato (e-mail) em troca de um e-book, vídeo promocional, etc., vire um lead e seja direcionado para uma lista de e-mails, onde ele será nutrido de forma eficiente.

Essa “nutrição”, em sua forma mais prática, é buscar meios para **estreitar relacionamentos** com essas pessoas interessadas em seu conteúdo por e-mail através do envio contínuo de mensagens. Essas mensagens podem ser uma curiosidade sobre a sua escola, descontos e promoções, newsletter, divulgação de novos conteúdos ou qualquer outro tipo de chamada para ação que sempre deixe o seu lead próximo da sua marca. Assim, em algum momento, você irá conseguir fidelizá-lo.

## 4. Esteja presente nas redes sociais

Não menos importante do que todos os itens citados acima, é também garantir presença nas [redes sociais](#). Já que a sua estratégia de captação de alunos tenderá atingir aos pais dos seus futuros alunos, criar uma página no Facebook, por exemplo, pode ser uma excelente oportunidade.

Isso porque essa rede social tende a possuir usuários mais velhos — entre 25 e 65 anos — comparando-se ao Instagram, por exemplo, que é uma rede social mais destinada ao público jovem.

Porém, isso não quer dizer que sua marca não deva estar presente lá também. Basta apenas estudar as redes sociais e entender **onde o seu público se encontra**. Em seguida, poste conteúdos relevantes para atraí-los — podem até ser os posts do seu site — a fim de engajá-los e mostrá-los que sua instituição de ensino possui autoridade em sua fala.

## 5. Invista no tráfego pago

Ao contrário do tráfego orgânico, que nada mais é do que visitas no seu site, blog e redes sociais de forma natural, ou seja, o usuário simplesmente pesquisou uma palavra-chave no Google e acabou chegando em seu site ou página, o tráfego pago facilita ainda mais esse caminho!

Ou seja, em plataformas como o **Google Ads**, é possível inserir dinheiro para levar o seu negócio até a pessoa que possui todo potencial para comprar de você. É possível segmentar o seu público nessa plataforma até chegar em um perfil ideal e, depois disso, escolher a região em que seus anúncios criados serão rodados e, em seguida, dispará-los na internet.

Sabe quando você está navegando no Instagram ou até mesmo no Facebook, e de nada aparece um anúncio referente a um assunto que você já havia pesquisado? É assim que vai funcionar. No Google Ads, você cria anúncios, segmenta o seu anúncio e direciona esses conteúdos para **clientes em potencial**. Nesse caso, a sua escola precisará de noção básica de [gestão de tráfego](#) para conseguir realizar esses processos de maneira eficiente.

Gostou das dicas citadas acima? Agora que você já conhece as 5 principais estratégias de marketing para captar novos alunos para a sua escola, que tal ampliar o seu conhecimento sobre o assunto? Acesse agora mesmo o nosso blog e confira outras dicas eficientes para o seu colégio ser ainda mais competitivo no mercado e ganhar novos alunos a cada semestre.