

MARKETING DIGITAL PARA DIFERENTES PÚBLICOS

UNISUAM:

Vocação para transformar

A UNISUAM está há mais de 50 anos realizando sonhos, transformando realidades, contribuindo para o desenvolvimento local e construindo um futuro melhor para quem passa por aqui. Nossa história começou ainda com o Colégio Luso Carioca, uma escola preparatória para o Colégio Naval.

Formou normalistas, enquanto Escola Normal Luso Carioca, e chegou ao Ensino Superior como SUAM, o primeiro Centro Universitário do Brasil. Desde sempre, o nosso foco esteve em nosso aluno. Mantendo-o em primeiro lugar, batalhando para promover o desenvolvimento do homem, oferecendo-lhe um ensino de qualidade.



CBESP

XII Congresso Brasileiro da
Educação Superior Particular



Olá, Eu sou

@ArapuanMottaNetto

Formado em Administração de Empresas, sua Experiência é em gestão focada no Ensino Superior, desenvolvimento de equipes estratégicas e gerenciais.

Alumni HBS - OPM 53

À frente da UNISUAM há 10 anos, foi responsável pela reestruturação acadêmica e financeira da Instituição, que hoje conta com mais de 25 mil alunos no Rio, 1.000 colaboradores e o melhor modelo de transformação social do País.



XII Congresso Brasileiro da
Educação Superior Particular





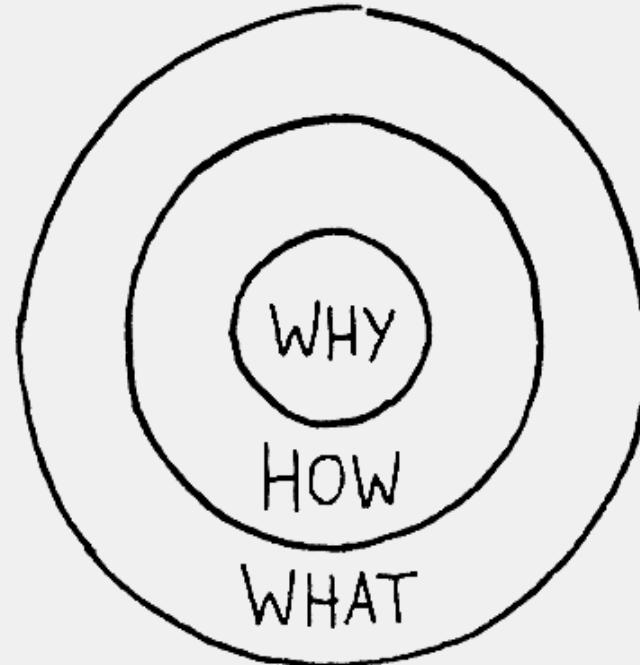
UNISUAM UMA STARTUP DE 50 ANOS



PROpósito



CLARITY OF **WHY**
DISCIPLINE OF **HOW**
CONSISTENCY OF **WHAT**

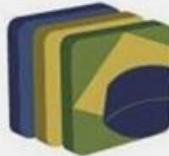


Tem a **capacidade**
de unir **pessoas**
diferentes

NOVO MODELO DE GESTÃO

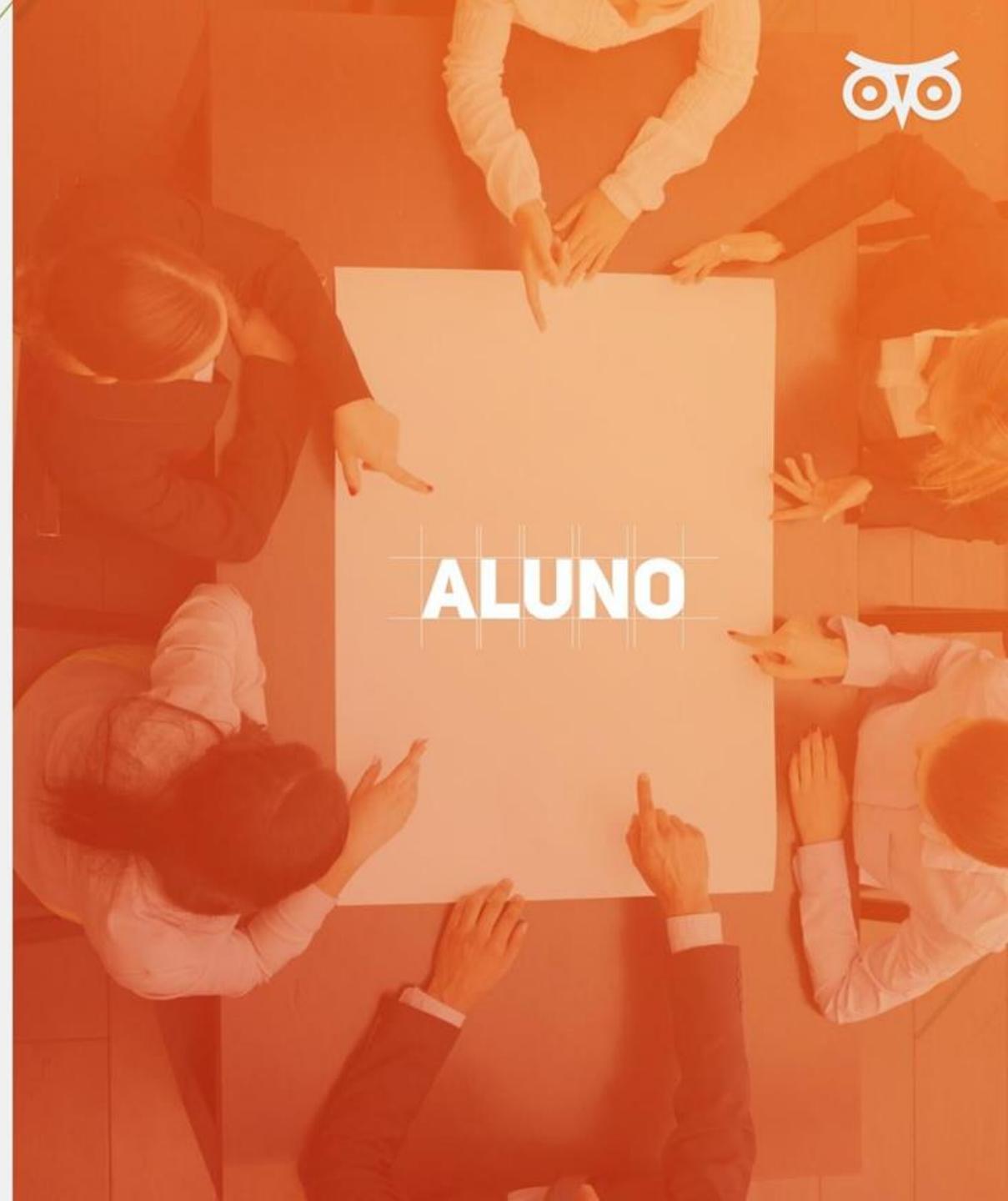
**“SE O TEMA
DESSA REUNIÃO NÃO FOR
O ALUNO,
MUDE O ASSUNTO! ”**

ARAPUAN MEDEIROS DA MOTTA



CBESP

XII Congresso Brasileiro da
Educação Superior Particular

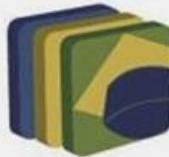




NOVO MODELO DE GESTÃO

**“SE O TEMA
DESSA REUNIÃO NÃO FOR
A EMPREGABILIDADE DO ALUNO,
MUDE O ASSUNTO! ”**

ARAPUAN MOTTA NETTO

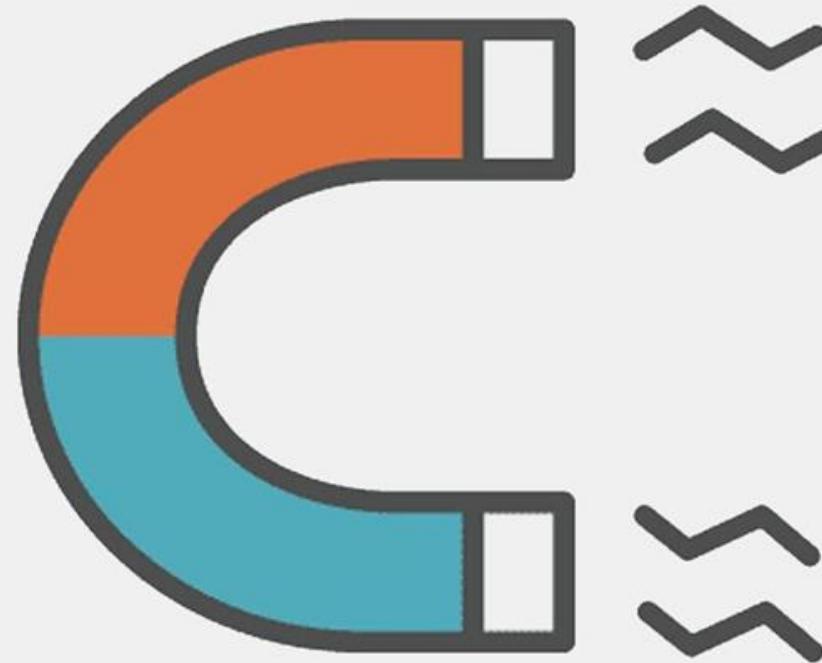


CBESP

XII Congresso Brasileiro da
Educação Superior Particular



QUAL É O MAIOR TIME, CAPTAÇÃO OU RETENÇÃO?



ON LINE, ON TIME E FULL TIME

- O digital ganha cada vez mais espaço
- Triplicamos o Budget do Online
- Reestruturamos o OFF e *linkamos* com o ON

Batalha dos Cursos: Evento presencial e transmitido pelas redes



CRIAR, TESTAR, MEDIR, AJUSTAR E VENDER

- Teste AB;

- Ajuste de texto e layout

Minuto a Minuto:

Acompanhamento dinâmico das campanhas

Google Ads interface showing a campaign dashboard. The main graph tracks metrics like Clicks, Impressões, and CTR over the period from 1 de abr de 2019 to 31 de maio de 2019. Below the graph is a table of ads with columns for Anúncio, Grupo de anúncios, Status, Tipo de anúncio, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, and Custo.

Anúncio	Grupo de anúncios	Status	Tipo de anúncio	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo
Ensino 100% a distância Estude de onde quiser Seja UNISUAM unisum.edu.br Conquiste seu diploma. Faça já a sua matrícula.	Branding	Aprovado	Anúncio de texto expandido	167	3.292	5,07%	R\$ 1,67	R\$ 279,50
Cursos 100% EAD Preço fixo até o fim do curso Venha para a UNISUAM unisum.edu.br Estude de onde quiser. Faça a sua matrícula agora.	Branding	Aprovado	Anúncio de texto expandido	536	5.381	9,96%	R\$ 0,93	R\$ 500,03
Cursos EAD UNISUAM Estude de onde quiser Preço fixo até o fim do curso unisum.edu.br Conquiste seu diploma. Faça a sua matrícula agora.	Branding	Aprovado	Anúncio de texto expandido	375	3.458	10,84%	R\$ 1,50	R\$ 564,32
Total: anúncios				1.078	12.131	8,89%	R\$ 1,25	R\$ 1.343,86

Google Data Studio report showing a table of campaign performance data for the period from 8 de abr de 2019 to 14 de abr de 2019. The table includes columns for Campanha, CPC médio, Custo/..., Impressões, Cliques, CTR, and Taxa de rejeição.

Campanha	CPC médio	Custo/...	Impressões	Cliques	CTR	Taxa de rejeição
1. [PÓS 2019.2] Campo Grande	R\$ 1,08	R\$ 1,14	6.563	339	5,17%	31,76%
2. [PÓS 2019.2] EAD	R\$ 1,04	R\$ 1,05	10.189	362	3,55%	30,4%
3. [PÓS 2019.2] Áreas	R\$ 2,41	R\$ 2,53	8.622	306	3,55%	38,67%
4. [PÓS 2019.2] Remarketing	R\$ 1,41	R\$ 359,08	140.706	254	0,18%	91,48%

Summary metrics at the bottom:

- Custo/conv. R\$ 1,89 ↑ 35,3%
- Taxa conv. 77,1% ↓ -13,2%
- Conversões 972,0 ↓ -22,4%
- Impressões 166,1 mil ↑ 93,4%
- Cliques 1,3 mil ↓ -10,6%
- CTR 0,8% ↓ -53,8%



CAMPANHA CERTA X PÚBLICO DESEJADO

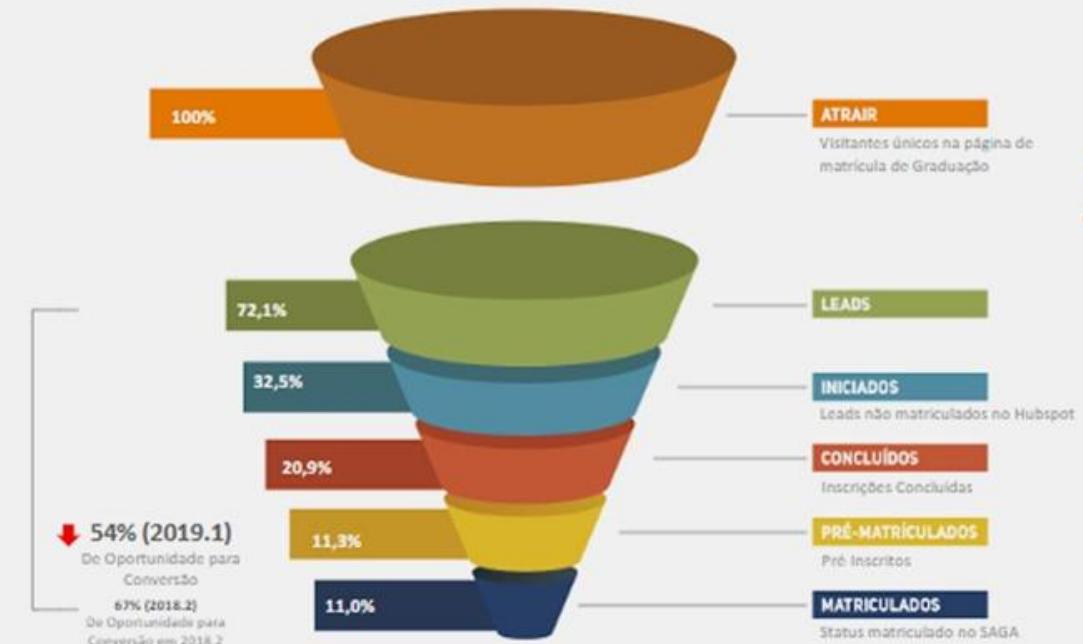
- Réguas que convertem:

uma para cada etapa do funil

(Google pago/orgânico + Redes Paga/orgânica +LP+E-book+MMKT+SMS+Ativo=CLIENTE)

↓ 15,3% (2019.1)
Conversão de Leads para
Matriculados
17% (2018.2)

↓ 54% (2019.1)
De Oportunidade para
Conversão
67% (2018.2)
De Oportunidade para
Conversão em 2018.2





PARA ACERTAR O ALVO

É PRECISO CONHECÊ-LO

- Ferramentas que mostram e trabalham os perfis Hubspot – CTR cada vez maior

	2018.1 06/10/2017 a 28/03/2018	2018.2 16/04/2018 a 04/09/2018	2019.1 06/10/2019 a 27/03/2018	
Enviados	33.365	32.866	45.839	▲
Entregues	(96,44%)	(96,53%)	(96,77%)	▲
Abertos	(40,25%)	(46,20%)	(50,74%)	▲
Clicados	(10,67%)	(11,22%)	(15,62%)	▲
CTR (abertos / clicados)	(26,51%)	(24,28%)	(30,78%)	▲

- Automatização e segmentação da mensagem
Assunto: Alerta de chuva!



GATILHOS PARA CADA FASE DO FUNIL

Testamos e funcionam para a Educação:

- Escassez (EX: **Últimas Vagas e cronometro regressivo**)
- Exclusividade (EX: **Por ter aceito o desafio, de forma exclusiva, desconto x**)
- Autoridade (EX: **Dica do Especialista**)
- Reciprocidade (Ex: **Conteúdo Grátis que vai mudar a sua vida**)
- Ancoragem (Ex: **Sabia que o Desembargador x é formado neste curso**)
- Pertencimento (Ex: **#SouUNISUAM #NadaPodeNosParar**)

O COPY COLOU!



- Sua faculdade também tem isso @?
- Assuntos, conteúdos e CTAS recheados de Copywrite

 **mellissa^{erf}** @moza_mellissa · 10 de abr
A Unisuam é a melhor mandando e-mails kkkkkkkkkk hoje eles mandaram um baseado na música da **Sandy** e Júnior

Comment Reply Heart 3 Share

 **iury e shallow now** @wepl4ydumb · 10 de abr
acabei de receber um e-mail da faculdade avisando das provas SÓ COM FRASES DE **SANDY** E JR KKKKKKK te amo [@unisuam_mais](#)

Comment Reply Heart 3 Share

 **carol** @mariaccaroline · 10 de abr
amo os e-mails da unisuam

Comment Reply 1 Heart 4 Share

O COPY COLOU!

- Sua faculdade também tem isso @?
- Assuntos, conteúdos e CTAS recheados de Copywrite

Semana de prova e o **sentimento** dos nossos alunos é esse:



A gente sabe que não está sendo fácil. E ficamos com o coração **apertadinho**:

PESCAR NO AQUÁRIO CERTO

- Em quais redes estão os nossos *Prospects*
(Uma abordagem para cada espaço)
- Alinhamento do Orgânico e do Pago

 **Carolzinha**
@carolzinha3699

ou unisuam,eis a questão

12:06 AM · 23 de jan de 2019 de São João de Meriti, Brasil · Twitter for iPhone

1 Curtida

 **UNISUAM**  @unisuam_mais · 23 de jan
Em resposta a @carolzinha3699

Oi, Carol. Sabia que quem ingressa na UNISUAM em 2019.1 garante a promoção do preço fixo, ou seja, ZERO REAJUSTE na mensalidade até o final do curso? 😍 Aproveita, vai! Vem ser coruja!  Saiba mais sobre seu curso aqui:

 **Cursos de Graduação**
Encontre seu Curso na UNISUAM! São mais de 35
cursos de graduação como Direito, Marketing, ...
unisuam.edu.br

   1 

RÁPIDO E EFICIENTE:

- SAC 2.0 Serviço
de Atendimento ao *Prospect/Cliente*

17 DE MAIO DE 2019 12:02

Oi Alessandra! 😊
Atualmente o Vestibular Solidário é a única prova da Unisuam onde você ganha uma bolsa de estudos 100%.
O último Vestibular Solidário aconteceu no dia 05/05/19, ainda não temos uma data definida para o próximo. Mas a divulgação e inscrições é sempre pelas nossas Redes Sociais, por isso não deixe de nos acompanhar! 😊

Enviada por Bia Dantas (?)

23 DE MAIO DE 2019 16:58

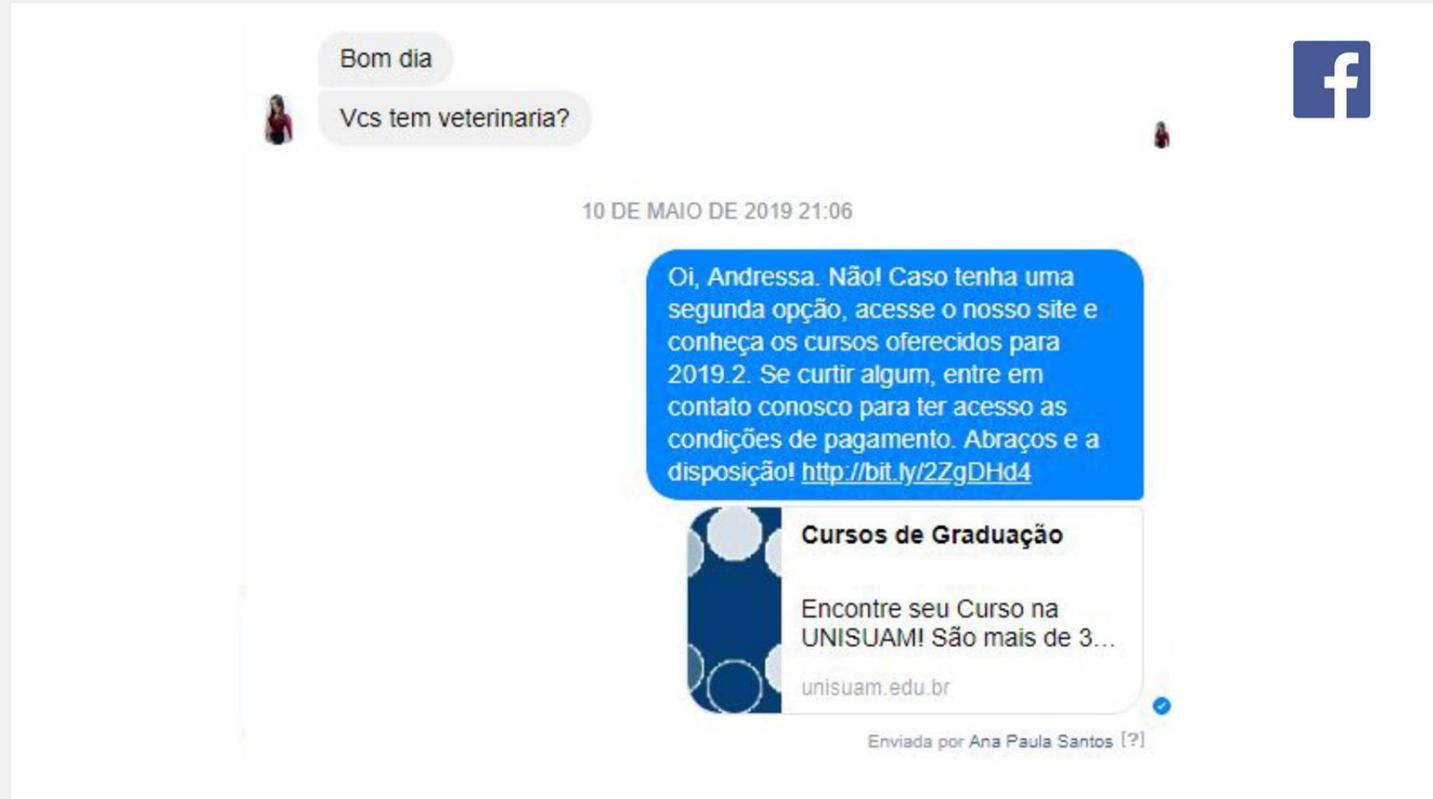
Boa tarde! Muito obrigada eu to acompanhando pra eu fazer o vestibular solidário. Vou aguarda até o próximo. Obrigada mais uma vez pela atenção de vcs. Quero muito fazer gastronomia.

24 DE MAIO DE 2019 11:56

Querer é poder! Fique atenta as novas datas e venha com tudo! 😊

RÁPIDO E EFICIENTE:

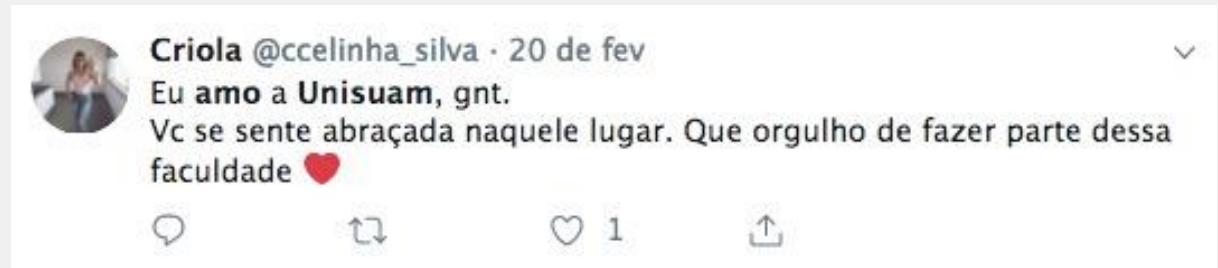
- SAC 2.0 Serviço
de Atendimento ao *Prospect/Cliente*



A screenshot of a Facebook message interface. The user's message is in a white bubble, and the bot's response is in a blue bubble. The user's message reads: "Bom dia" and "Vcs tem veterinaria?". The bot's message is timestamped "10 DE MAIO DE 2019 21:06" and reads: "Oi, Andressa. Não! Caso tenha uma segunda opção, acesse o nosso site e conheça os cursos oferecidos para 2019.2. Se curtir algum, entre em contato conosco para ter acesso as condições de pagamento. Abraços e a disposição! <http://bit.ly/2ZgDHd4>". Below the message is a blue callout box with the text "Cursos de Graduação" and "Encontre seu Curso na UNISUAM! São mais de 3..." followed by the URL "unisuam.edu.br". The message was sent by "Ana Paula Santos".

A EXPERIÊNCIA QUE VENDE

- Ouvir para encantar;
- Encantamento do dia a dia;
- Conversão e Retenção pela emoção e com consistência.





ONDE ESTAMOS

Hoje: Conceito + Certeiro e + próximo do aluno
(buscando resolver um ou mais problemas do público-alvo)



JÁ PENSOU EM NÃO TER
LIMITE DE CRÉDITOS?

PREÇO FIXO
ATÉ O FIM DO CURSO
*Para ingressantes em 2019.1

UNISUAM



USE A SUA NOTA
DO ENEM!

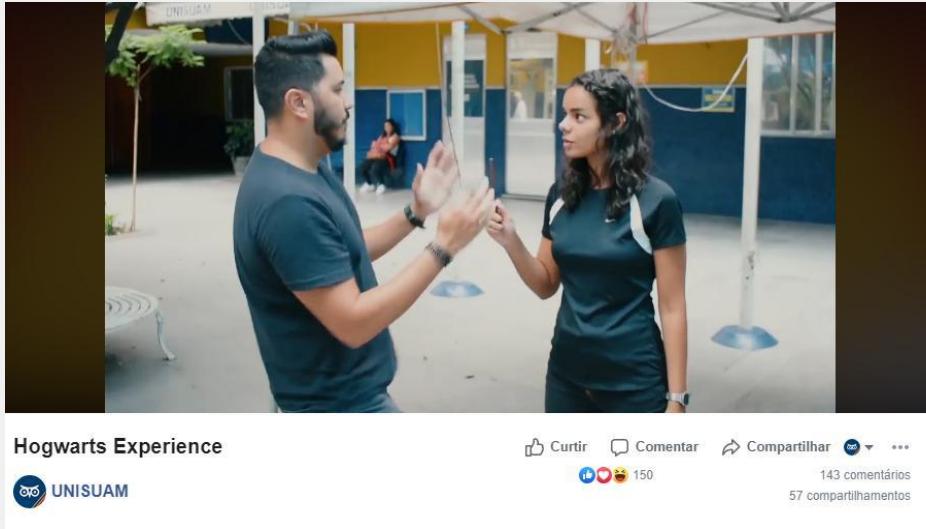
PREÇO FIXO
ATÉ O FIM DO CURSO
*Para ingressantes em 2019.1

UNISUAM

ONDE QUEREMOS CHEGAR



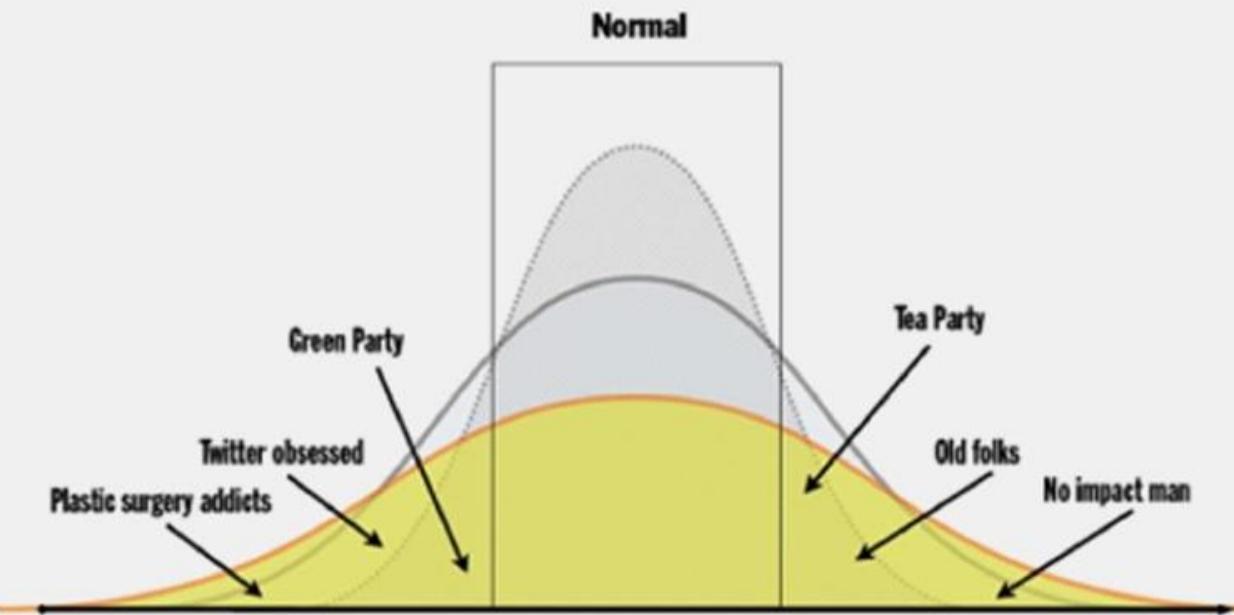
- Potencializar o boca a boca que vende;
- Mapear e multiplicar os novos evangelizadores da marca;
- Todo mundo capta: há 50 anos formando novos captadores.



O PODER DAS TRIBOS



Seth
Godin



By 2010, the distribution of behaviors had spread to the point where there was more weird outside the box than normal inside it.

Source: "We're all Weird" by Seth Godin



**PERTENCIMENTO
BENEFÍCIO
LIDERANÇA
COMUNIDADE**

QUEM PILOTA

- Perfil do time que faz funcionar (diversificado)
(Equipe de Marketing e Performance Digital)
- Donos das contas (Responsáveis por cada produto)

Grupo Antenado com as Tendências

- Business Partners das Áreas
- Atendimento Personalizado
(Pensando Junto o Sucesso do Produto)



Obrigado!



Arapuan Motta Netto



Arapuan Netto



@ArapuanNetto



arapuanmottanetto



anetto@unisuam.edu.br