



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular

**Educação Superior:** inovação e diversidade  
na construção de um Brasil plural

2019  
6, 7 e 8  
**JUNHO**

BELO HORIZONTE/MG

# 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.



**CBESP**

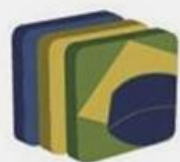
XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular







# UNISUAM UMA STARTUP DE **50 ANOS**



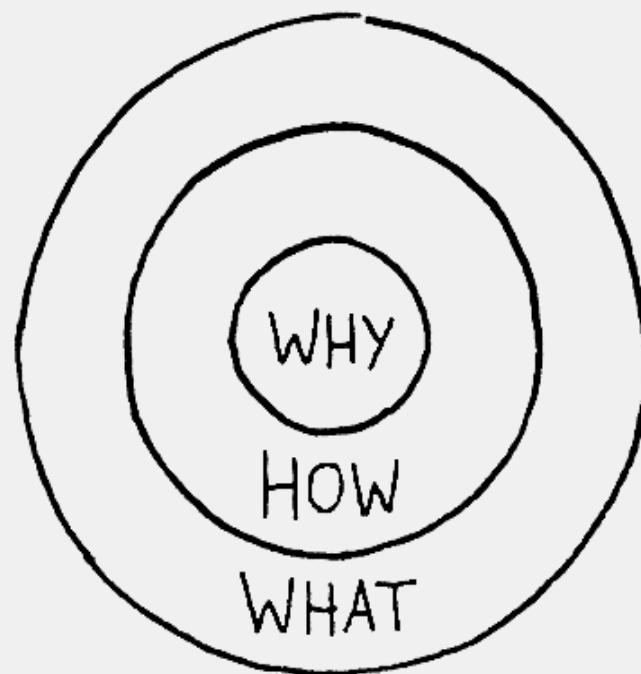
**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular

# PROPÓSITO



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



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



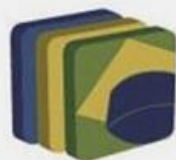
**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular

# 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

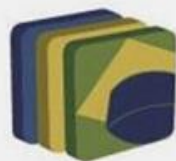


**ALUNO**

# NOVO MODELO DE GESTÃO

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

ARAPUAN MOTTA NETTO



**CBESP**

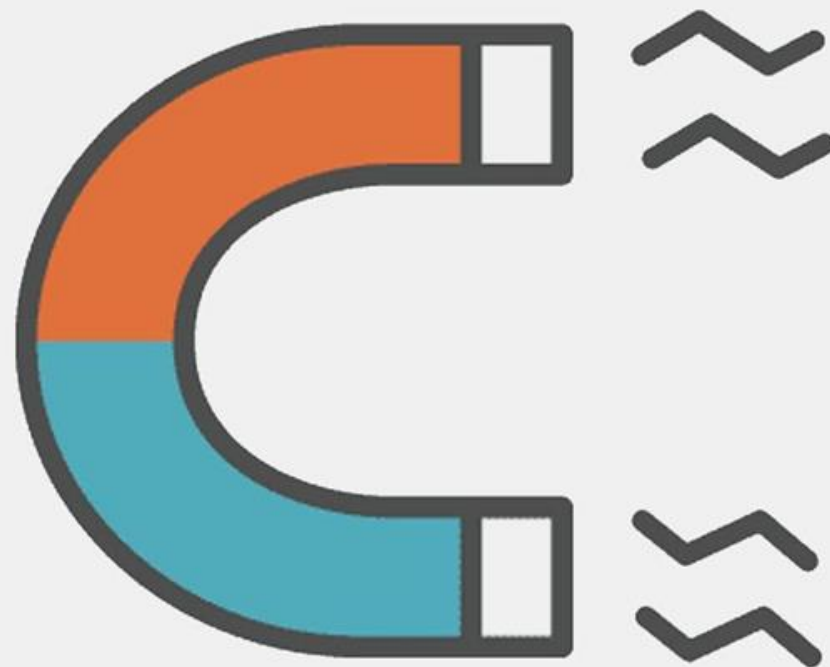
XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular



**ALUNO**



# QUAL É O MAIOR TIME, CAPTAÇÃO OU RETENÇÃO?



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular





# 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



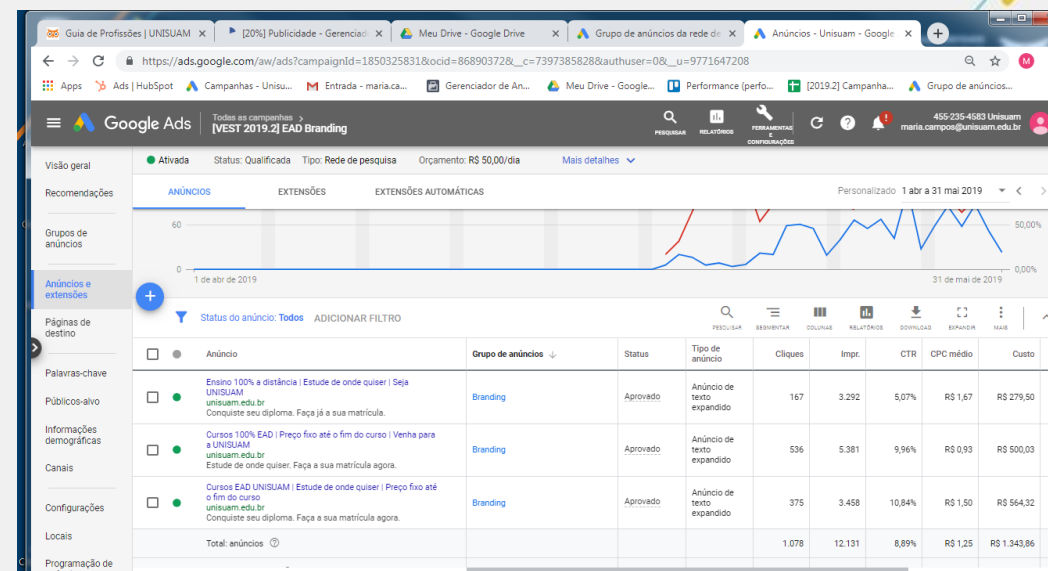
# CRIAR, TESTAR, MEDIR, AJUSTAR E VENDER

- Teste AB;

- Ajuste de texto e layout

Minuto a Minuto:

Acompanhamento dinâmico das campanhas



Google AdWords

8 de abr de 2019 - 14 de abr de 2019

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%

1 - 4 / 4

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



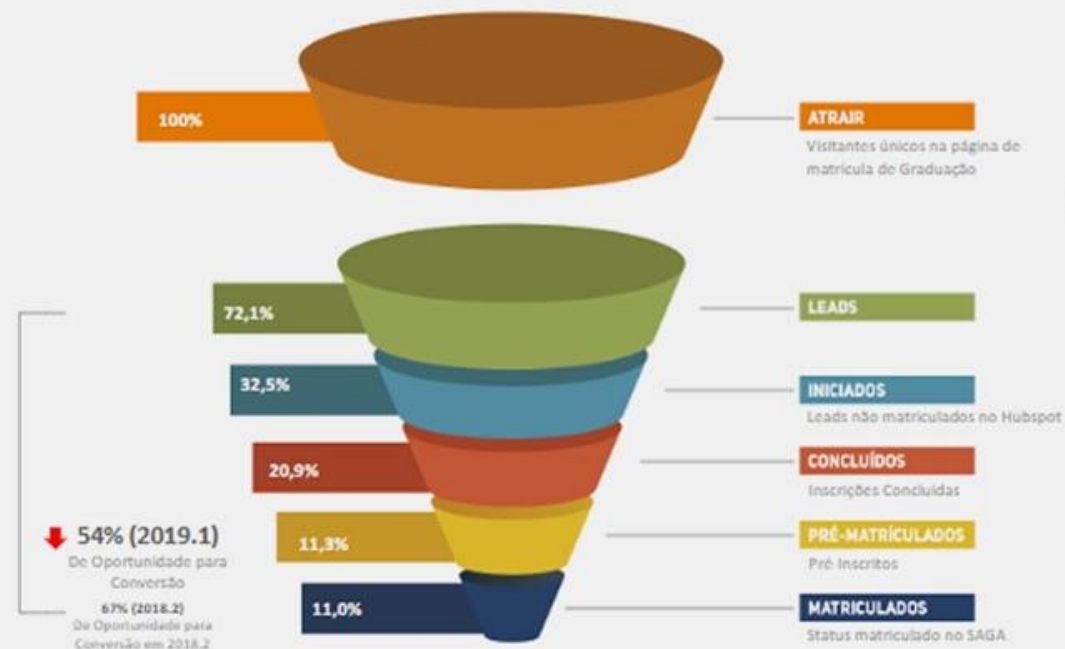
## - Réguas que convertem:

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



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular

# PARA ACERTAR O ALVO É PRECISO CONHECÊ-LO

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

	<b>2018.1</b> <i>06/10/2017 a 28/03/2018</i>	<b>2018.2</b> <i>16/04/2018 a 04/09/2018</i>	<b>2019.1</b> <i>06/10/2019 a 27/03/2018</i>	
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 ( <i>abertos / clicados</i> )	(26,51%)	(24,28%)	(30,78%)	↑

- Automação 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<sup>cf</sup>** @moza\_mellissa · 10 de abr

A **Unisuam** é a melhor mandando e-mails kkkkkkkkk hoje eles mandaram um baseado na música da **Sandy** e Júnior



3



**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



3



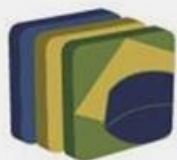
**carol** @mariaccaroline · 10 de abr  
amo os e-mails da unisuam



1



4



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular

# 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:



**"Nem estou dormindo mais,  
já não saio com os amigos...  
Sinto falta dessa paz..."**

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

# PESCAR NO AQUÁRIO CERTO

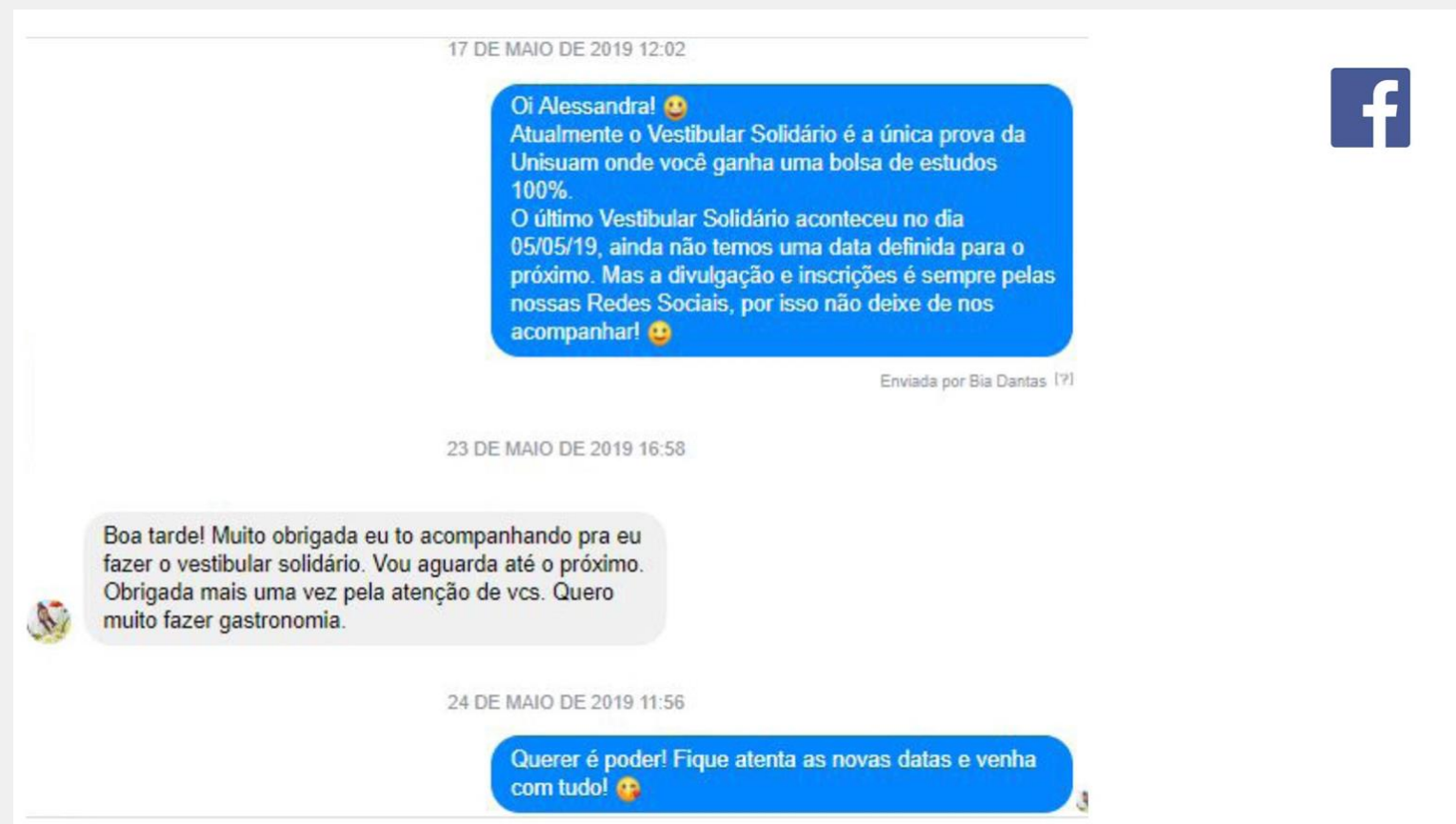
- Em quais redes estão os nossos *Prospects* (Uma abordagem para cada espaço)
- Alinhamento do Orgânico e do Pago





# RÁPIDO E EFICIENTE:

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



# RÁPIDO E EFICIENTE:

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



# A EXPERIÊNCIA QUE VENDE

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



# ONDE ESTAMOS



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

An advertisement for UNISUAM featuring a man with curly hair and a beard, wearing a black t-shirt with a white graphic, in a dynamic pose. The background is dark blue with geometric shapes. Text on the right: "JÁ PENSOU EM NÃO TER LIMITE DE CRÉDITOS?" in white, "PREÇO FIXO" in white on an orange box, "ATÉ O FIM DO CURSO" in small white text, and "\*Para ingressantes em 2019.1" in even smaller white text. The UNISUAM logo is at the bottom right.

JÁ PENSOU EM NÃO TER  
LIMITE DE CRÉDITOS?

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

UNISUAM

An advertisement for UNISUAM featuring a woman with dark hair, wearing a blue and white patterned crop top and black shorts, in a dynamic pose. The background is orange with geometric shapes. Text on the right: "USE A SUA NOTA DO ENEM!" in white, "PREÇO FIXO" in white on a blue box, "ATÉ O FIM DO CURSO" in small white text, and "\*Para ingressantes em 2019.1" in even smaller white text. The UNISUAM logo is at the bottom right.

USE A SUA NOTA  
DO ENEM!

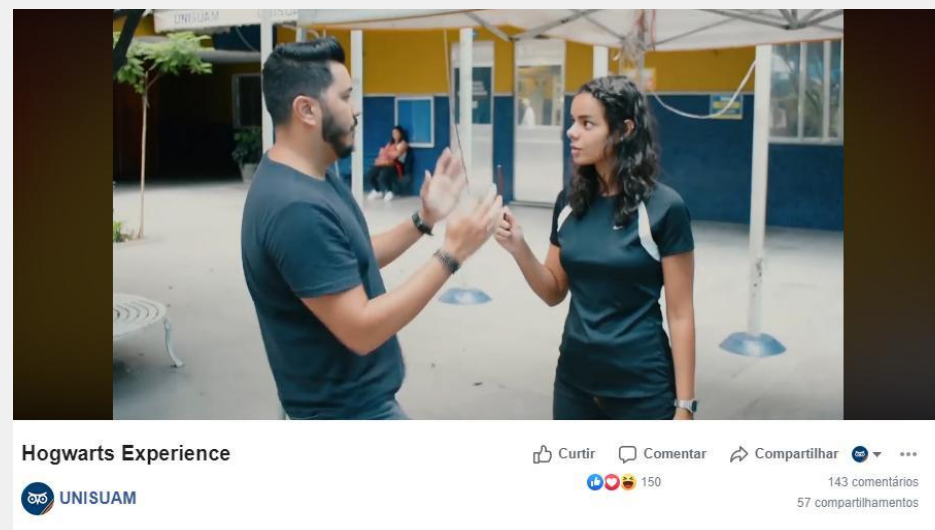
**PREÇO FIXO**  
ATÉ O FIM DO CURSO  
\*Para ingressantes em 2019.1

UNISUAM



# ONDE QUEREMOS CHEGAR

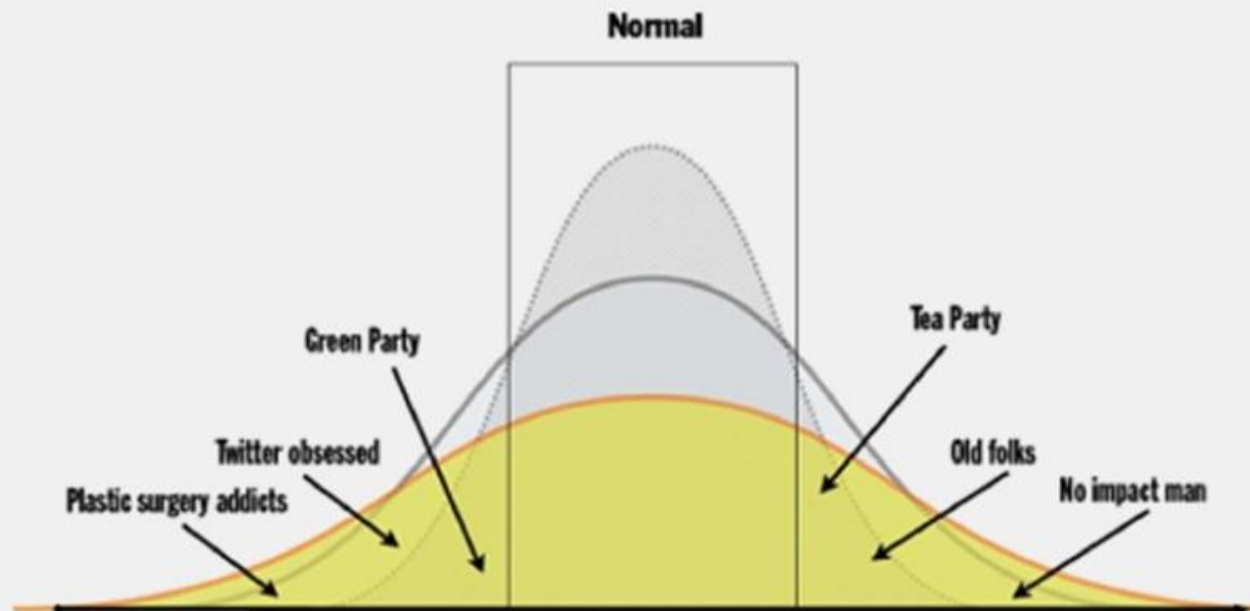
- Potencializar o boca a boca que vende;
- Mapear e multiplicar os novos evangelizadores da marca;
- Todo mundo capta: há 50 anos formando novos captadores.



# 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



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular



**PERTENCIMENTO**  
**BENEFÍCIO**  
**LIDERANÇA**  
**COMUNIDADE**



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular

# 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)



**CBESP**

XII Congresso Brasileiro da  
Educação Superior Particular





# Obrigado!



Arapuan Motta Netto



Arapuan Netto



@ArapuanNetto



arapuanmottanetto



anetto@unisuam.edu.br