



Anhanguera

Apimec 2013

 **Abertura - Roberto Valério**

 **Qualidade e Inovação - Prof. Ana Maria Sousa e Leonardo Costa**

 **Marketing e Relacionamento - Patrícia Abreu e Rodrigo Cavalcanti**

 **Centro de Inteligência e Serviços Compartilhados – Maron Guimarães**

 **Q&A**

 Abertura - Roberto Valério

 Qualidade e Inovação - Prof. Ana Maria Sousa e Leonardo Costa

 **Marketing e Relacionamento - Patrícia Abreu e Rodrigo Cavalcanti**

 Centro de Inteligência e Serviços Compartilhados – Maron Guimarães

 Q&A



INTELIGÊNCIA DE MARKETING APLICADA À CAPTAÇÃO E RETENÇÃO



CAPTAÇÃO

EM 5 CLIQUES



Pipeline Discovery Market Scanning



Municípios

Unidades

+ Viário Principal

+ Linhas de Metrô

+ Universidades

+ Faculdades

+ Centros Univer.

+ Polos EAD

+ Feeders

+ Alunos AEDU L5Y

+ JA: 25+ s/ ES

+ EM: 17/24 s/ ES

+ AM 8ª / 3º

+ Área Primária

+ Área Secundária

1

Pipeline
Discovery



Definição do PODER de ATRAÇÃO AEDU e demais Players (equidistância / porte)

Municípios

Unidades

Viário Principal

Linhas de Metrô

Universidades

Facul

Centros Univer.

Polos EAD

Feeders ✓

Alunos ✓

JA: 25+ s/ ES ✓

EM: 17/24 s/ ES ✓

AM 8ª / 3 ✓

Área Primária ✓

Área Secundária ✓

1

Pipeline
Discovery

Este material é usado para...

Estudo de POTENCIAL de MERCADO

Definição de meta

Avaliação de investimentos em mídia

5 Year Plan

Posicionamento de marca

**Estratégia de relacionamento com
escolas do ensino médio**

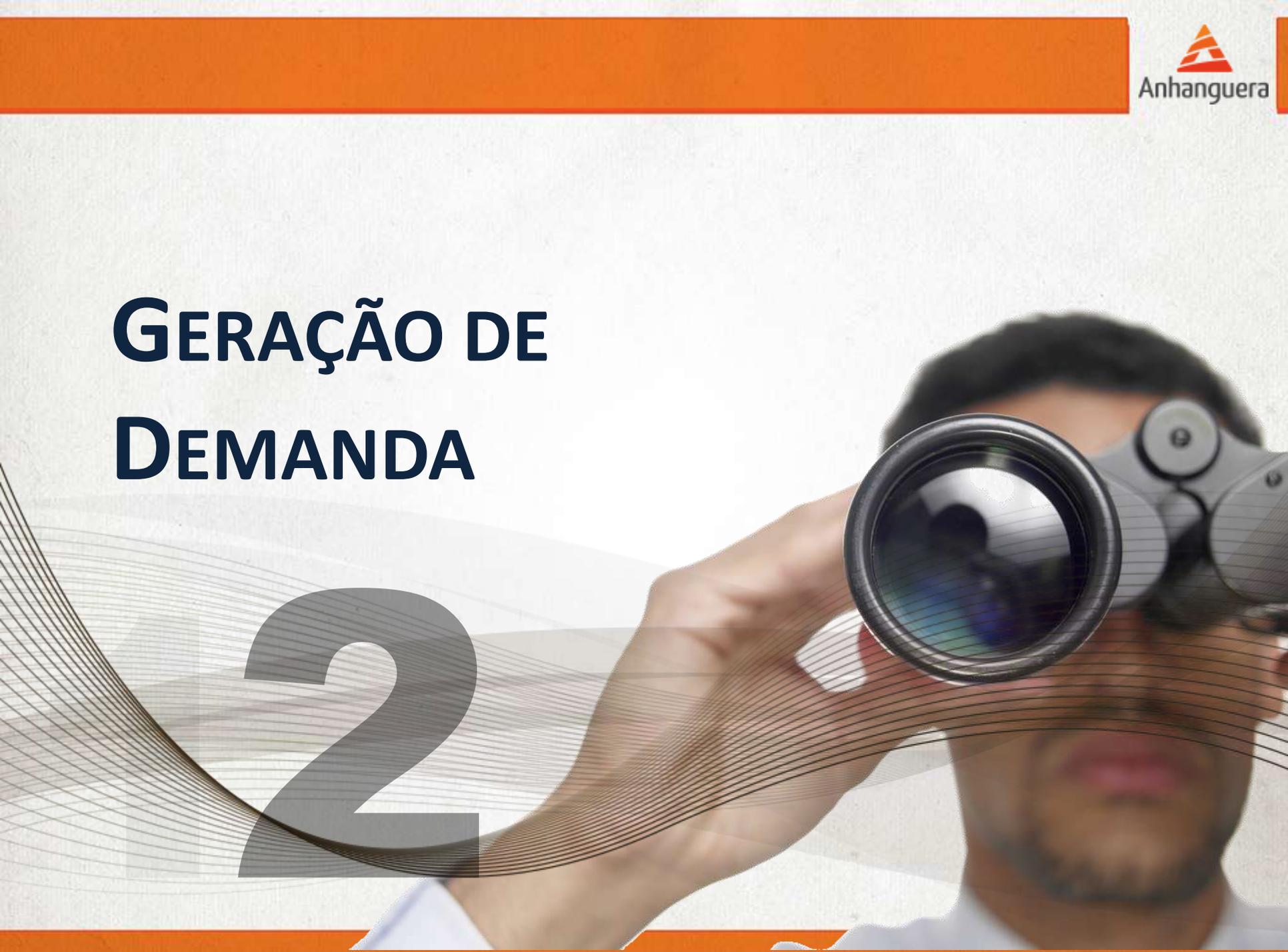
....

**Definição do PODER de ATRAÇÃO AEDU e
demais Players (equidistância / porte)**



GERAÇÃO DE DEMANDA

2



Geração de Demanda

Media

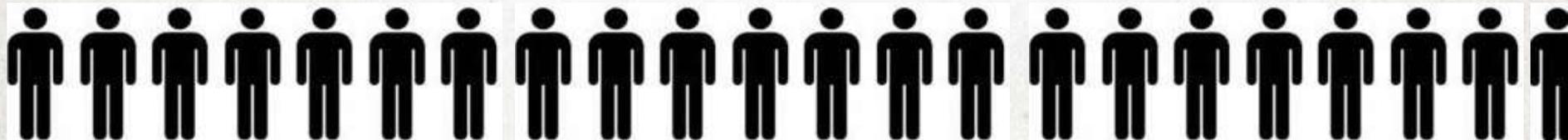
Parcerias para
geração de
Demanda

Pé no Futuro

Feira de
Profissões

Agentes de
Captação

Ações de Cross
Selling / 2ª
Gradação



Geração de Demanda



- Baixíssima dispersão
- Foco 100% em conversão
- Formulário simples = preenchimento rápido

=

Benchmarking de Conversão
VISITAS / INSCRITOS

CONVERSÃO MATRÍCULA / INSCRITOS



**Processos 100%
AUTOMATIZADOS**

Conversão em MATRÍCULAS



Inscritos no Vestibular

Inscritos no Vestibular



Automatização de Processos

Gestão de Canais

Pricing & Product Portfolio Management



MATRÍCULAS





PASSADO

ALL

1 única régua

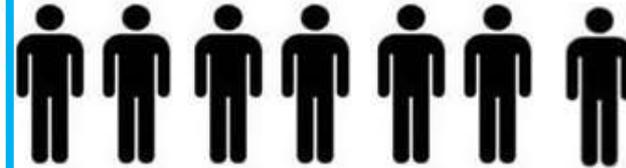
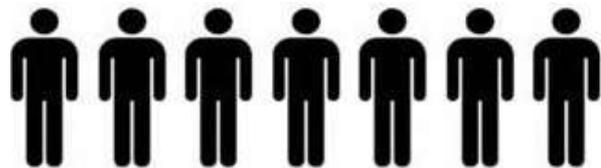
43 Passos

Disparos de Seg/Sex

Operação terceirizada

Réguas de CONVERSÃO

PRESENTE



Com o aprendizado da régua “padrão” de captação aliados a estudos feitos sobre a nossa performance em mídia online...

+ insights vindos do modelo de propensão à conversão Inscritos/Matriculados...

ALL

SOME



Endógenos
Exógenos

Hoje contamos com 6 novas réguas

Réguas de CONVERSÃO

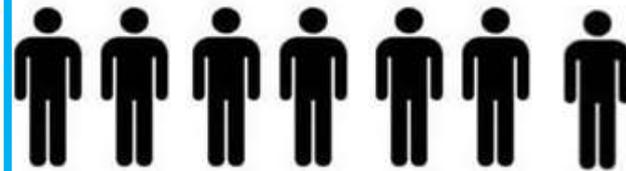
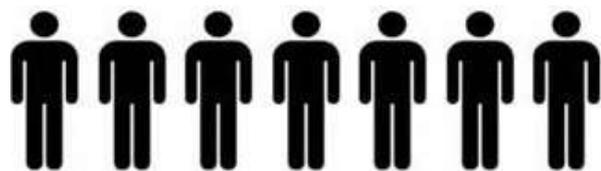


ALL

SOME

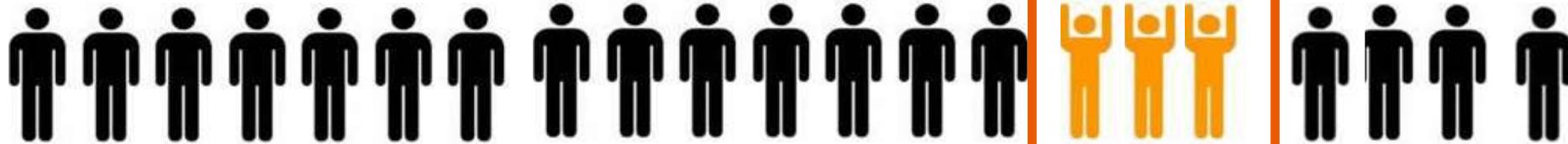
- 6 novas réguas com passos únicos para cada régua
- Abordagem segmentada
CONTENT BASED
- Controle e Gestão passo a passo

Réguas de CONVERSÃO



► Benefícios

-  **+ Conversão de alunos**
-  **+ Planejamento & Controle de Operação**
-  **Comunicação & Ofertas + segmentadas**
-  **OTIMIZAÇÃO do investimento**
-  **Alunos mais satisfeitos**

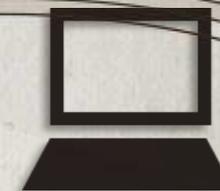


ALL

SOME

FEW

Gestão de Canais



234



Canais Remotos +
Televendas +
Equipe de CAMPO



Lideranças de
Unidades



Supervisores e
Coord. Curso



Agentes
Encantamento



Agentes
Comerciais



Agentes
FIES



Equipe
Televendas

Temperatura do INSCRITO



Canais Remotos +
Telefonia +
Equipe de CAMPO

436K Ligações/ano
ativo/receptivo



Mais de **12 milhões** de disparos
entre SMS e Email MKT / ano com
comunicação dirigida



Lideranças de
Unidades



Supervisores e
Coord. Curso



Agentes
Encantamento



Agentes
Comerciais



Agentes
FIES



Equipe
Teleendas

tempo



PRODUCT PORTFOLIO & PRICING MANAGEMENT



2345

RETA FINAL do Ciclo

Penetração FIES
+
Avaliação
Demanda do curso
+
Margem Curso
+
Capacidade Sala e
Unidade
+
Inventário vagas
regulatório
+
Desempenho INS e
Conversão (TY & LY)
+
Concorrência
+
Timing: ciclo & início
das aulas

=



Preços com Aderência
Maximização da
Conversão

RETA FINAL do Ciclo

Penetração FIES



Avaliação

Demanda do curso



Margem Curso



Capacidade Sala e
Unidade



Inventário vagas
regulatório



Desempenho INS e
Conversão (TY & LY)

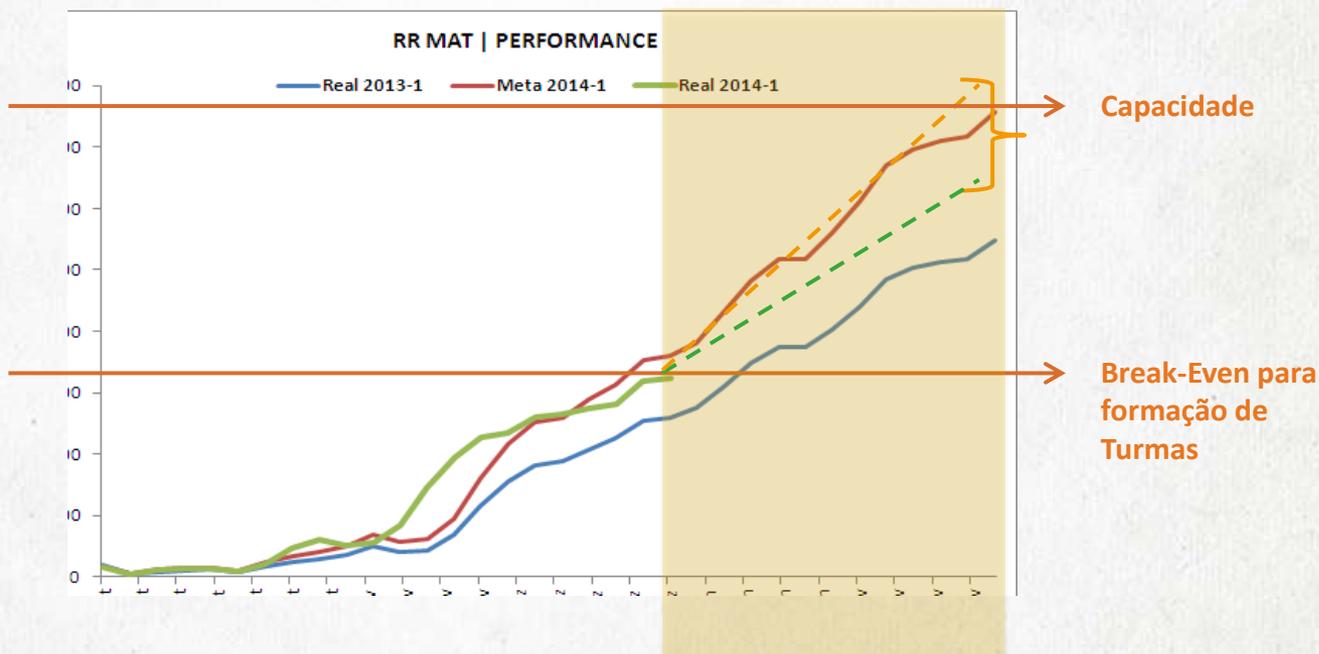


Concorrência



Timing: ciclo & início
das aulas

... Matriz de Decisão



RETENÇÃO DE ALUNOS



Retenção de Alunos em 4Ps



PREVENTIVO

PROGRAMÁTICO

PREDITIVO

PÓS FATO

PREVENTIVO



Qual é o comportamento acadêmico ideal?

Mapeamos o que seria esperado do ponto de vista de frequência, notas e relacionamento com a IES.

Mediante a desvios, temos ações de contato via **coordenador de curso, Call center, e disparos de E-mkt, SMS.**



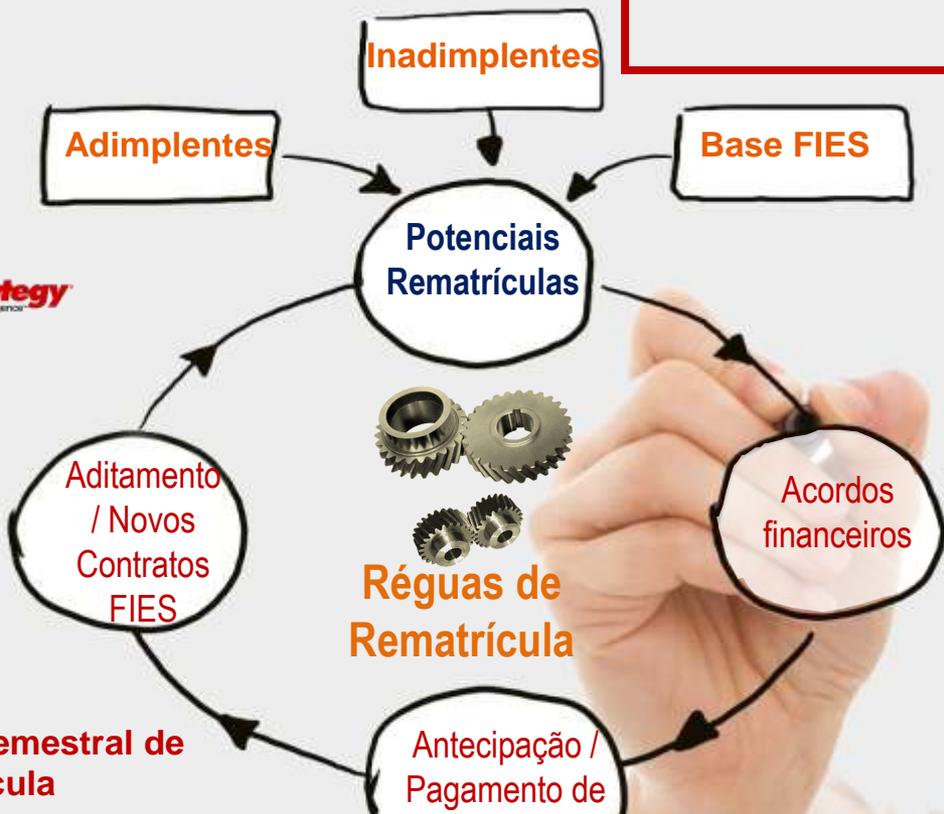
Régua do Caminho Ideal

Programa de Acolhida

Programa de Permanência de Calouros

PREVENTIVO

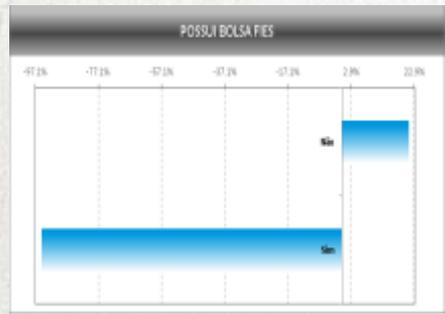
PROGRAMÁTICO



PREDITIVO



Amostra Desenvolvimento | **Amostra Validação**



- Nota
- Valor Mensalidade
- Frequência Pagamento FIES / ProUni
- Sexo
- Restrição Ativa
- Tipo de Restrição
- Volume de consultas/tempo
- Atividade Creditícia



PREDITIVO

Medidas de Desempenho	Construção	Validação
KS	56%	56%
Lift	4.47	4.47
Capture Base	20%	20%
Capture Cancel.	69,3%	69,3%

Classificação	K-S
Modelo pouco distintivo	$K-S < 0,3$
Adequado	$0,3 \leq K-S < 0,4$
Modelo distintivo Bom	$0,4 \leq K-S < 0,5$
Excelente	$0,5 \leq K-S < 0,6$
Modelo bom sob revisão	$K-S \geq 0,6$



Validação

DECIL	RESPOSTA		TOTAL	% BASE ACUM	% RESPOSTA ACUM		RESPOSTA ACUM		% RESP. NO DECIL	LIFT
	NÃO	SIM			NÃO	SIM	NÃO	SIM		
0	3.720	5.097	8.817	9,9	4,8	44,2	3.720	5.097	58%	4,47
1	6.291	2.892	9.183	20,2	12,9	69,3	10.011	7.989	31%	3,43
2	7.579	885	8.464	29,7	22,7	77,0	17.590	8.874	19%	2,59

DECIL	RESPOSTA		TOTAL	% BASE ACUM	% RESPOSTA ACUM		RESPOSTA ACUM		% RESP. NO DECIL	LIFT
	NÃO	SIM			NÃO	SIM	NÃO	SIM		
0	8.735	12.240	20.975	10,1	4,8	45,2	8.735	12.240	58%	4,47
1	14.034	6.536	20.570	20,0	12,6	69,3	22.769	18.776	32%	3,46
Total	180.468	27.101	207.569						13%	



PREDITIVO NA PRÁTICA...

	Não Evadiu	Evadiu
Alta Propensão	SN	SS
Baixa Propensão	NN	NS

$$\frac{SS + NN}{SN + SS + NN + NS} = 82,5\%$$

RELAÇÃO CONTATO SUCESSO /BASE

	Não Evadiu	Evadiu
Alta Propensão		2,7
Baixa Propensão		15,1



encontra-se o aluno com muito menos esforço e antes que ele evada!

PREDITIVO NA PRÁTICA...

	Não Evadiu	Evadiu
Alta Propensão		SS
Baixa Propensão		NS

	Não Evadiu	Evadiu
Alta Propensão	63%	37%
Baixa Propensão	94%	6%

encontra-se o aluno com muito menos esforço e antes que ele evada!

**+6x!
maior!**

Pós FATO (post mortem)



Caso após todo o fluxo de retenção, o aluno decida evadir, temos hoje um processo onde o aluno solicita um pré-cancelamento, que é encaminhado para a equipe responsável pelo anti-churn;

Siga Evasão

PÓS-FATO





Anhanguera

Apimec 2013