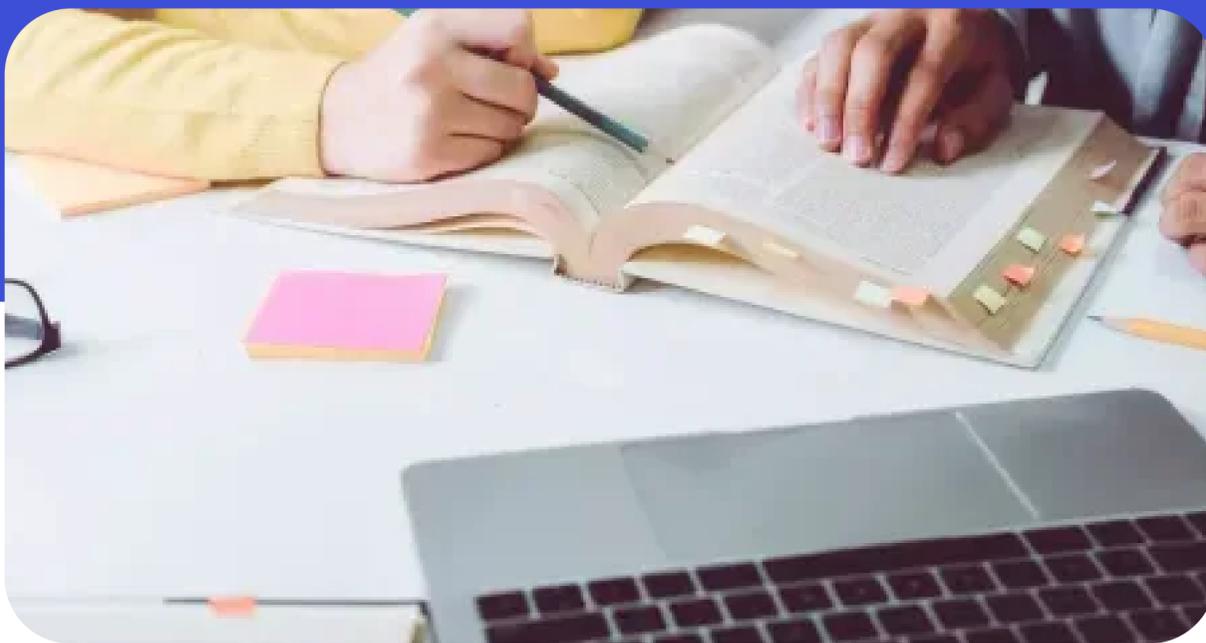


isaac

Gestão

Como o atendimento das escolas pode garantir a satisfação das famílias?

Com pesquisas constantes, canais de contato bem definidos e um trabalho de escuta ativa, é possível melhorar o grau de fidelização, que se traduz em crescimento para a escola.



A satisfação das famílias fortalece a fidelização de uma instituição de ensino. Assim, a taxa anual de evasão tende a diminuir, o que facilita o trabalho de atração de mais alunos, que por sua vez, leva ao crescimento consistente da escola.

Este ciclo virtuoso começa no atendimento das escolas, uma jornada em que cada etapa precisa ser

planejada e conduzida com rigor e empatia. E produz resultados importantes para a longevidade da instituição.

Os gestores escolares em geral concordam com todas essas afirmações. E realizam pesquisas de satisfação, geralmente uma vez ao ano, no primeiro semestre, com o objetivo de calibrar processos antes do início do esforço de matrículas e rematrículas. É quando geram informações, por exemplo, a respeito do NPS da escola.

Mas é possível avançar levando o relacionamento com os responsáveis financeiros a um novo nível de excelência. Com práticas simples, que demandam ajustes na abordagem, as escolas conseguem elevar a experiência dos familiares, obtendo resultados diretos no curto, no médio e no longo prazo. Confira!

Aumento na concorrência

Como aponta Thiago Faria, fundador da Escola Cheia, uma consultoria de soluções dedicadas a impulsionar a gestão e aumentar o número de matrículas, o cenário atual é bastante desafiador. “Se olharmos para as projeções da pirâmide de faixa etária brasileira, percebemos que este setor vai se tornar cada vez mais competitivo”, aponta.

De fato, com o envelhecimento da população em curso, a participação dos menores de 14 anos segue em queda livre: os jovens eram 38,2% do total dos moradores do país em 1980, chegaram a 24,1% em

2010 e a 19,8% em 2022, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em 2050, serão apenas 15,4% da população.

Há também um outro fator, diz Faria: “Também acontece um aumento do número de escolas particulares em algumas regiões do Brasil”. Com mais concorrência e menos alunos, crescer se torna ainda mais desafiador. E a excelência no atendimento é central para apoiar este momento.

Usando o NPS para melhorar a retenção de alunos
Um dos recursos mais utilizados pelas escolas é a pesquisa NPS, ou Net Promoter Score. Ela consiste em apresentar uma pergunta simples: de 0 a 10, qual a chance de a pessoa recomendar a escola para amigos e familiares?

Aquelas que respondem de 0 a 6 são consideradas detratoras, ou seja, estão insatisfeitas. Quem responde 7 e 8 está neutro, e os que apontam 9 ou 10 são os chamados promotores.

“Do ponto de vista de retenção, os neutros são os mais perigosos, no sentido de que, dependendo de com quem interagem, podem migrar para os outros extremos”, aponta o fundador da Escola Cheia.

Os promotores e os detratores também podem – e devem – ser alvo de ações de comunicação, diz ele, que recomenda que as escolas acrescentem uma segunda pergunta à pesquisa, sobre a intenção de manter o aluno na escola.

“Detratores que não pretendem manter os alunos também devem ser ouvidos, nem que seja para saírem da escola sem continuar falando mal dela. E existem os promotores que tampouco vão permanecer, como aqueles que vão mudar de cidade. São importantes, já que mantêm vínculos na cidade”.

Assim, com apenas duas perguntas que podem ser respondidas rapidamente, é possível desenvolver uma série de estratégias e iniciativas focadas em cada perfil de família.

Estratégias para avaliar a satisfação

Existem outras formas de seguir avaliando a satisfação dos responsáveis financeiros. “Se você espera meses para perguntar sobre o desempenho da escola em datas comemorativas, como o Dia das Mães, a resposta não vai ser tão precisa quanto se você apresentar uma pesquisa rápida no próprio dia do evento”.

O ideal, recomenda ele, seria que toda interação com a escola, inclusive as que envolvem problemas e dificuldades, fosse acompanhada por levantamentos curtos deste perfil. E, duas vezes por ano, é recomendável realizar levantamentos mais longos, de preferência um em abril e outro em agosto, para avaliar se as ações adotadas no primeiro semestre foram bem avaliadas.

“É importante seguir três etapas: preparação prévia,

foco em incentivos e engajamento e, por fim, comunicação e acompanhamento constante. Dessa forma, são alcançados os melhores resultados. Também é importante evitar pesquisas exaustivas, assim como repetir perguntas para as quais as respostas costumam ser majoritariamente favoráveis”.

Como utilizar os dados para melhorar o atendimento das escolas?

Todo esse trabalho de captação das impressões e opiniões dos familiares já representa uma forma de elevar a qualidade do atendimento, na medida em que o esforço deixa claro para as pessoas o que elas têm a dizer é importante para os gestores.

Tudo isso num contexto de demanda por atenção, já que, como lembra Thiago Faria, a decisão de matricular um filho, ou mudar de escola, envolve uma série de fatores, emocionais inclusive. “É importante acompanhar cada etapa, manter canais claros de comunicação abertos e respeitar o momento de cada família nessa jornada”.

Este processo, diz ele, passa por quatro etapas:

- 1. Adaptação:** garantindo o envolvimento e o acolhimento às novas rotinas, às normas e até mesmo ao uso de aplicativos e sistemas da escola.
- 2. Uso de dados:** com informações didáticas e úteis

para cada uma das dúvidas dos familiares, mesmo que elas tenham sido detalhadas em outros momentos.

3. Engajamento: transforma o processo de adaptação em uma etapa de acolhimento a respeito de questões de fundo, como o projeto pedagógico.

4. Ampliação do valor: aprofundando a noção do impacto positivo que a escola produz para os jovens e para seus familiares.

O esforço é recompensador, aponta Faria. “Ter famílias satisfeitas significa assegurar resultados melhores, de maneira mais simples. No fundo, o negócio das escolas está baseado na fidelização, um processo que se apoia num atendimento dos mais qualificados”.

O importante, finaliza, é saber lidar com as dificuldades que surgem no relacionamento com as famílias. “Uma escola nota 10 não é aquela que não tem problemas. É aquela que atende aos pais sempre que eles precisam, com transparência, deixando claro que a insatisfação gerou aprendizados que serão aplicados para os demais responsáveis financeiros”.

The logo for isaac, featuring the word "isaac" in a white, lowercase, sans-serif font on a blue background.

O isaac alcança 98% de satisfação ao apoiar na gestão escolar

Nas instituições de ensino, a satisfação dos clientes passa pela capacidade de gerenciar situações de possíveis dificuldades. E uma das principais é a inadimplência. Afinal, o relacionamento das famílias com as escolas tende a se manter por vários anos, idealmente, e dificuldades com pagamentos podem aparecer em algum momento.

Mais de 2 mil escolas de todas as regiões do Brasil tomaram uma decisão que transformou a maneira como abordam esse ponto tão delicado: elas se tornaram parceiras do isaac, a maior plataforma de soluções financeiras feita para escolas.

A partir do momento em que passam a interagir com a plataforma, os responsáveis financeiros começam a contar com suporte personalizado e a possibilidade de acessar um aplicativo, o meu isaac, que oferece a possibilidade de pagar as mensalidades com um clique e negociar valores com mais facilidade, sempre optando pela forma de pagamento mais adequada para cada momento.

O atendimento é apoiado pela tecnologia de pagamentos, com foco em inteligência preditiva, que utiliza um modelo de ciência de dados que prevê

The logo for 'isaac' is displayed in a white, lowercase, sans-serif font against a solid blue background. The letters are bold and the 'i' has a distinct dot.

quem deverá ficar inadimplente.

Também permite utilizar uma régua de cobrança customizada, segundo o perfil de cada responsável financeiro, de forma a proporcionar uma abordagem personalizada. E ainda facilita a negociação ao longo do ano, evitando o acúmulo de dívidas no período de matrícula.

O resultado é um índice de 98% de satisfação das famílias com o atendimento do issac e 30 a menos de famílias com pendências na matrícula entre as escolas parceiras.

isaac