

Plano de Marketing



Apresentação

Este plano de marketing tem como objetivo apresentar uma modelagem de negócio à Solides RH, explorando os produtos já constantes no portfólio da empresa e a tecnologia já utilizada, de forma a construir um novo produto: a Edukes.

A Edukes é uma plataforma de integração que combina dados dos softwares de gestão educacional tradicionais (já utilizados nas escolas) ao mapeamento comportamental levantando pelo Profiler Educacional Sólides, para fornecer dados mais precisos, com maior rapidez e em considerável volume para as escolas do ensino médio.

As informações coletadas e apresentadas neste plano foram subsídio para uma melhor compreensão do mercado, das dores que este apresenta atualmente e também o desenvolvimento da solução, pensando em como ela mais se adequa à resolução do problema levantado.

1. O Mercado

Em 2008 o Brasil contava com 28.673 escolas do ensino médio, das quais 8.282 são particulares e o que todas elas têm em comum não é a oferta do ensino à públicos da mesma faixa etária. Todas elas estão orientadas pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), do Ministério da Educação do Brasil (MEC), que foi revisada em 2017 e sofreu alterações a serem implementadas em 2020.

A partir de 2020 todas as escolas terão de substituir o formato tradicional de ensino por uma formação mais personalizada, que permita ao aluno desenvolver habilidades socioemocionais e escolher disciplinas que contribuam mais à sua formação profissional.

Serão ofertadas disciplinas básicas (comuns à todas as áreas) e uma espécie de “rotas” do conhecimento que contarão com disciplinas e atividades mais específicas das áreas científicas de interesse desse aluno, no que diz respeito a sua escolha profissional.

Porém, sabe-se que a escolha profissional é um momento importante na vida de todo ser humano e que, na maioria dos casos; não tem qualquer tipo de auxílio para uma tomada de decisão assertiva. Por outro lado, temos as escolas que ofertam seus serviços baseada apenas em benchmarkings do mercado e análises subjetivas, sem de fato conhecer o perfil dos alunos da instituição.

2. Business Model Canvas

Parcerias chave: - Sólides - Escolas <
--

3. Go to Market



3.1 Resumo do Negócio

Com o cruzamento dos dados de acompanhamento curricular tradicional (notas, frequência, atividades) e o mapeamento comportamental, as escolas terão diagnóstico mais precisos para a construção de rotas/itinerários de formação de seus alunos; planos de ensino mais eficazes; oferta de serviços extra classe mais alinhada com as preferências dos seu público alvo; e diferenciais competitivos no mercado.

3.2 Estratégias do Produto

O público alvo definido foram as escolas do ensino médio privadas, pois estas instituições se posicionam no mercado através dos seus diferenciais competitivos. Nesse sentido, destaca-se dentro das escolas a figura do(a) diretor(a) (como tomador de decisão estratégica) e o pedagogo(a) (como condutor das matrizes curriculares de ensino). Através do diagnóstico oferecido pela Edukes ambos conseguiram ofertar serviços mais atrativos e aumentar sua competitividade no mercado, e direcionar as metodologias de ensino e os professores de maneira mais efetiva, respectivamente.

3.3 Estratégia de Canal

As estratégias de canal foram definidas levando em consideração o tipo de negociação mais eficaz para o produto comercializado, nesse sentido optou-se por *mídia online paga* e *e-mail marketing*, aumentando a visibilidade da empresa no mercado, uma vez que o produto é inovador e a maioria dos clientes potenciais ainda desconhece a Edukes como solucionadora de sua dor. Pensando em conversão de vendas, optou-se então por *sale* por se tratar de uma estratégia mais adequada à B2B. Outras estratégias como SEO e SEM também são essenciais para um posicionamento estratégico da empresa no meio digital.

3.4 Experiência do Cliente

Ao utilizar a plataforma Edukes o cliente, além de ter suas necessidades de mapeamento, diagnóstico e adequação à BNCC atendidas, terá seus desejos de melhor direcionar suas atividades profissionais e gerar mais impacto positivo durante a formação dos alunos alcançados. Além disso, o acompanhamento do consultor comportamental, juntamente com todo suporte técnico oferecido de maneira rápida proporcionarão uma experiência de acolhimento ao aluno, com o objetivo de fazê-lo sentir-se valorizado e único.

3.5 Acompanhamento e métricas

As métricas operacionais serão definidas em OKRs trimestrais, baseado em clientes adquiridos, clientes contatados, performance e integração com outros sistemas, e expansão geográfica alcançada. Como o produto ainda não possui uma *baseline* espera-se a definição de dados quantitativos para as OKRs após a realização do MVP numa instituição parceira (que a título de *pro bono* sugere-se ser em uma escola pública “modelo” da região de Belo Horizonte). Outras métricas igualmente essenciais estão relacionadas aos canais de comunicação, tais como: taxa de abertura de e-mail; visitas ao site; ROAS; clique em anúncios, entre outras.

4. Persona



Ana Márcia

Pedagoga de escola particular

Empresa: Escola localizada na região nobre de uma grande cidade. A escola é parte de uma rede de escolas, cada unidade tem cerca de 1500 alunos, funcionando nos turnos da manhã e da tarde.

Idade: 42 anos

Genêro: Feminino

Educação: Mestrado

Mídias: Blogs sobre educação, redes sociais, revistas especializadas e TV

Objetivos: Conseguir prestar atendimentos individuais a todos os alunos, realizando análise comportamental e acompanhamento de desempenho. Ajudar os alunos a se entenderem e a realizarem as melhores escolhas em suas vidas de acordo com o seu perfil.

Desafios: Dificuldade em lidar com as informações e peculiaridades de um número muito grande de alunos; Munir a equipe da escola de informações relevantes sobre os perfis das turmas e dos alunos individualmente; Mapear e tratar possíveis situações com os alunos.

Como minha empresa pode ajudá-la: Oferecendo software de gestão educacional que ofereça inter-relações entre os aspectos disciplinares, comportamentais e de desempenho curricular das turmas e alunos.



José Eustaquio

Diretor escola particular

Empresa: Escola localizada na região nobre de uma grande cidade. A escola é parte de uma rede de escolas, cada unidade tem cerca de 1500 alunos, funcionando nos turnos da manhã e da tarde.

Idade: 45 anos

Genêro: Masculino

Educação: Mestrado

Mídias: Revistas especializadas, TV, redes sociais, jornais, blogs sobre negócios e sites de notícias.

Objetivos: Melhorar a gestão e os indicadores educacionais da escola em que trabalha, oferecendo diferenciais em relação a outras escolas. Oferecer atividades que estejam alinhadas aos desejos e necessidades dos pais e alunos.

Desafios: Manter a competitividade da escola no mercado, oferecer recursos e tecnologias avançadas para o desenvolvimento dos alunos, possuir profissionais capacitados a oferecer o melhor ensino, despertar o interesse dos pais no momento da escolha da melhor escola para matricular seus filhos.

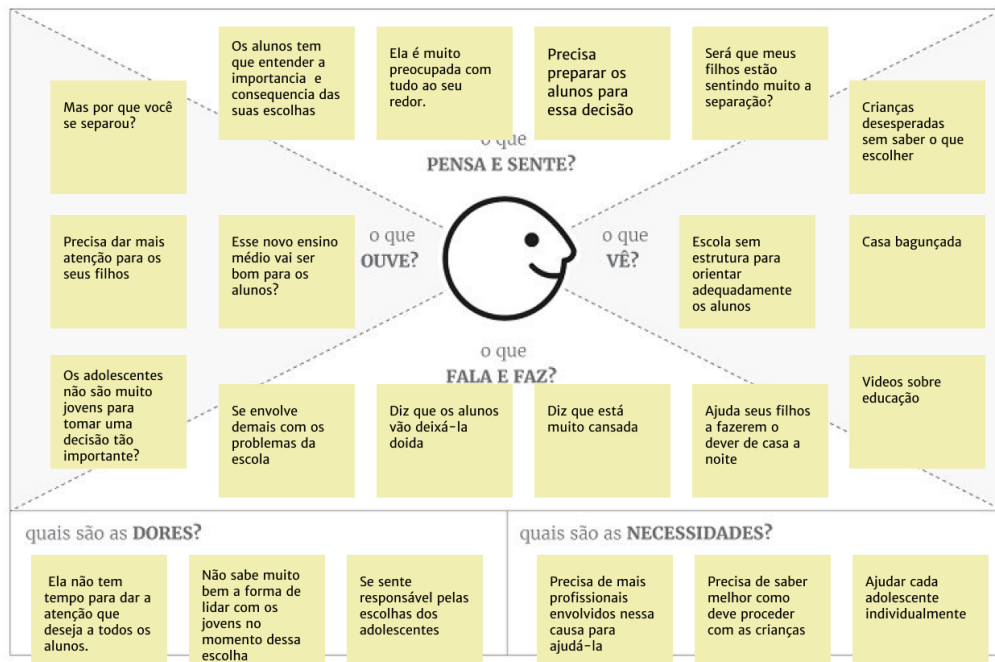
Como minha empresa pode ajudá-la: Oferecendo software de gestão educacional que ofereça inter-relações entre os aspectos disciplinares, comportamentais e de desempenho curricular das turmas e alunos.

5. Mapas de Empatia

Nome: Jose Eustaquio Idade: 45



Nome: Ana Márcia Idade: 42



6. Plano de Comunicação

6.1 Escolha de Canais

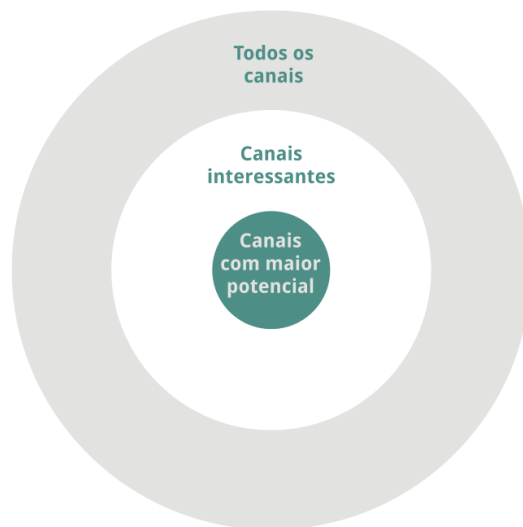
A escolha dos canais de mídia é feita com o objetivo de aproximar a empresa do cliente e se deu utilizando a metodologia ICE Score para definição do Bullseyes framework.

ICE Score

	Impacto	Confiança	Facilidade	ICE Score
Targeting Blogs	7	7	7	7,00
Publicity	6	6	6	6,00
Unconventional PR	1	1	1	1,00
SEM	8	7	8	7,67
Social and Displays Ads	7	7	8	7,33
Offline Ads	4	5	5	4,67
SEO	7	7	7	7,00
Content Marketing	6	6	8	6,67
Email Marketing	6	7	9	7,33
Viral Marketing	4	4	3	3,67
Engineering as Marketing	8	7	8	7,67
Sales	8	9	9	8,67
Affiliate Programs	3	0	3	2,00
Existing Platforms	7	7	8	7,33
Trade Shows	6	6	5	5,67
Offline Events	8	8	5	7,00
Speaking Engagement	7	8	6	7,00
Comunity Building	6	7	7	6,67

Influencer Marketing	4	6	5	5,00
Refearral Marketing	5	8	4	5,67

Bullseyes

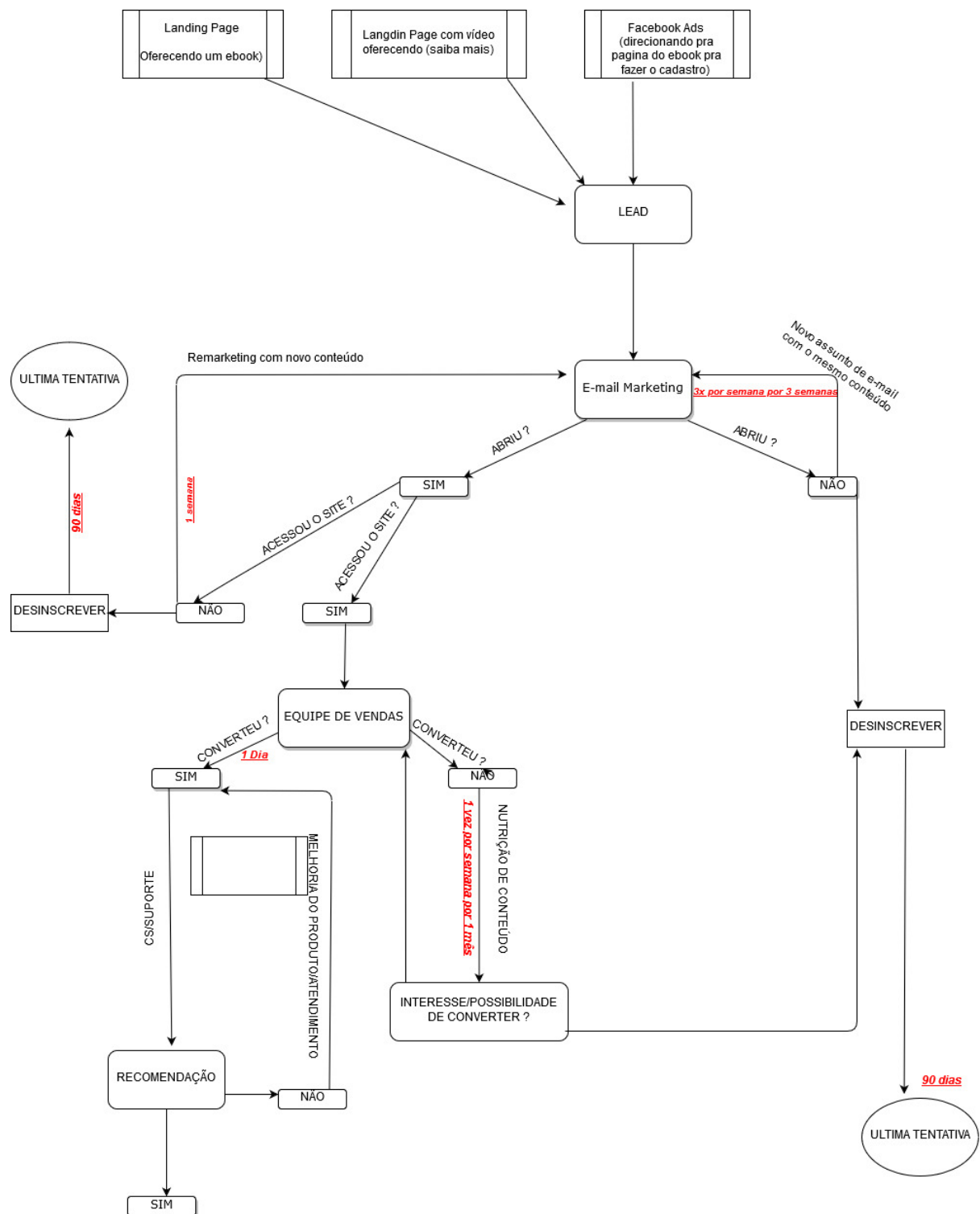


Todos os canais (cículo externo): Targeting Blogs; Publicity; Unconventional PR; SEM; Social and Displays Ad; Offline Ads; SEO; Content Marketing; Email Marketing; Viral Marketing; Engineering as Marketing; Sales; Affiliate Programs; Existing Platforms; Trade Shows; Offline Events; Speaking Engagement; Comunity Building; Influencer Marketing; Refearral Marketing.

06 canais escolhidos (cículo do meio): SEM; Social and Displays Ads; SEO; Email Marketing; Sales; Offline Events.

03 canais escolhidos (cículo interno): Social and Displays Ads; Email Marketing; Sales.

6.2 Fluxo de Comunicação



6.3 Estratégia utilizadas nos Canais Selecionados

Social and Display Ads: A escolha do canal de mídias online pagas se deu como estratégia de topo de funil para atrair as personas através de suas buscas por soluções para a gestão educacional ou pela temática da BNCC. Para os anúncios nas redes sociais, a segmentação de ampliará para além da persona e o perfil também abrangerá professores e outros profissionais da área da educação, pois entende-se que estes podem ser pontes de ligação entre a Edukes e a persona.

- Custos estimados: orçamento diário disponibilizado para as campanhas; equipe para construção e acompanhamento das campanhas.
- Mensuração dos resultados: Através do ROAS e do ROI



Sistema de Gestão Educacional

www.edukes.com.br

Diagnóstico das turmas com levantamento de perfil comportamental do aluno para melhor condução do plano de ensino.

Software de Gestão Educacional

www.edukes.com.br

Mapeamento de rendimento e diagnóstico comportamental dos alunos para adequação auxiliar às escolas se adequarem à nova BNCC.

Gestão Educacional

www.edukes.com.br

Profiler educacional para mapeamento comportamental dos alunos e diagnóstico de rendimento acadêmico para adequação às novas regras da BNCC.

E-mail marketing: A escolha do e-mail marketing foi feita com o pensamento estratégico de nutrição do lead com conteúdo de qualidade e também na aproximação com o cliente para um contato posterior personalizado, pelo consultor de vendas.

- Custos estimados: plataforma de automatização de e-mail; equipe para construção e acompanhamento das campanhas.
- Mensuração dos resultados: Através das taxas de abertura dos e-mails, visitas aos sites provenientes deste canal; e conversão em contato com sale.

MODELO DE E-mail

Olá [NOME]

Aqui a Jeanine, gestora de Growth Hackers da Edukes.

Vi que entramos em contato com você e queria saber se você tem alguma dúvida pendente em relação ao nosso material de apoio e se tem alguma informação que podemos esclarecer pra você a respeito do Edukes.

Sabemos o quanto é importante cuidarmos da educação, dos serviços oferecidos aos alunos e da necessidade de reinvenção que a nova BNCC está exigindo das escolas.

O Edukes quer proporcionar uma melhor reinvenção das novas necessidades do ensino médio, ajudando você a ter maior rendimento e melhor direcionamento na sua instituição.

Vamos marcar uma conversa ? Assim posso apresentar melhor nosso produto e esclarecer todas as dúvidas.

Me fale o melhor dia e horário, que eu entro em contato com você.

Sales: Sale é o principal canal de conversão para o produto ofertado pela Edukes, por se tratar de SaaS e por ser uma proposta inovadora no mercado. O sale será tanto alimentado pelos leads captados com as demais estratégias de canal (inbound), quanto atuará de forma ativa (outbound) para ofertar o produto ao mercado.

- Custos estimados: CAC
- Mensuração dos resultados: Através da conversão dos contatos em contrato fechados

MODELO DE Script de ligação

Bom dia! Eu sou a Ynnaê, da Edukes. Tudo bem com você?

(Pausa e resposta)

• Então, Senhor José, vejo que você participou recentemente do Encontro pedagógico de Belo Horizonte. Nós também estávamos lá... O que você achou do evento?

Eu trabalho com Escolas na Edukes com softwares de gestão educacional que mapeiam competências e habilidades dos alunos. Meus clientes normalmente estão procurando um trabalho mais assertivo sobre os comportamentos dos alunos. Você também gostaria de obter esses resultados?

(O José responde)

Conte-me mais sobre isso. Quais problemas você tem enfrentado dentro de sua empresa?

(José fala sobre suas dores)

Então, você está me dizendo que...

[Repita os pontos problemáticos e se ofereça para auxiliar na solução através de um profissional especializado em consultoria para a área]

Agende uma chamada para consultoria (*venda consultiva*)

(*José concorda em uma chamada de descoberta e oferece horários de reunião*)

Que tal amanhã?

[*Entre em acordo sobre uma data e repasse para o time de Vendas*]

Outros canais selecionados: Embora os canais de SEO e SEM não tenham sido selecionados para desmembramento das estratégias, acredita-se que eles são essenciais para o posicionamento estratégico da empresa no meio digital e aquisição de leads. Dada a expertise da empresa ser na área da tecnologia e ao alto grau de facilidade de implementação dos canais, sugere-se que sejam implementados, juntamente com os canais selecionados, utilizando as estratégias e as melhores práticas recomendadas de SEO e SEM. Como teste de captura de leads utilizaremos um A/B test numa landing page do site.



Como fazer a base nacional curricular comum chegar nas salas de aula?

Entenda as principais mudanças impostas ao Ensino Médio com a pedagoga "Márcia"



Cadastre-se para receber o nosso material de apoio à estruturação escolar.

Nome:

E-mail:

Telefone:

Empresa:

**QUERO RECEBER
O MATERIAL**



Todos os direitos reservados © 2019

Como fazer a base nacional curricular comum chegar nas salas de aula?

Entenda as principais mudanças impostas pela alteração da BNCC ao Ensino Médio no país e descubra como fazer um mapeamento diagnóstico dos seus alunos.



Cadastre-se para receber o nosso material de apoio à estruturação escolar.

Nome:

E-mail:

Telefone:

Empresa:

**QUERO RECEBER
O MATERIAL**

8. Telas Protótipo



The image shows a login screen prototype for a system called 'edukes'. The screen is centered on a dark teal background. It features a white rectangular box containing the following elements:

- Logo:** A circular icon with a green border and a red triangle inside, followed by the text 'edukes' in a sans-serif font.
- Usuário:** A label above a text input field containing the text 'jeustaquio'.
- Senha:** A label above a password input field represented by seven dots.
- ENTRAR:** A dark grey button with the text 'ENTRAR' in white capital letters.
- Link:** A small, light blue link that reads 'Recuperar minha senha com e-mail'.
- Footer:** Small text at the bottom of the white box that reads 'edukes 2019 | www.edukes.com'.

VISÃO GLOBAL

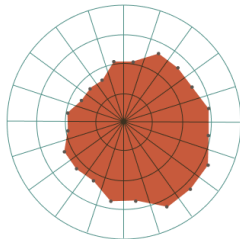
Esta visualização
exibe o perfil geral
dos alunos desta
escola.

Para gerar relatórios
mais específicos
clique em
[novo relatório](#).

Perfil: AP
Data: 21/11/2019
Energia: 36 (Normal Alta)
IEM: 43 (Normal Baixo)
IA: 0.5 (Normal Alto)
Moral: 1.5 (Normal Alto)
Energia Perfil: 80 (Extrem. Alta)

IP: 1.9 (Baixo)
Amplitude: 15.5 (Normal Baixa)
TR: 4'30" (Baixo)
IF: 7 (Normal Alto)
Incitabilidade: 26 (Normal Baixo)

	Perfil +	Perfil +	Geral	Gráfico do Perfil Geral
Executor D:	43%	43%	24%	<div><div></div></div>
Comunicador I:	29%	29%	17%	<div><div></div></div>
Planejador S:	46%	46%	25%	<div><div></div></div>
Analista C:	55%	55%	33%	<div><div></div></div>



NOVO RELATÓRIO

Escolha os parâmetros
de dados para gerar
um novo relatório.

Nome
do Relatório:

Selecione os dados para
combinar neste relatório.

Não incluir:

Séries:

Turmas:

Disciplinas

Incluir:

GERAR RELATÓRIO

GERENCIAR RELATÓRIOS

Você pode **excluir** ou **visualizar** todos os relatórios armazenados no sistema.

Nome do Relatório	Gerado em	Ações	
Mat78_114e115	21/11/2019	VISUALIZAR	EXCLUIR
Port67_114e115	21/11/2019	VISUALIZAR	EXCLUIR
geo23_75e76	21/11/2019	VISUALIZAR	EXCLUIR