

GUIA PRÁTICO

Cruzando dados demográficos, educacionais e digitais para planejar expansão ou reposicionamento da escola



sm

Onde estão as oportunidades?

Planejar a expansão ou reposicionamento de uma escola não deve ser um movimento baseado apenas em percepções ou intuições. Em um cenário educacional competitivo e em constante mudança, é essencial usar dados concretos para tomar decisões estratégicas.

Vamos aprender na prática como cruzar **dados demográficos, educacionais e digitais** para identificar oportunidades reais de crescimento e alinhar sua oferta à demanda do mercado.



Por que cruzar dados?

Cada tipo de dado traz uma parte do quebra-cabeça:

- **Dados demográficos** revelam onde estão as famílias, qual o perfil socioeconômico da população e o potencial de demanda.
- **Dados educacionais** mostram como está a concorrência, quais as carências do território e as preferências das famílias.
- **Dados digitais** indicam o comportamento de busca, o interesse por escolas, metodologias e tendências.

Juntos, esses dados permitem um **olhar 360°** sobre o território e ajudam a responder com mais precisão:

- ☛ “Onde minha escola deve estar presente?”
- ☛ “Como deve se posicionar para ser relevante?”



Levantamento e análise de dados

Demográficos: Onde está o público?

Use dados do IBGE, DataSUS ou mesmo de plataformas como o GeoSES para mapear:

- **Densidade populacional de crianças e adolescentes** por faixa etária
- **Renda média domiciliar**
- **Taxa de natalidade** (indicador de demanda futura)
- **Mobilidade urbana:** tempo médio de deslocamento das famílias



Exemplo prático:

Se sua escola é voltada para a Educação Infantil e pretende abrir uma nova unidade, faz sentido buscar bairros com maior número de crianças de 0 a 5 anos, famílias com dupla jornada e baixa cobertura de creches privadas.

Educacionais: Como está o mercado local?

Analise a **concorrência** e o desempenho das escolas da região:

- Nomes, métodos, mensalidades, número de alunos
- Presença de escolas com fila de espera ou que fecharam recentemente
- Gaps de oferta em segmentos (ex: Fundamental II mal atendido)
- Dados do Censo Escolar e ENEM (para o Ensino Médio)



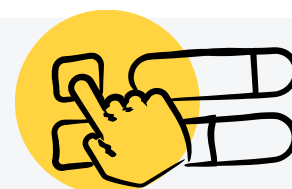
Ferramentas úteis:

QEdu, INEP, Google Maps, Facebook Ads Library (para ver anúncios de concorrentes)

Digitais: O que as famílias estão buscando?

Os dados digitais revelam a intenção de busca das famílias:

- **Google Trends:** o que estão pesquisando na sua cidade? (“escola bilíngue”, “ensino integral”, “melhor colégio”)
- **Meta Ads Manager:** onde estão os maiores públicos interessados em educação privada?
- **Engajamento em redes sociais:** quais conteúdos geram mais atenção nas escolas da sua região?



Exemplo prático:

Se há um crescimento consistente na busca por “ensino bilíngue” no seu município, mas poucas escolas oferecem essa modalidade, você encontrou uma lacuna.

Cruzando dados na prática

Depois de levantar os dados, é hora de cruzá-los para encontrar oportunidades:



Local	População Infantil	Concorrência	Interesse Digital	Oportunidade
Bairro A	Alta	Alta	Média	Concorrido, mas consolidado
Bairro B	Média	Baixa	Alta	Alta demanda e pouca oferta
Bairro C	Baixa	Alta	Baixa	Pouco atrativo no momento
Bairro D	Alta	Média	Alta	Potencial para reposicionar ou lançar nova

Insight estratégico:

O Bairro D reúne alta densidade infantil, pouca concorrência e alto interesse digital. Pode ser um bom local para abrir uma unidade com foco em diferenciais valorizados pelas famílias (ex: tecnologia, bilinguismo, acolhimento).

Reposicionamento:

ajustando a oferta à demanda

Se a escola não vai expandir fisicamente, pode **reposicionar sua proposta pedagógica e comunicação** para se alinhar com os dados.

1

Famílias com filhos mais velhos?

Reforce seu Ensino Fundamental II.

2

Busca crescente por tempo integral?

Adapte a grade e a estrutura.

3

Interesse digital em metodologias ativas?

Torne isso central no discurso.

Ferramentas e recursos para o gestor

Você não precisa de um time de analistas para isso. Use ferramentas acessíveis:

- **IBGE Cidades** (dados demográficos)
- **Google Trends + Google Ads** (intenção de busca)
- **Mapa da Educação** (QEdu)
- **Geolocalização** com Google My Maps ou GeoPainel
- **Formulários de pesquisa** com famílias da sua escola atual



Afinal, onde estão as oportunidades?

Elas estão nos **dados bem cruzados, nos mapas bem analisados e nas perguntas bem feitas.**

Escolas que tomam decisões com base em inteligência de dados ganham vantagem competitiva, reduzem riscos e aumentam as chances de sucesso em seus movimentos de expansão ou reposicionamento.

Antes de abrir uma nova unidade, lançar um novo ciclo ou mudar sua comunicação, pergunte-se:

Minha decisão está sendo sustentada por dados reais ou por achismos?

O futuro da educação é digital, e sua escola está pronta para ser protagonista. Não espere que as famílias cheguem até você; vá ao encontro delas, com a mensagem certa, no lugar certo e no momento certo.

Próximo passo

Agora que você tem o conhecimento, é hora de agir! Comece a implementar essas estratégias hoje mesmo. Analise suas métricas, revise seu conteúdo e não hesite em buscar apoio especializado.



Como o Programa de Marketing da SM pode te ajudar?

Se você busca um parceiro experiente para desvendar as complexidades do marketing educacional e aplicar essas estratégias com maestria, a SM Educação em parceria com a Atena Educacional está aqui para guiar sua escola rumo ao sucesso digital. Entre em contato conosco e descubra como podemos impulsionar suas matrículas e fortalecer a sua marca no cenário educacional.



UM PROGRAMA **EXCLUSIVO PARA ESCOLAS:**



Produzido por:



Desenvolvido por: Atena Educacional | AG
Coordenação dos trabalhos: Carlos Ferrari
Produção de textos: Karina Lorena
Designer responsável: Thayná Felipe
www.atenaeducacional.com.br

**Somos uma
agência
especializada
no setor
educacional.**