



COMPORTAMENTO DAS FAMÍLIAS NA ESCOLHA DE UMA ESCOLA

O que os dados
revelam?

BLOGPOST

O comportamento das famílias na escolha de uma escola: o que os dados revelam?

Entender como as famílias escolhem uma escola vai muito além do preço ou da localização. Hoje iremos explorar dados de mercado e comportamento que revelam o que realmente pesa na decisão de matrícula. Use esses insights para fortalecer sua estratégia!

Afinal, por que compreender o comportamento das famílias é essencial?

Imagine uma família chegando à escola para a primeira visita. Eles foram impactados por um anúncio? Receberam indicação de um amigo? Buscaram no Google? Chegaram com dúvidas práticas ou com expectativas emocionais? Entender essas jornadas é hoje **um diferencial competitivo estratégico** para qualquer escola que deseja crescer de forma sustentável.

A decisão de matrícula envolve muito mais do que a análise racional de currículo, estrutura ou preço. Há um forte componente emocional, social e até digital nesse processo. **Gestores que conhecem esses fatores conseguem ajustar sua proposta, sua comunicação e seu atendimento com mais precisão** — e isso impacta diretamente na taxa de conversão.

O que os dados nos dizem sobre a decisão de matrícula

Estudos recentes apontam que:

- **76%** dos pais pesquisam online antes de visitar uma escola. Eles acessam sites, redes sociais, comentários no Google e páginas de terceiros.
- Indicação de outros pais é o **fator de maior confiança** na hora de considerar uma nova escola.
- Famílias valorizam acolhimento, proposta pedagógica clara e segurança emocional como os principais critérios de escolha, acima de recursos físicos ou tecnologia.
- O tempo médio entre o primeiro contato e a matrícula é de **7 a 15 dias**, e as chances de matrícula caem drasticamente se a escola demora a responder ou não mantém contato ativo.

Esses dados mostram que a experiência da família começa muito antes da visita presencial — e cada interação conta para gerar confiança.

Histórias que revelam mais do que números

Vamos imaginar duas famílias fictícias:

- **Família da Júlia:** mãe solo, pesquisou no Instagram, encontrou uma escola com conteúdo afetivo e educativo, fez o primeiro contato pelo direct. Foi acolhida com empatia, recebeu materiais informativos e agendou uma visita. Na escola, sentiu-se ouvida, a filha foi chamada pelo nome e ganharam uma lembrança simbólica. Matrícula feita no mesmo dia.
- **Família do Bernardo:** casal jovem, encontrou a escola pelo Google, preencheu um formulário de contato. Demoraram 4 dias para receber retorno. Na visita, ouviram muitos termos técnicos e poucos exemplos práticos. A escola não

perguntou sobre o perfil do filho. Ficaram com dúvidas e decidiram visitar outras instituições.

Essas histórias se repetem todos os dias — e reforçam que o comportamento da família é influenciado pela forma como ela é percebida, acolhida e conduzida durante todo o processo.

O que a sua escola pode fazer com esses dados?

1. **Mapeie os canais de entrada:** de onde vêm seus contatos? Como os pais chegam até você? Invista nos canais mais promissores e otimize a experiência nesses pontos.
2. **Capacite sua equipe para o atendimento estratégico:** quem recebe as famílias tem papel-chave. Um bom acolhimento pode ser mais decisivo que uma apresentação impecável.
3. **Alinhe comunicação e valores:** pais não querem apenas saber *o que* sua escola faz, mas *por que* e *como* faz. Histórias reais e depoimentos são mais persuasivos que folders técnicos.
4. **Acompanhe o ciclo do lead:** mantenha contato frequente com as famílias, mesmo após a visita. E-mails, mensagens e lembretes ajudam a manter a conexão e reforçar a confiança.

Conclusão: dados geram decisões, mas conexão gera matrícula

Entender o comportamento das famílias é parte de uma gestão escolar moderna, empática e orientada por dados. Mais do que oferecer uma boa estrutura, é preciso oferecer **uma experiência que traduza confiança, valores e propósito**.

Seja nas redes sociais, no atendimento ou no boca a boca, **a percepção da sua escola é construída em cada detalhe**. E é essa percepção que leva à matrícula.