

Sala de matrículas · Atendimento

NOVOS ALUNOS

Do primeiro contato à
matrícula em 8 etapas



O QUE VOCÊ VAI APRENDER

- Introdução: o atendimento é a porta de entrada

- 01 Coleta de dados — acolhimento e primeiro contato

- 02 Acolhimento e origem — entenda a motivação real

- 03 Sondagem consultiva — expectativas e dores reais

- 04 A visita — é hora do show! Personalize tudo

- 05 Ancoragem de valor — justifique antes do preço

- 06 Próximos passos — assuma o comando

- 07 Convite para vivência — crie oportunidades

- 08 Follow-up estratégico — mantenha o engajamento

- Frases para eliminar do seu vocabulário

- Resumo final — as 8 etapas do atendimento consultivo

O ATENDIMENTO É A PORTA DE ENTRADA DA ESCOLA

Por meio dele, pais e alunos têm a primeira impressão de qual será a qualidade do serviço prestado.

Portanto, é imprescindível que nessa etapa a escola esteja preparada para receber, com excelência, aqueles que serão os seus futuros alunos.

Um sorriso sincero, um atendimento personalizado e a capacidade de ouvir são ingredientes essenciais para conquistar um novo aluno. Às vezes, um simples gesto de gentileza, como oferecer um café acompanhado de uma boa escuta, pode fazer toda a diferença.

Afinal, venda transacional ou consultiva?

Venda Transacional

Foco: é apresentar as informações sobre os programas de ensino, horários e mensalidades, de forma rápida e direta.

Objetivo: fechar a matrícula o mais rápido possível, com base nas informações que a família já tem.

Venda Consultiva

Antes de falar sobre valores, entendemos a **motivação** e conectamos com o que a escola oferece.

Exemplo: "adoraria entender: o que é prioritário para você na formação do seu filho hoje? É o acolhimento socioemocional, ou talvez o contato com a natureza que nossa escola oferece?"

Não "vendemos" um produto, **vendemos um projeto de vida e um sonho**. Por isso, nosso trabalho deve ser cheio de **emoção**, de **sentido**, de **propósito**.



As Etapas do atendimento consultivo

- 1 Coleta de dados**

Seja receptivo, crie conexão imediata e colete as informações essenciais para iniciar o atendimento.
- 2 Acolhimento e Origem**

Entenda o contexto da família e a sua jornada. Procure compreender suas motivações profundas, o que ela busca e o que a fez chegar até a sua escola.
- 3 Sondagem Consultiva**

Descubra as reais expectativas e dores do aluno ou responsável por meio de perguntas estratégicas e escuta ativa.
- 4 A Visita**
(O Show)

Personalize o *tour* pela escola, conectando os diferenciais pedagógicos e a estrutura física diretamente às necessidades e interesses específicos daquela família.
- 5 Ancoragem de Valor**

Apresente os benefícios, os diferenciais e o projeto de vida que a escola oferece para justificar o investimento antes de falar de valores, superando objeções de preço logo na largada.
- 6 Próximos Passos**
(Proatividade)

Assuma o comando do processo de atendimento. Seja proativo e agende a próxima interação com senso de urgência.
- 7 Convite para Vivência**

Crie oportunidades e eventos experimentais para que a família sinta o ambiente, o carisma e a cultura viva da escola.
- 8 Follow-up Estratégico**

Mantenha um contato ativo e gere valor contínuo, mostrando-se presente sem parecer excessivo ou invasivo.

SEMPRE COM ACOLHIMENTO

O primeiro contato define o tom de toda a jornada. Antes de apresentar a escola, existe um passo fundamental: coletar os dados essenciais de forma acolhedora e profissional. Esse momento não é apenas burocrático, é uma oportunidade de criar conexão, demonstrar organização e transmitir confiança desde o primeiro instante.



Nome completo do responsável

Nome do responsável que está entrando em contato.



Nome do filho e data de nascimento

Nome e data de nascimento do(a) candidato(a).



Série desejada

Em qual série ou turma o aluno pretende ingressar.



Contato

WhatsApp e e-mail para envio de materiais.



A escola coleta dados cadastrais, mas não se aprofunda nas razões da mudança, nas expectativas da família em relação à escola, nas preocupações com a educação do filho, ou nos valores que buscam em uma instituição. Sem isso, a oferta da escola fica genérica.

Como iniciar o atendimento

EXEMPLO · MENSAGEM INICIAL VIA WHATSAPP

Bom dia! Meu nome é Clara e sou responsável pelo **atendimento** na **[Nome da Escola]**. Para que eu possa **ajudar você** da melhor forma, poderia me passar alguns dados?

- **Seu nome completo;**
- **nome e data de nascimento do seu filho (ou filha);**
- **série que ele (ou ela) pretende cursar.**

VOCÊ PRECISA COMPREENDER A MOTIVAÇÃO REAL

Procure compreender as motivações profundas da família, o que ela busca e o que a fez chegar até a sua escola. Só assim é possível construir uma apresentação que realmente conecte.

Antes de falar qualquer coisa sobre a escola, entenda: **o que trouxe essa família até aqui?**

Em vez de:

"Nossa escola é bilíngue, vai do infantil ao fundamental.
Que ano seu filho vai cursar?"

Prefira:

"Olá, bem-vindos! Para que eu possa te apresentar a melhor opção para a sua família, me conte um pouco mais. Qual é a principal razão pela qual vocês estão buscando uma nova escola neste momento? Quais são os três valores mais importantes que você espera encontrar em uma instituição de ensino?"

ESCOLA A — Atendimento genérico

- ✗ Apresenta tudo sem ouvir primeiro
- ✗ Foca em grades e horários
- ✗ Não identifica o contexto da família
- ✗ Revela o preço sem ancoragem

Percepção: mais uma escola qualquer

ESCOLA B — Atendimento consultivo

- ✓ Escuta antes de apresentar
- ✓ Entende o contexto e a jornada
- ✓ Conecta diferenciais à motivação
- ✓ Justifica o investimento com valor

Percepção: confiança, cuidado e excelência

PERGUNTAS QUE REVELAM TUDO

Descubra as reais expectativas e dores do aluno ou responsável por meio de perguntas **estratégicas e escuta ativa**. Essa etapa é o alicerce de todo o atendimento consultivo.

Perguntas que expressam curiosidade

- | | |
|---|--|
| ? | O que você acha mais importante sobre... (tópico da sondagem)? |
| ? | Quais são seus maiores desafios em relação a... (tópico da sondagem)? |
| ? | Se você pudesse mudar algo sobre... (tópico da sondagem), o que seria? |
| ? | O que você gostaria de saber mais sobre...(tópico da sondagem) |

Perguntas que permitem a família se expressar:

- | | |
|---|---|
| ? | Como foi a experiência do seu filho na escola anterior? |
| ? | O que você aprendeu com essa experiência? |
| ? | Como a (experiência) impactou o desenvolvimento do seu filho? |

A sondagem não é um interrogatório — é uma **conversa com propósito**. Quanto mais você ouve, mais precisamente você apresenta.



O QUE FAZER DEPOIS DE ENTENDER A FAMÍLIA?

Agora que você entende o que a família valoriza, é hora de apresentar a escola de forma personalizada. O grande erro é fazer uma apresentação genérica, como se fosse para qualquer família.

O QUE A FAMÍLIA DISSE

- Valoriza socioemocional
- Quer atividades criativas
- Filha adora robótica
- Busca ambiente
- acolhedor Transição de escola

CONECTE

Conecte o que acontece nas aulas da escola diretamente a essas necessidades.

APRESENTAÇÃO CERTA

- ✓ Circo → inteligência
- ✓ emocional Arte → criatividade
- ✓ e expressão Lab. robótica →
- ✓ interesse dela
- ✓ Psicopedagogia → transição
- Comunidade → acolhimento

Em vez de:

"Nós temos aulas de circo e artes."

Prefira:

"Entendo que para vocês o desenvolvimento emocional e a criatividade são fundamentais. Em nossa escola, usamos o circo e a arte como ferramentas para que os alunos aprendam a se expressar, trabalhar em equipe e a desenvolver a empatia. A disciplina de Competências Socioemocionais em nosso currículo fortalece a autoconfiança e a inteligência emocional dos estudantes, preparando-os para os desafios da vida."



É HORA DE MATRICULAR!

Apresente os benefícios, os diferenciais e o projeto de vida que a escola oferece para **justificar o investimento antes de falar de valores**, superando objeções de preço logo na largada.

Antes de falar sobre dinheiro, resgate os **pontos de interesse** identificados na sondagem. Isso justifica o porquê daquele valor.

Roteiro para ancoragem de valor

ROTEIRO RESGATE DOS PONTOS DE INTERESSE

"Com base no que conversamos, sei que a **[Nome da Criança]** tem interesse em **[Atividade]** e que para sua família é fundamental **[Ponto-chave da família, ex: ambiente acolhedor]**.

Para nós, é uma alegria saber que nossa proposta pedagógica, que inclui **[Diferencial]**, vai ao encontro do que vocês buscam."

ROTEIRO ANCORAGEM - EXEMPLO 1

"O investimento para a turma do **[Infantil 2]** é de **R\$ [Valor]** por mês. E para famílias que se matricularem neste mês, temos uma condição especial: uma bonificação de **[10%]** no valor da mensalidade, o que reduz o valor para **R\$ [Valor]**.

"Para facilitar, o valor da matrícula de **[Valor]** pode ser dividido em até **[4 vezes]**. O processo é bem simples e rápido. Nossas turmas tem poucas vagas.

ROTEIRO ANCORAGEM · EXEMPLO 2

"O investimento para a turma do **[Infantil 2]** em 2026 é de **R\$ [Valor]** por mês. E para famílias que se matricularem neste mês, temos uma condição especial: você paga o mesmo valor da mensalidade de 2025, o que reduz o valor para **R\$ [Valor]**. E ainda concorre a um sorteio do kit de uniformes que vai acontecer na próxima semana" ...

A família mencionou que a filha adora robótica e a família está se mudando de uma escola que não oferecia atividades extracurriculares

Sem ancoragem:

"Sei que você gostou da nossa metodologia. Nosso valor é R\$ 3.000, mas temos 10% de desconto."

Com ancoragem:

Entendo que a Maria tem um interesse genuíno por robótica e sua família busca um ambiente mais completo. O valor de R\$ 3.000 da mensalidade inclui o acesso ao nosso **laboratório de robótica de última geração** e ao programa de mentoria, que já ajudou nossos alunos a vencerem campeonatos nacionais. Além disso, nossa equipe de **suporte psicopedagógico** está pronta para garantir que a transição dela para a nova escola seja tranquila.

1

RESGATE

pontos da sondagem
("você disse que...")

2

CONECTE

diferenciais ao que
a família valoriza

3

APRESENTE

investimento com
condição especial

✓

MATRÍCULA!

proposta aceita com
o valor justificado

ASSUMA O COMANDO DO PROCESSO

Seja proativo e agende a próxima interação com senso de urgência. Quem assume o próximo passo é você, não a família.

Se você quer fechar a matrícula, **seja você o dono do próximo passo — sempre.** Enquanto você espera, a concorrência está agindo.

Agendamento com urgência

ROTEIRO · REFORÇO DE URGÊNCIA

"Essas são condições especiais para matrículas efetivadas ainda em **setembro**. Para que você não perca a vaga e o benefício, podemos agendar para **amanhã**, [dia X], um contato para tirar qualquer última dúvida? Que horário seria melhor para você?"

Frases para retirar do seu vocabulário

Aguardo o seu retorno:

Não deixe a responsabilidade do retorno na mão da família, seja uma ligação, uma mensagem. Proponha quando vai ser o próximo encontro.

Fico à disposição:

Retire essa frase do seu processo de atendimento porque ela mostra que quem deve procurar você é a família e não o contrário, se você quer fechar a matrícula seja você o dono do próximo passo.

ROTEIRO · PRÓXIMO PASSO

"Para garantir que vocês tenham todas as informações necessárias, eu mesmo entrarei em contato com vocês na próxima quarta-feira para conversarmos. Fico feliz em poder acompanhar este processo com a família de vocês."



DEIXE A FAMÍLIA SENTIR A ESCOLA

Crie oportunidades e eventos experimentais para que a família sinta o ambiente, o carisma e a **cultura viva da escola**. Quando a família vive a experiência, a decisão fica muito mais fácil.

Se a família não puder fechar no momento, use um evento como "gancho" para mantê-la engajada e presente.

Convite para eventos

EXEMPLO · CONVITE PÓS-VISITA

"Também gostaria de te convidar para o nosso evento de **[Nome do Evento]** no próximo sábado. É uma ótima oportunidade para o(a) **[Nome da Criança]** interagir com os futuros colegas e para vocês conhecerem outros pais."



MANTENHA O ENGAJAMENTO

O follow-up estratégico é a condução acolhedora e estruturada do relacionamento com as famílias. Ele serve para guiar os pais pela jornada de decisão, eliminar incertezas e manter a escola viva na mente deles, sem parecer invasivo.

Se a família não puder fechar no momento, use um evento como "gancho" para mantê-la engajada e presente.

Script pós-visita - Entre o 3º e 5º dia

ROTEIRO · MENSAGEM DE FOLLOW-UP

Olá, **[Nome do Pai/Mãe]**! Tudo bem?

Foi um prazer receber vocês aqui na **[Nome da Escola]** e conversar sobre o futuro do(a) **[Nome do Filho(a)]**.

Sei que escolher a nova escola é um momento importante, por isso preparei um resumo rápido dos pontos centrais que conversamos na visita e que sei que são a prioridade de vocês:

- **Proposta Pedagógica:** Nosso foco em **[Ponto-chave, ex: autonomia]**, que vai ajudar o(a) **[Nome do Filho(a)]** a desenvolver **[Benefício, ex: o pensamento crítico]**.
- **Diferencial:** O programa de **[Atividade, ex: Robótica/Esportes]**, que ele(a) adorou conhecer.
- **Acolhimento:** Toda a nossa estrutura de transição para garantir que ele(a) se sinta em casa logo nos primeiros dias.

Também estou anexando o nosso folder digital com os detalhes da grade curricular para vocês reverem com calma.

Como ficou o coração de vocês depois de conhecerem nosso espaço? Conseguiram conversar em casa sobre os próximos passos?



Fechamento

ROTEIRO · MENSAGEM DE FOLLOW-UP

Vamos agendar um café aqui na escola esta semana? Assim você conhece **nossa proposta na prática** e conversamos pessoalmente sobre como podemos viabilizar sua participação **em nossa comunidade**.



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:**

