AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: A ESCOLA CHAMADA "MAIS EDUCAÇÃO" É UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PRIVADO QUE OFERECE O ENSINO INFANTIL E ENSINO FUNDAMENTAL, DO NÍVEL 1 AO 9º ANO.

AUTOR: DANIEL CANDIOTO

A instituição em questão já está no mercado com quatro unidades educacionais, mas enfrentando desafios para continuar crescendo e alocando recursos para investimentos estruturais, devido às concorrências. Matricular mais alunos é a grande questão do momento, pois a competitividade local é forte.

O processo de "venda educativa" em um espaço onde a situação financeira geralmente é desafiadora para grande parte da sociedade, onde todos buscam economizar recurso, onde a educação pública já é oferecida pelo Estado, Município ou União, que também são concorrentes em potencial, realmente demanda projetos diferenciados em todos os aspectos.

Criar meios atrativos para aumentar o número de matrícula é o grande desafio do gestor. E neste aspecto, as habilidades administrativas serão colocadas a prova. As boas práticas do gestor e equipe fará toda a diferença neste momento. Crescimento é o foco, portanto o momento demanda pensar estrategicamente e em conjunto.

Para uma empresa manter se competitiva no mercado a mesma deve abordar a estratégia de análise contínua de mercados em geral, mas também dos concorrentes, sempre pronto a inovar e adaptar a oferta de valor para atender as necessidades dos clientes. Isto precisa ser um processo dinâmico dentro de qualquer organização, pois envolve aprendizado estratégico, implementação prática, adaptativa e flexível.

Para uma empresa que quer garantir crescimento e competitividade é imprescindível identificar o nicho de mercado, garantir um atendimento personalizado, uma gestão financeira rigorosa, marketing direcionado, inovação constante, pois as tendências atuais exigem muita competência mercadológica. O mundo do comércio atrativo está sempre em competitividade máxima, competitividade por integração de tecnologias digitais, sustentabilidade, responsabilidade social, personalização da experiência do cliente etc. Então é prudente ter um olhar diferenciado e aprofundado nas novas demandas, nas novas necessidades do mercado local e atual, fazendo uma análise aprofundada dos novos perfis socioeconômicos, socioeducativos e sociocultural relativo às demandas estudantis, para a partir desta análise traçar planos emergentes e futuros.

Será o momento de usar a arte de guerra: planejar, fazer e agir. Planejar estrategicamente, fazer o melhor e agir conjuntamente.

Análise aprofundada do mercado, definir o que se quer e onde se, quer chegar, estabelecer debates com a equipe, relacionar fenômenos históricos de sucesso ou fracasso na educação tirando lições dos mesmos, definir com clareza os alvos a ser alcançados os objetivos a serem construídos, as ações a serem executadas.

No planejamento estratégico o foco deve estar em promover a diferenciação da instituição no mercado estudantil. Criar uma proposta de valor mostrando suas qualidades que sejam superiores a das demais instituições de ensino, oferecendo serviços diferenciados e exclusivos.

A escola precisa construir uma excelente imagem perante a sociedade, ou seja, uma imagem pública respeitável, e isto não ocorre momentaneamente, mas sim com estratégias de pequeno, médio e longo prazo.

Investir em variados meios de divulgação, quer seja rádio, TV, panfletagem, propaganda boca a boca, mas as ferramentas da internet tais como WhatsApp, Facebook, Instagram, twitter etc., devem de forma aprimorada, com informações atualizadas mostrar as vantagens de estudar na Escola Mais Educação do Grupo XBr. Constantemente apresentar novidade que vão de encontro as necessidades da comunidade, sempre destacando o nome da Instituição, com feedback ágil e verdadeiro que surpreenda os potenciais clientes.

É de extrema importância a criação de marketing que destaca impactos positivos das práticas sustentáveis, das práticas atuais, e que a empresa oferece produtos diferenciados e inovadores, produtos que empreende o ser humano para o futuro com grandes chances de crescimento pessoal. Assim despertará interesse de pessoas que sonham alto. As metas devem ser claras e verdadeiras onde a comunidade vivencia isto. A empresa precisa de entender o público. Quando necessário fazer mudanças estratégicas e informar o público.

Promover eventos diversos e aberto com a comunidade é de fundamental importância, pois proporcionará a entrada dos pais e alunos no ambiente em que os estudantes passarão parte de suas vidas e percebam que é seguro estar e estudar ali com pessoas altamente preparadas para apresentar um conhecimento adequado a seus filhos.

A oferta de benefícios financeiros também atrai a comunidade. Pode ser mediante programa de bolsa de estudo em parceria com a Instituição X, por meio de sorteios, ou outra forma programada. Desconto em percentuais para pagamento trimestral ou semestral à vista, ou pagamento até a data do vencimento com X por cento de desconto, ou outros meios. A comunidade deve perceber a oferta de uma educação com valores acessíveis, mas de qualidade.

O investimento em mão de obra qualificada e bem renumerada é crucial para aprimorar a qualidade do ensino, o bom desenvolvimento do aluno e dar visibilidade a instituição.

Já defendido por dezenas de escritores, pensadores e especialistas da área educativa que os professores desempenham um papel fundamental na formação de novas gerações, compartilhando conhecimentos, habilidades e valores que influenciam o futuro da sociedade. Portanto, a valorização profissional dos mesmos requer vários requisitos tais como: bom acolhimento, formação continuada, melhorias estruturais do ambiente, bem-estar emocional, comunicação efetiva entre os pares, apoio pedagógico irrestrito, etc., mas a remuneração financeira deve ser atrativa, porque se a mesma não for atrativa, não estiver a contento pela importância da profissão, os melhores talentos na área procurarão ofertas mais vantajosas em outros ramos de trabalho deixando a demanda na educação em risco de não captar profissionais adequados.

A formação do professor faz toda a diferença em uma escola, pois o mesmo trará conteúdos programáticos de qualidade e diferenciado, apresentará habilidades de verbalização, de ensino, tecnológico, de pesquisa, capacidade de interação social, desenvoltura na prática pedagógica, sabedoria avaliativa e adaptativa, e nunca estará trabalhando sozinho, pois busca engajamento com toda a equipe escolar. É importante frisar que o bom professor sempre busca se qualificar, aprimorando seus conhecimentos com formações continuadas e sempre ansiando novas práticas e novas tecnologias.

A capacitação melhora a qualidade dos conteúdos ministrados, proporcionando ao educador formas e conhecimentos mais eficazes e acima de tudo atualizadas.

Uma formação continuada de qualidade do professor e demais envolvidos no ensino aprendizagem, faz com que eles se tornem mais valorizados, incentivando-os a estarem mais

engajados, e esse processo o tornará mais produtivo no mercado de trabalho. Isto de forma líquida e certa impactará no aprendizado do aluno, pois novas experiências serão apresentadas constantemente.

Muitos desafios estão diante de uma instituição de ensino e os professores são molas mestras para propor soluções inovadoras para problemas complexos da aprendizagem, de comportamento, de relacionamento, familiar etc., pois eles estão em contato direto com os alunos e passam a conhecer os problemas de forma pormenorizados e, portanto, podendo propor soluções para eles.

Esse conhecimento individualizado do professor/aluno, com feedback constante entre eles, proporciona ao aluno segurança, e isto estimula o aprendizado e torna o aluno mais envolvido.

Então, o investimento em qualificação profissional em uma instituição de ensino beneficia os educadores, os alunos e a comunidade e tem um impacto relevante e direto na qualidade de todo ensino.

A liderança proporciona encorajamento de seus colaboradores a uma cultura de abertura, buscando feedback e ideias de todos os níveis da organização. A liderança precisa de ser inspiradora e inspirar, motivar, melhorar e treinar a equipe para corresponder com os anseios da comunidade e alcançar objetivos comuns necessários para que a empresa se mantenha competitiva e aumente o número de clientes. Portanto, monitorar continuamente o macroambiente, incluindo fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais é de suma importância para qualquer empreendimento.