



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#Full Sail Brazil Community

A Importância do Pós-Venda no Marketing Educacional: O Relacionamento Começa Após a Matrícula

No marketing educacional, muito se fala sobre captação. Estratégias para atrair leads, converter em matrículas, impulsionar campanhas. Mas, com o tempo, percebi que a verdadeira construção de valor começa depois da matrícula. É no relacionamento pós-venda que consolidamos a experiência do aluno, fidelizamos famílias e transformamos estudantes em promotores espontâneos da marca. Um estudo da Bain & Company (Reichheld & Sasser, 1990) mostra que aumentar a retenção de clientes em apenas 5% pode gerar um crescimento de lucro de até 95%. No mercado educacional, isso se traduz em permanência, confiança e reputação de longo prazo.

Quando um aluno entra em uma instituição, ele não compra apenas um curso — ele compra uma experiência. E essa experiência precisa ser pensada com a mesma intencionalidade do marketing de captação. Atendimen-

to humanizado, comunicação clara, canais abertos para escuta, eventos de integração, reconhecimento de desempenho, programas de apoio emocional e acadêmico: tudo isso faz parte de uma jornada que impacta diretamente a percepção de valor. Segundo Kotler e Fox (1995), o marketing educacional bem-sucedido não termina com a matrícula, mas se estende por todo o ciclo de vida do aluno, criando uma conexão contínua e emocional com a instituição.

Na prática, já acompanhei instituições que conseguiram reduzir drasticamente seus índices de evasão apenas ao investir em ações simples, como acompanhamento personalizado no primeiro semestre ou encontros de boas-vindas com diretores e coordenadores. Já vi também o efeito positivo de programas que envolvem os pais em atividades institucionais, fortalecendo o vínculo com a escola. Tudo isso gera não só retenção, mas também uma base de famílias e alunos satisfeitos, que indicam espontaneamente a instituição a outros.

O que aprendi, ao longo da minha trajetória — especialmente trabalhando com projetos de impacto internacional como os da Full Sail University — é que o sucesso da instituição está diretamente ligado à forma como ela cuida das pessoas que escolhem estar ali. O marketing pós-venda é, acima de tudo, um exercício de presença. De mostrar, a cada etapa, que a escolha feita pela família e pelo aluno foi a certa.

Se você trabalha com educação, convido você a olhar com mais atenção para o pós-venda. A jornada de encantamento começa depois da matrícula — e é ela que sustenta, de verdade, o crescimento saudável e duradouro de qualquer instituição.

(* - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, provendo constantes debates sobre como o binômico criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto)

Mulheres na medicina: os desafios invisíveis atrás do jaleco

Mesmo sendo maioria na medicina, mulheres ainda enfrentam preconceitos sutis, cobranças desiguais e barreiras à liderança

Apesar das mulheres já representarem 50,9% dos médicos no Brasil, de acordo com o relatório Demografia Médica no Brasil 2025 do Ministério da Saúde, FMUSP e AMB, ainda enfrentam desigualdade salarial, baixa presença em liderança e especialidades cirúrgicas. Esse cenário revela barreiras invisíveis, muitas vezes sutis, que limitam o pleno reconhecimento e ascensão profissional das médicas.

Dra. Clarice Abreu, cirurgiã plástica e craniomaxilofacial, fez escolhas difíceis para construir sua carreira. “Minha trajetória foi feita de escolhas corajosas. Entrei em uma sala de cirurgia sabendo que nem sempre eu seria levada a sério de primeira, mas sempre acreditei que o que me faltava em espaço, eu conquistaria com dedicação e consistência. Como mulher, precisei me acostumar a ser uma das únicas. Mas com o tempo, transformei essa solidão em força. E hoje, olho para trás com orgulho por ter seguido mesmo quando tudo parecia mais difícil.”

Nesse ambiente de alta exigência, ela enfrentou ainda mais cobrança sobre a performance. “Sim, muitas vezes. Senti que meu erro era um ‘fracasso feminino’, enquanto o erro do colega era apenas humano. O peso da prova recaía mais sobre mim: precisava ser impecável, porque sabia que uma falha não seria atribuída ao acaso, mas à minha condição de mulher. Isso me exigiu mais energia, mas também me tornou mais resiliente. E com o tempo, percebi que o reconhecimento vem, mais lento, sim, mas vem com raízes mais profundas.”

Esses desafios nem sempre estão explicitados em livros ou estatísticas, mas se manifestam em olhares e atitudes. Dra. Clarice



descreve: “Muitos dos desafios que enfrentei não estavam nos livros. Eram sutis, silenciosos, o olhar de dúvida, a expectativa de que eu fosse menos resistente à pressão ou emocional demais para decisões difíceis. Às vezes, era a dificuldade de ter minha voz ouvida em discussões técnicas, em congressos. Mas também enfrentei decisões duras fora do hospital, como equilibrar maternidade com sobreavisos, viagens e especializações. O desafio maior, talvez, tenha sido nunca me deixar convencer de que eu deveria escolher entre ser mulher e ser excelente.”

A presença de mulheres em papéis de destaque cumpre um papel transformador. Dra. Clarice reflete: “Quando uma de nós chega lá, abre-se uma porta que parecia trancada. Não quero que as jovens médicas se sintam sozinhas como eu me senti no início. Quero ser

representa força transformadora. “A mulher médica carrega uma escuta sensível, um olhar atento ao invisível. Em áreas como a cirurgia plástica pediátrica ou reconstrutora, isso faz toda a diferença. A técnica é essencial, mas a empatia transforma. Nós temos uma intuição de acolher não só o paciente, mas a família, os medos, as dores não ditas. E isso é uma força, não uma fraqueza.”

Mas para que essa revolução se consolide, ela defende mudanças concretas nas instituições. “Gostaria de ver estruturas que compreendessem a realidade da mulher médica, especialmente a maternidade (e a licença maternidade). Que a gestação não fosse vista como uma fraqueza ou

um problema logístico, mas como parte da vida da profissional. Que a liderança feminina fosse incentivada com políticas reais, e não apenas com discursos. E que as escolas médicas formassem líderes com consciência de gênero desde cedo.”

Por fim, ela deixa uma mensagem de incentivo e inspiração: “O medo vai estar presente, mas ele não precisa ser um freio, pode ser um motor. Confie no seu valor, mesmo quando ninguém validar. Procure referências, mentoras, apoie-se em outras mulheres. Não aceite a narrativa de que você precisa escolher entre ser forte ou ser sensível, você pode ser as duas coisas. A técnica se aprende, a coragem se constrói. E você não está sozinha.”

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL 33º Subdistrito - Alto da Mooca

ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: HENRIQUE MACHADO BOTELHO, estado civil solteiro, filho de Amadeu José Botelho e de Janice Maria Machado, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: ISABELA DE ARAUJO DAMIATI, estado civil solteira, filha de Carlos Alberto Tojeiro Damiati e de Maria Augusta Maia de Araujo Damiati, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: GERALDO GOMES DA SILVA, estado civil solteiro, filho de Júlio Gomes da Silva e de Maria Jose Correia Gomes, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: MARIA JOSÉ DA SILVA, estado civil solteira, filha de Jose Cicero da Silva e de Bernardina das Virgens da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Láviro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/071A-686F-8971-3234> ou vá até o site <https://assinaturas.certisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 071A-686F-8971-3234



Hash do Documento

DF0C4564FAE07DA86066AF7C006C3C2E889B886F6EBD07257CFD2D6015969202

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 17/07/2025 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 17/07/2025 19:58 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

