



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity



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 binômio 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 cranio-maxilofacial, 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.”

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 vencer de que eu deveria escolher entre ser mulher e ser excelente.”

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.”

Dra. Clarice alerta que, mesmo hoje, a liderança



feminina em centros cirúrgicos ainda é questionada: “A autoridade feminina ainda é testada com mais frequência, e a liderança da mulher muitas vezes precisa ser doce, mas firme, algo que nem todos sabem aceitar. Em algumas mesas cirúrgicas, ainda há um incômodo silencioso quando a decisão final vem de uma mulher. Mas acredito que o espaço está sendo conquistado, cirurgia por cirurgia, exemplo por exemplo.”

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

um exemplo para as minhas residentes e alunas, para que elas vejam que é possível, sim, ser mulher, mãe, líder e cirurgiã de alta complexidade. Uma função não anula a outra.”

Embora a feminização da medicina esteja em evidência, ela reforça que ainda há um longo caminho até a igualdade real. “Avançamos, mas ainda não o suficiente. A presença feminina cresceu, mas a escuta verdadeira ainda é desigual. Temos mais médicas nas residências, mas ainda poucas em posições de liderança e decisão. O caminho está sendo trilhado, com coragem, com esforço coletivo, mas ainda precisamos transformar estruturas, não só estatísticas.”

No atendimento, a participação feminina

representa força transformadora. “A mulher médica carrega uma escuta sensível, um olhar atento ao invisível. Em áreas como a cirurgia plástica pediátrica ou re-construtora, 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 Jose 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 Damiaty e de Maria Augusta Maia de Araujo Damiaty, 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 Cícero 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. Lavro 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

