



Você sabe o que é CAC?

Métricas financeiras: Entenda a importância do Custo de Aquisição de Clientes na gestão escolar

As métricas financeiras são fundamentais para qualquer negócio, inclusive para escolas. Uma das métricas mais importantes é o **CAC (Custo de Aquisição de Clientes)**, que mede o valor que a escola gasta para adquirir um novo aluno.

O que é o CAC?

O CAC (Custo de Aquisição de Clientes) é uma métrica importante porque ajuda a escola a entender o retorno sobre o investimento em marketing e vendas. Se o CAC for alto, significa que a escola está gastando muito dinheiro para adquirir novos alunos e pode estar tendo dificuldades em reter os alunos existentes. Por outro lado, se o CAC for baixo, significa que a escola está gastando menos dinheiro para adquirir novos alunos e pode estar tendo sucesso em reter os alunos existentes.

Mas como calcular seu CAC?

Para calcular o CAC, é preciso somar todos os custos relacionados à aquisição de clientes, como marketing, vendas, salários dos funcionários envolvidos, entre outros, e dividir pelo número de novos alunos adquiridos no período. Por exemplo:

Suponha que uma escola tenha investido R\$ 10.000,00 em campanhas de marketing e vendas, além de R\$ 5.000,00 em salários de funcionários envolvidos na captação de novos alunos. Durante o período analisado, a escola adquiriu 50 novos alunos.

Para calcular o CAC, é necessário somar todos os custos relacionados à aquisição de clientes: R\$ 10.000,00 (investimento em marketing) + R\$ 5.000,00 (salários dos funcionários) = R\$ 15.000,00. Em seguida, dividir esse valor pelo número de novos alunos adquiridos: $R\$ 15.000,00 \div 50 = R\$ 300,00$.

Portanto, o Custo de Aquisição de Clientes (CAC) da escola é de R\$ 300,00 por aluno adquirido durante o período analisado.

O que devo saber antes de aplicar essa métrica?

É importante lembrar que o CAC não deve ser analisado isoladamente, mas sim em conjunto com outras métricas financeiras, como o LTV (Lifetime Value) e o ROI (Return on Investment).

O LTV mede o valor que um aluno traz para a escola durante todo o período em que estuda nela. Já o ROI mede o retorno sobre o investimento em marketing e vendas. Quando o CAC é alto, mas o LTV também é alto, significa que a escola está investindo em alunos que trarão um retorno financeiro maior a longo prazo. Quando o CAC é alto e o LTV é baixo, significa que a escola está investindo em alunos que não trarão um retorno financeiro significativo.

Para gerenciar as métricas financeiras de forma eficaz, é importante ter um sistema de gestão financeira escolar que permita monitorar as métricas em tempo real e tomar decisões estratégicas com base nos dados.

Gostou e quer saber mais?

Se você quer dominar a gestão financeira escolar e aprender mais sobre as métricas essenciais, baixe nosso eBook: "Domine a Gestão Financeira Escolar: Métricas Essenciais". Com ele, você terá acesso a informações valiosas que ajudarão a sua escola a crescer de forma sustentável. Não perca essa oportunidade!

Ref: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/o-que-e-custo-de-aquisicao-de-clientes/>