# PROCESSO DE REESTRUTURAÇÃO DO COLÉGIO CATOLICO SFA

O colégio está localizado no interior de São Paulo, tem 23 anos de existência. Atende alunos desde a Educação infantil a 9° ano, que são crianças a partir dos 2 a 14 anos

Trabalham com a Pedagogia Amigoniana socio construtivo e interação social. O colégio aplica o conhecimento junto com valores, cultura de paz e a família.

O colégio possui um prédio bem estruturado com 3 andares com várias salas, 1 biblioteca, 2 espaços de brinquedoteca,1 auditório, 2 espaços de cantinas, 2 quadras, cerca de 20 salas de aulas, o local é espaçoso com estrutura excelente, apresenta banheiros, rampas e elevador pensando na boa acessibilidade.

### Objetivos e metas

Após a pandemia em 2019 o número de alunos inscritos teve uma queda muito brusca, pois muitas famílias perderam o emprego neste período e tiveram que cortar custos.

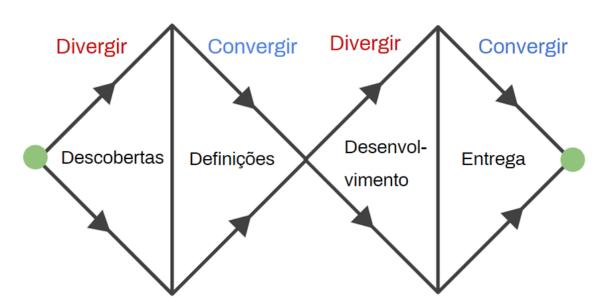
No início de 2019 atendia cerca de 450 alunos e atualmente o número chega a 295 matriculados.

O objetivo principal do colégio é buscar ser reconhecido e captar novos alunos.

# A estratégia

Foi adotada a metodologia do Design Thinking para conseguir descrever o processo criativo utilizado para auxiliar desde a determinação do problema principal até a viabilização da solução.

Foi utilizado o diagrama do Duplo Diamante, que auxilia na ideia da materialização de desafios complexos em soluções tangíveis. A utilização do ciclo de convergências e divergências ajudou na determinação dos principais focos a serem implementados,



Dessa forma, as seções descritas a seguir irão refletir as descobertas encontradas nas etapas do Design Thinking, destacando somente os aspectos relevantes de cada uma delas.

#### **Descoberta**

Para conseguir obter ideias sobre a situação do colégio, foram utilizadas algumas abordagens na etapa de **imersão** 

- 1. Pesquisa de Campo: Foi feita algumas abordagens em pontos estratégicos pela cidade (supermercados e praça da cidade), para verificar quais colégios particulares eram conhecidos a partir de uma lista.
- E qual era a probabilidade de matricularem os filhos no colégio SFA.
- 2. Abordagem de Observação: Foi feito um levantamento de alguns feedbacks de pais que acabaram fazendo o descontrato com o colégio. Através de um formulário de desligamento do colégio, verificou-se que um dos maiores motivos para não prosseguir, foi o valor da mensalidade que estava muito caro.
- 3. Abordagem de Empatia: Foi feito uma pesquisa utilizando a estratégia cliente oculto. Uma pessoa se passava por uma mãe para verificar valores de mensalidade, material, estrutura e diferencial que outros colégios ofereciam.

Dentre essas abordagens, foram captados alguns fatores interessantes, como:

- A maioria das pessoas n\u00e3o sabiam da exist\u00e9ncia ou achava que o col\u00e9gio n\u00e3o existia mais.
- A maioria das pessoas optaram pela escolha de outros colégios pois trazem diferencial como: horário integral, aulas diferenciadas como inglês e aulas de dança em sua grade curricular.
- Outros não gostavam da ideia de colocar o filho em uma escola católica.

Após anotar algumas outras descobertas, as mesmas foram categorizadas e organizadas de forma a auxiliar a definição do desafio principal a ser tratado, discutido na seção a seguir.

## Definição

Durante a fase de **análise e síntese**, as observações definidas na etapa de **imersão** foram materializadas em problemas mais específicos e direcionados, e categorizados de acordo com o escopo determinado:

- Negócios Problemas relacionados aos serviços da loja e os respectivos feedbacks dos clientes
  - "Como fidelizar os clientes de maneira a assegurar nas renovações de matricula e rematrícula?"
  - "O que trazer de diferencial para o colégio?"
- 2. **Soluções tecnológicas** Problemas relacionados à formas de impulsionar a visibilidade do colégio de novas tecnologias
  - "Como tornar o colégio mais famoso?"
  - "Como divulgar o colégio pelos bairros próximos e dentro da cidade?"
- 3. **Infraestrutura** Problemas relacionados à infraestrutura interna e externa do Colégio.
  - "Como tornar o colégio mais chamativa para atrair atenção?"
  - "Como trazer mais melhorias para o espaço?"

A partir das discussões obtidas de cada uma das categorias, foi determinado o escopo principal do desafio a ser definido, focado em fidelizar novamente os clientes:

#### **Desenvolvimento**

Durante a fase de **ideação**, foi elaborado um **Brainstorm** com a equipe de marketing junto com a diretoria do colégio refletindo nos principais pontos de melhoria para o negócio, soluções tecnológicas e Infraestrutura.

Após os participantes trazerem principais pontos, as soluções mais votadas foram:

- 1. Descontos para quem já é aluno
- 2. Aulas diferenciadas para ser um atrativo
- 3. Reforma de alguns espaços
- 4. Estar mais presentes nas redes socias

Foi dado um consenso geral de que a melhoria na estruturação de alguns pontos poderia acarretar em um ambiente mais agradável, atrativo e aprimorando a

experiência geral. Assim gerando novos leads e clientes mais fiéis a médio e longo prazo. Dessa forma, foi decidido fazer:

- Desconto para o cliente que for fazer rematrícula do filho,
- Trazer aulas diferenciadas para os alunos,
- Fazer pequenas melhorias em alguns espaços do Colégio
- Estar ativos nas redes socias.

## **Entrega**

Durante a etapa de **prototipação**, foi necessário validar se a solução proposta conseguiria atender às expectativas da diretoria definidas. Dessa forma, foi conduzida uma etapa de prototipagem e testes, de modo a analisar diferentes preferencias de materiais, artes padrões e orçamentos.

#### Após analisarem

- 1. Fizeram desconto de 15% das mensalidades para alunos que matricularem na escola. Dentro do período estimado de rematrícula
- 2. Trouxeram aulas de inglês, aula de empreendedorismos, Jazz, Ballet, expressão corporal
- 3. Pintura nova na faixada do Colégio com o logo atualizado e reformaram a sala de laboratório.
- 4. Reformularam os perfis nas redes socias do Colégio, gerando conteúdos atrativos e trazendo mais visibilidade, E investindo em trafico pago.

# Evolução

Após a entrega da solução, foi notado uma melhora durante algum tempo. E diversas mudanças foram notadas, como:

- Maior número de telefonemas e mensagens de pessoa interessadas no Colégio, querendo mais informações.
- Retorno positivo dos pais com relação ao desconto ofertado na rematrícula.

- Feedback positivos dos pais em relação a nova grade de aulas.
- Numero de seguidores aumentando e interagindo nas redes socias do colégio.

Dessa forma, para manter a qualidade dos serviços e da reputação do Colégio foram implementadas avaliação de maneira qualitativa e quantitativa.

Será entregue para todos os pais em reunião, um formulário com perguntas rápidas e objetivas para que avaliem o Colégio. A fim de identificar a satisfação ou insatisfação de serviços.

# Considerações Finais

Através da identificação dos problemas e definições das soluções houve grande uma diferença significativa após a aplicação das melhorias.

E através dos feedbacks contínuos são gerados insights que será analisado para possíveis mudanças futuras.

Com maior visibilidade, empresas estão entrando em contato com a diretoria do Colégio propondo possíveis parcerias.