

frog

Inteligência e Soluções
em mídias digitais

Membro internacional da WOMMA, Associação Mundial do Marketing Boca-a-Boca, desde 2009.
Primeira agência latino-americana a ganhar o Wommy Awards, oscar das redes sociais.



Snapshot[®]

O PRIMEIRO PASSO PARA UMA COMUNICAÇÃO
EFICAZ NAS REDES SOCIAIS





Snapshot[®]

O QUE É?

SNAPSHOT É UM RETRATO DE COMO O PÚBLICO SE RELACIONA COM A SUA MARCA NAS REDES SOCIAIS.

RESULTADO DA ANÁLISE DE MENÇÕES E DE ESTUDOS COMPORTAMENTAIS, O SNAPSHOT PERMITE QUE O SEU NEGÓCIO ATUE NAS REDES SOCIAIS DE FORMA ESTRUTURADA E INTELIGENTE, SABENDO QUE RUMOS TOMAR, COMO E PARA QUEM O PLANEJAMENTO E ESFORÇO DE COMUNICAÇÃO DEVERÁ SE FOCAR.

Metodologia

Perfil, Cenário e Discussões

Esse snapshot é dividido em três fases:

Refinamento do Perfil Detalhamento dos hábitos e comportamento online do perfil médio de aluno do Ibmec Online.

Cenário Aprofundamento nos espaços e nas tecnologias que fazem parte do perfil médio do aluno.

Discussões Análise do discurso de alunos e de potenciais alunos sobre a modalidade de curso EAD nos ambientes online desse público.



Refinamento do Perfil

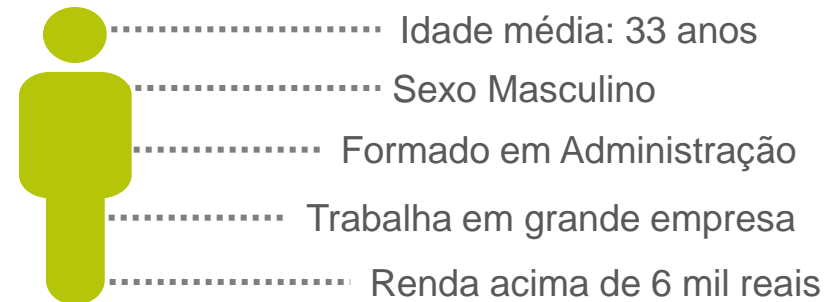
Objetivos

Filtros e Definições

Considerando o perfil médio de um aluno da Ibmec, vamos utilizar essa primeira parte do snapshot para filtrar mais informações sobre esse grupo.

O objetivo é unir mais características desse grupo para definir e confirmar o comportamento online e o uso de tecnologias desse grupo.

Perfil Médio do Aluno Ibmec



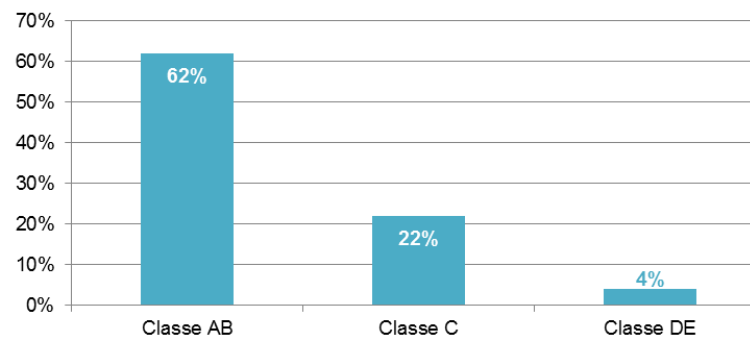
Uso de Internet Diário e em alta velocidade

- Considerando instrução, faixa etária e classe social podemos ver o uso diário da internet.
- A classe social mais alta investe para adquirir a internet banda larga no domicílio

92% com ensino superior
60% entre 25 a 34 anos
77% da classe AB
**acessam internet
diariamente**

F/Radar – Datafolha Agosto 2011
Margem de erro de 2 p.p. e 95% de confiança

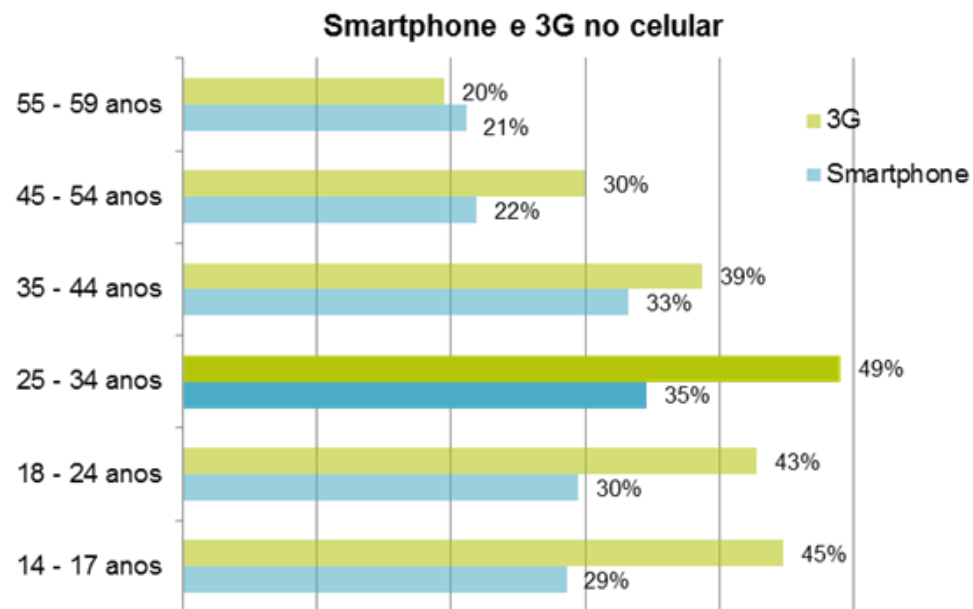
Uso de Internet Banda Larga em Domicílio



F/Radar - Datafolha Abril 2011
Margem de erro de 2 p.p. e 95% de confiança

Uso de Internet Conexão via 3G

- A faixa etária entre 25 e 34 anos é a com maior penetração da internet 3G no Brasil, com 49%. *PontoMobil 2011*
- O tablet é destaque com 40% do tráfego de internet via não-computadores no país. A média da América Latina é de 27%. *ComScore Dezembro 2011*
- 90,6% dos tablets do país são iPad. *ComScore Janeiro 2012*



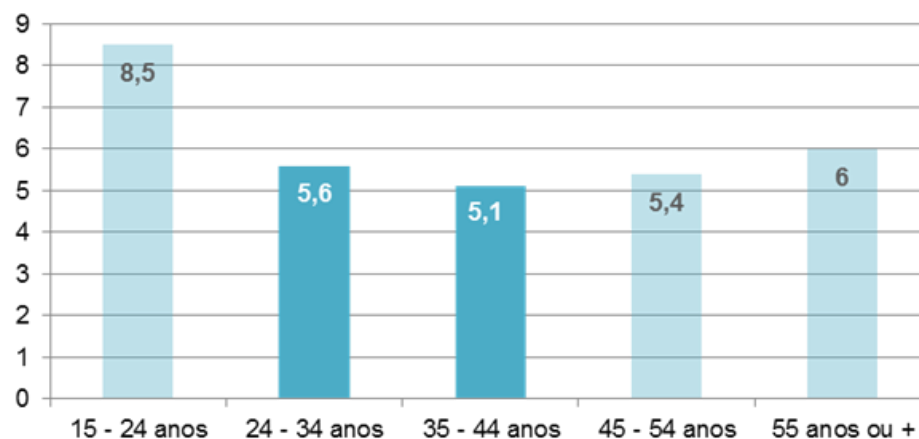
PontoMobi 2011
100% de possuidores de celular de centro urbanos das classes ABC

Uso de Redes Sociais

Em crescimento, porém ainda baixo

- O uso de redes sociais pela faixa etária entre 25 e 34 anos teve um aumento de 64% entre 2010 e 2011. A média de crescimento total no mesmo período foi de 59%. *Comscore Dezembro 2011*
- O grupo avaliado ainda não dedica tanto tempo às redes sociais quanto os dois extremos: os mais jovens e os mais velhos.

Média de Horas em Redes Sociais por semana entre brasileiros

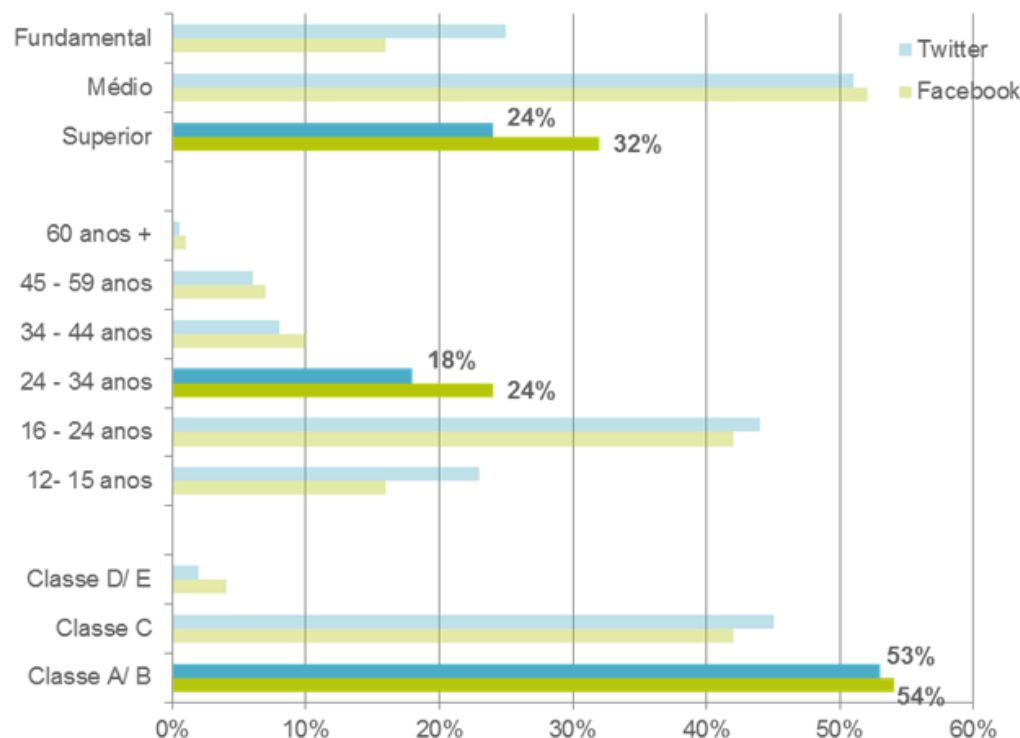


ComScore Dezembro 2011

Uso de Redes Sociais Mais Facebook que Twitter

- O Twitter e o Facebook são as duas maiores redes sociais do Brasil.
O Twitter possui 33 milhões de usuários brasileiros cadastrados (*Twitter, 2012*), enquanto o Facebook chega em 47 milhões (*SocialBakers, 2012*).
- Analisando as divisões do usuário de cada uma das redes por instrução, faixa etária e classe social podemos observar que o usuário de Twitter é mais jovem que o de Facebook.
- Os dados mostram que a rede social mais usada pelo grupo analisado é o Facebook.

Penetração do Twitter e Facebook entre os internautas brasileiros, por categorias

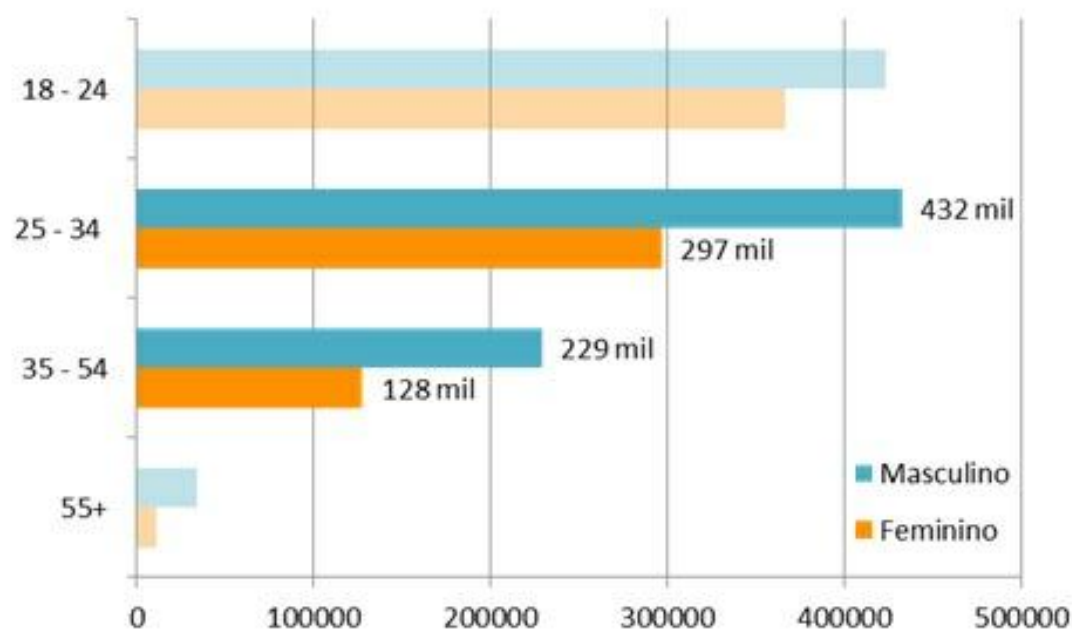


F/Radar - Datafolha 2011
Margem de erro de 2 p.p. e 95% de confiança

Uso de Redes Sociais Também o LinkedIn

- O LinkedIn é uma rede social mais específica, voltada para unir contatos profissionais, e soma 6 milhões de usuários no Brasil. *(LinkedIn, 2012)*

Distribuição dos usuários brasileiros do LinkedIn por sexo e faixa etária

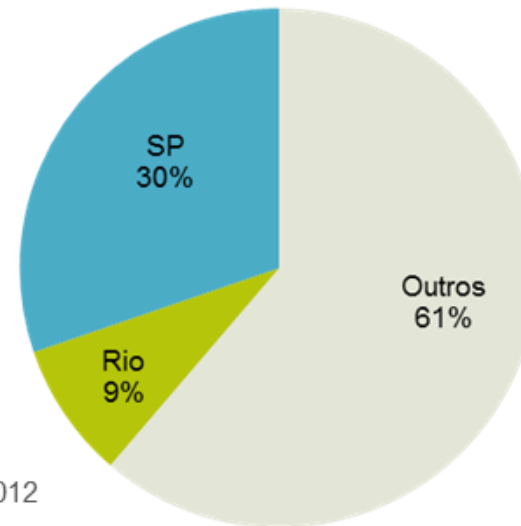


Nielsen 2012

Uso de Redes Sociais Também o LinkedIn

- A divisão de sexo, faixa etária e localização dos usuários brasileiros dessa rede social mostra que o público dela é predominantemente homens adultos do eixo Rio-SP. (Nielsen, 2012)

Localização dos membros brasileiros no LinkedIn

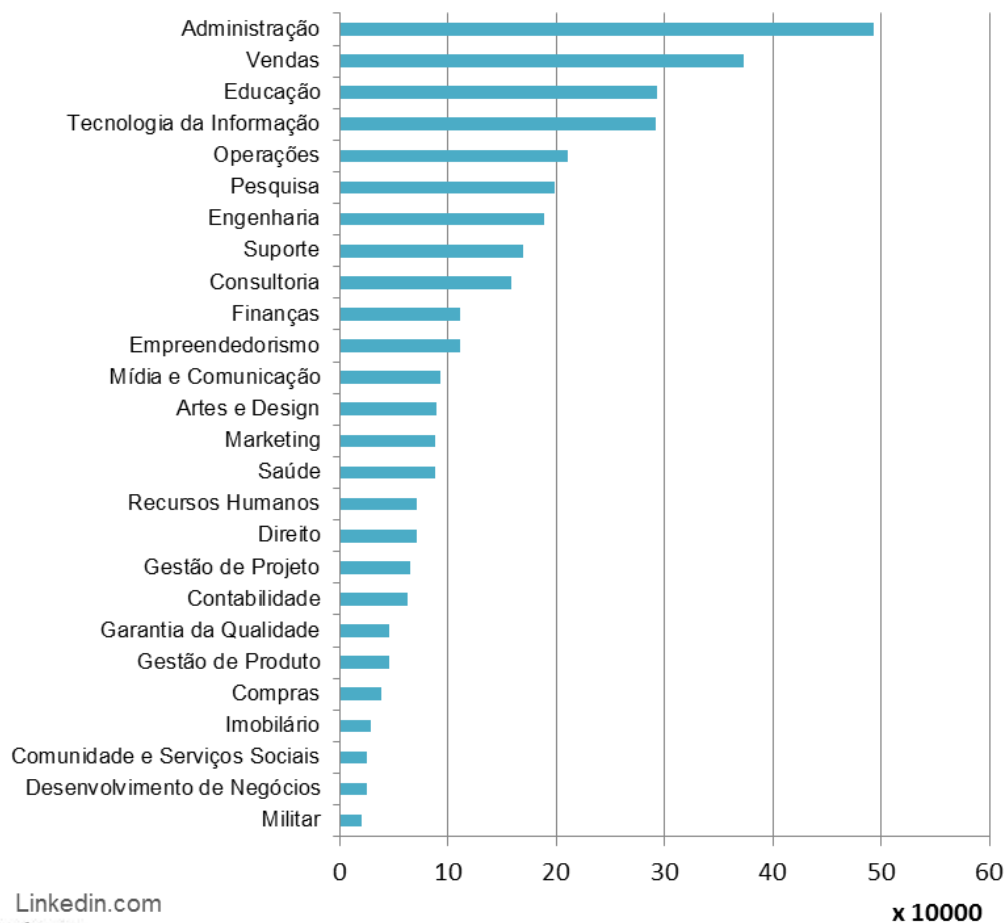


Nielsen 2012

Público no LinkedIn

Área Administrativa e Financeira são destaque

Área de Trabalho dos membros brasileiros no LinkedIn



▪ Outro modo de analisar o seletor público do LinkedIn é através das áreas de atuação dos seis milhões de brasileiros cadastrados.

▪ Esse estudo mostra que os usuários são principalmente profissionais ligados às áreas de Administração e Financeira .



Cenário

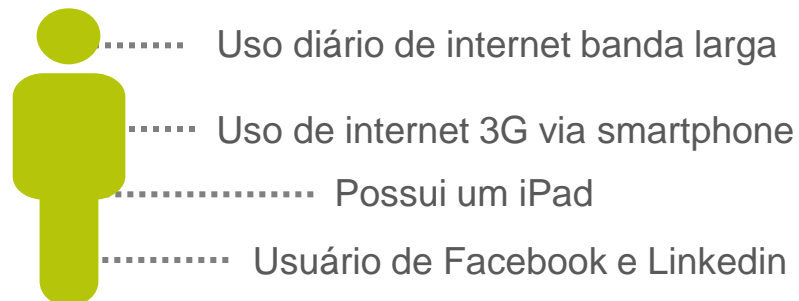
Objetivos

Padrões de Uso dos Espaços e Tecnologias

A observação inicial do dados filtrados sobre o público permite um foco maior nos destaques.

Assim pode-se entender com detalhes o uso dos espaços e das tecnologias que surgiram como parte do grupo analisado.

Perfil Médio do Aluno Ibmec

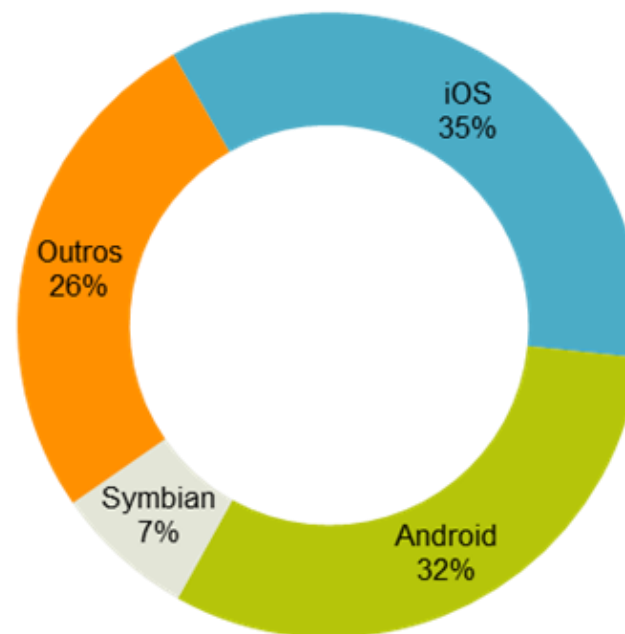


Smartphone

Dispositivo importante para acesso à internet

- 45% dos usuários de smartphone no Brasil declaram que pelo menos 50% do seu tempo online é via celular. *(Ericsson ConsumerLab Abril 2012)*
- O tráfego de internet de celulares é basicamente dividido entre aparelhos com iOS e Android. *(Comscore Janeiro 2012)*

Divisão do tráfego de internet via smartphones por sistema operacional



Comscore Janeiro 2012

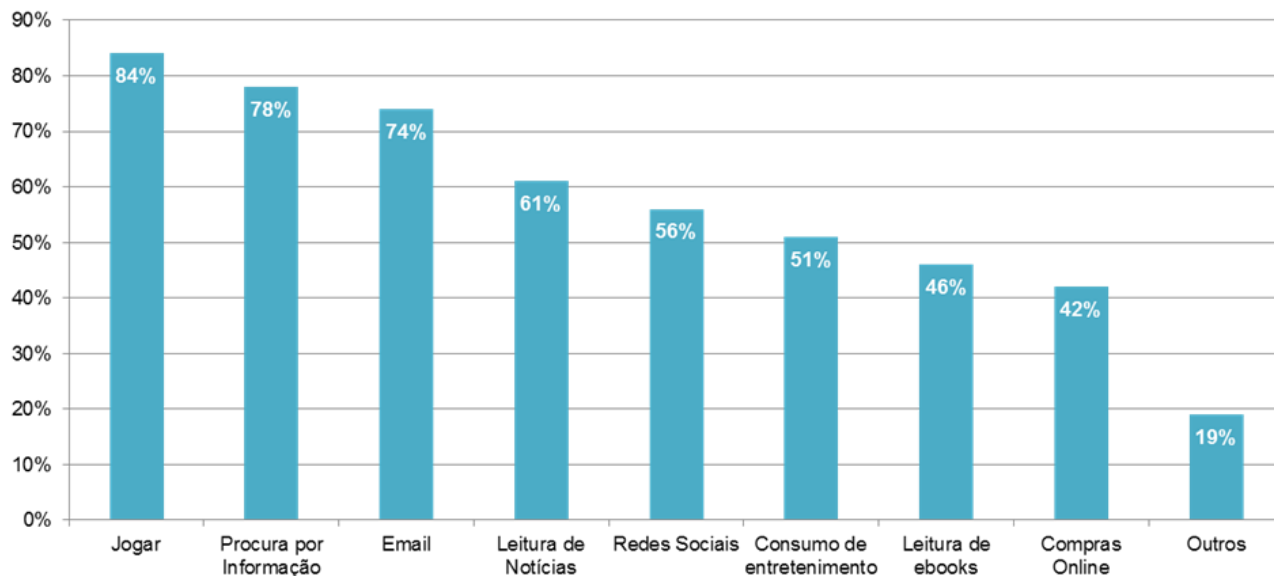
Tablet

Comportamento do usuário do dispositivo

- 43% das pessoas declaram passar mais tempo no tablet do que no computador (desktop e laptop).
- 68% utiliza o tablet mais de uma hora por dia.
- 82% em casa
- 69% nos dias de semana
- 62% durante a noite

- 77% declara que houve queda no uso do desktop/laptop desde que comprou o tablet.

Principais atividades que os usuários declaram fazer via tablet



AdMob/Google 2011

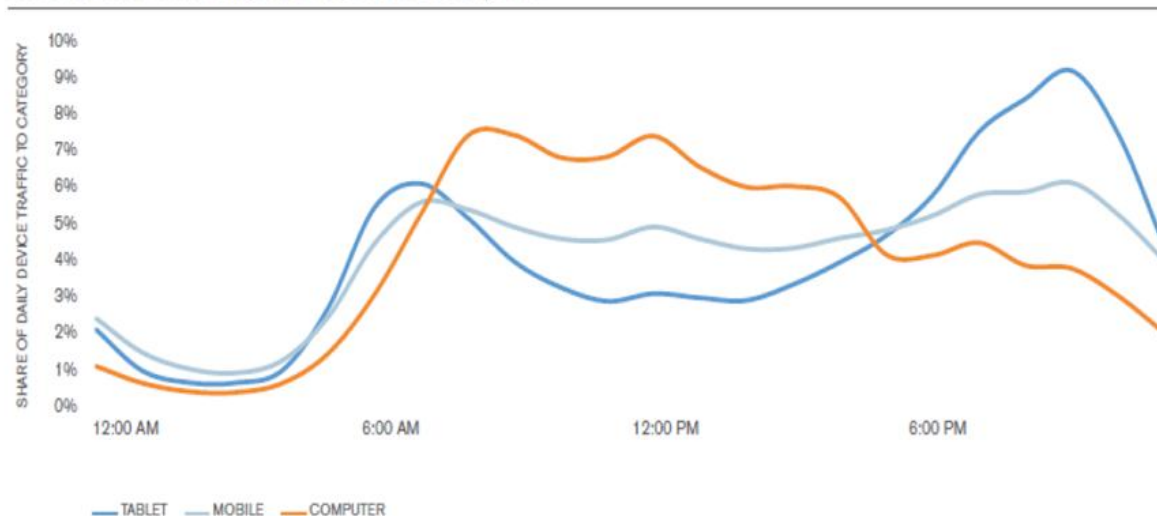
Comportamento de acesso à internet

Celulares ao longo do dia, computador no trabalho e tablet em casa

- O estudo de origens de acesso de um mesmo site de notícias de alto alcance americano mostra o comportamento de uso de um adulto.
- Tablets possuem uma utilização mais alta no começo e no final do dia, quando o usuário geralmente está em casa.
- Os celulares possuem uma utilização equilibrada ao longo do dia.
- O uso de computador é somente mais intenso no horário de trabalho

Share of U.S. Device Page Traffic for the Newspaper Category Over a Day (Weekday)

Source: comScore Custom Analytics, January 24, 2012 (Tuesday), U.S.

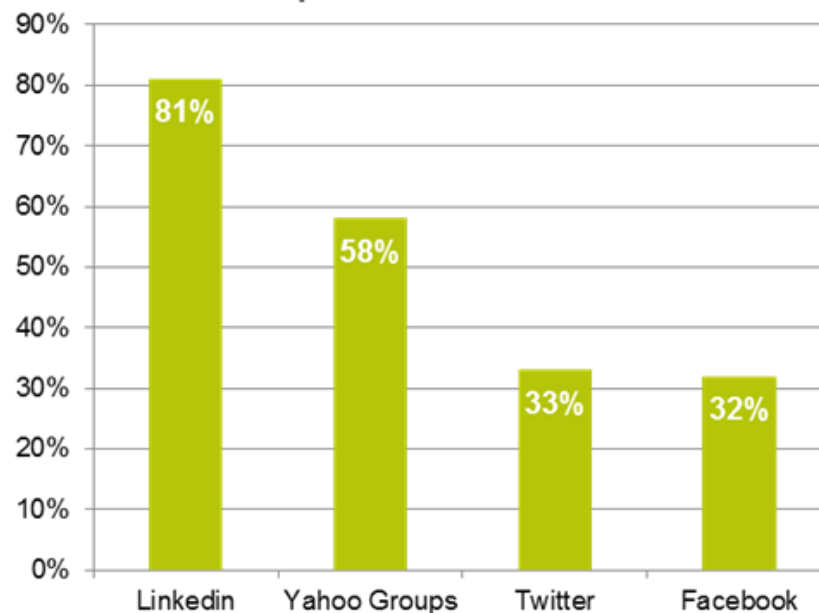


Comportamento em redes sociais

Facebook para a vida pessoal, LinkedIn para a profissional

- O Facebook possui um alto uso no grupo analisado, porém a imagem de rede social para utilização profissional está mais próxima do LinkedIn.
- Por isso, 72% declara que prefere ter redes sociais separadas para sua pessoal e profissional. Ainda, as informações do LinkedIn são consideradas mais confiáveis pelos usuários do que as vistas em outras redes.
- Para estudar mais esse comportamento, analisamos e comparamos as atividades de um mesmo grupo em ambas as redes.

Porcentagem de confiança nas informações, por rede social



Nielsen 2012

Atividades no Facebook e no LinkedIn

Facebook para a vida pessoal, LinkedIn para a profissional

- Analisamos um grupo de pessoas que seguem o perfil básico do público analisado no LinkedIn e no Facebook. Esse estudo mostrou certas tendências:
- É duas vezes mais comum um usuário participar de um grupo de uma instituição de ensino no LinkedIn do que no Facebook.
- No Facebook os temas das páginas mais comuns são esportes e entretenimento. Já o LinkedIn são mais predominantes os grupos de network/relacionamento e de vagas/oportunidades.



Rodrigo Lucchesi

2°

Assets Manager at **Petrobras**
Rio de Janeiro Area, Brazil | Oil & Energy

Atual **E&P Assets Management na Petrobras**

Anterior **Projects Coordinator na Petrobras**

International Gas/Power Business Development na Petrobras

High-Value Consumer Marketing na Telemar

[visualizar tudo](#)

Formação acadêmica

COPPE/UFRJ

Universidade Federal do Rio de Janeiro



Rodrigo Lucchesi

Mora em Rio de Janeiro De Rio de J
Língua francesa



Artes e entretenimento

Música



Joey Ramone

Mural

Informações

Fotos

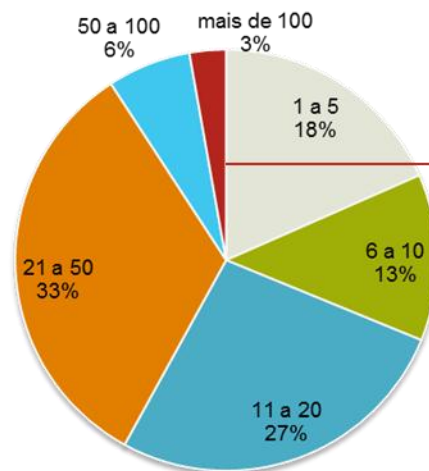
Grupos no Facebook Diluídos e fechados

Foram encontrados 250 grupos sobre Ibmec no Facebook, sendo:

- 94% dos grupos são fechados.
- 58% são grupos de turmas.
- 17 integrantes é a média de membros nos grupos.
- Nenhum dos grupos explicita ser relacionado ao curso online.

Facebook.com

Divisão dos grupos sobre Ibmec no Facebook, por números de integrantes



Maiores grupos ligados à Ibmec

Ibmec MG

Grupo fechado
Ibmec MG

Grupo para alunos e alumni da faculdade.

Podemos utilizar o grupo como meio de reforçarmos os contatos feitos na faculdade, discutir temas diversos, anunciar eventos, oportunidades de emprego, etc.

www.ibmec.br/mg

Ibmec **Sobre** **Fotos**

Grupo aberto
Pessoas ligadas à Faculdade de Finanças Ibmec.

People related to Ibmec Business School.

Relações Internacionais - IBMEC

Grupo fechado

Grupos no LinkedIn Centralizados e exclusivos

Estudamos os membros de dois grupos no LinkedIn ligados ao Ibmec em que só são aceitos alunos (há uma seleção feita por administrador).

Alumni Ibmec Brasil

3.629 membros

Criado em 1 de janeiro de 2008

37% dos membros de São Paulo

35% do Rio de Janeiro

Ibmec RJ

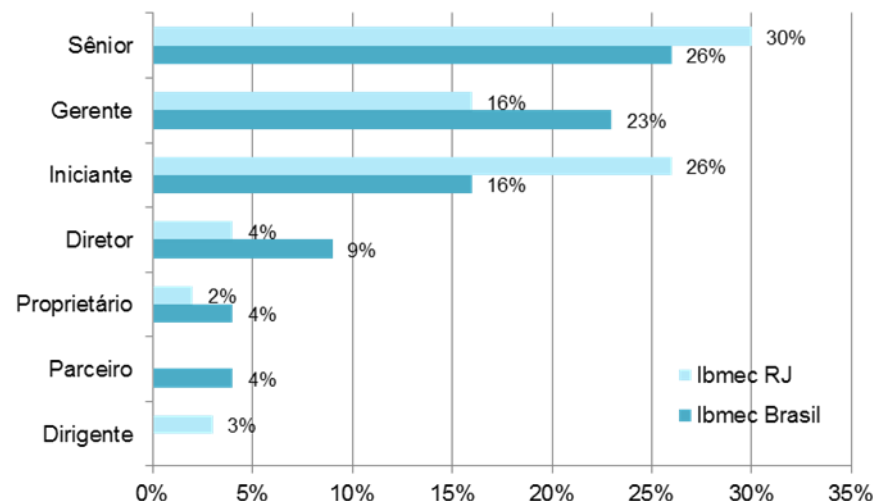
936 membros

Criado em 13 de agosto de 2009

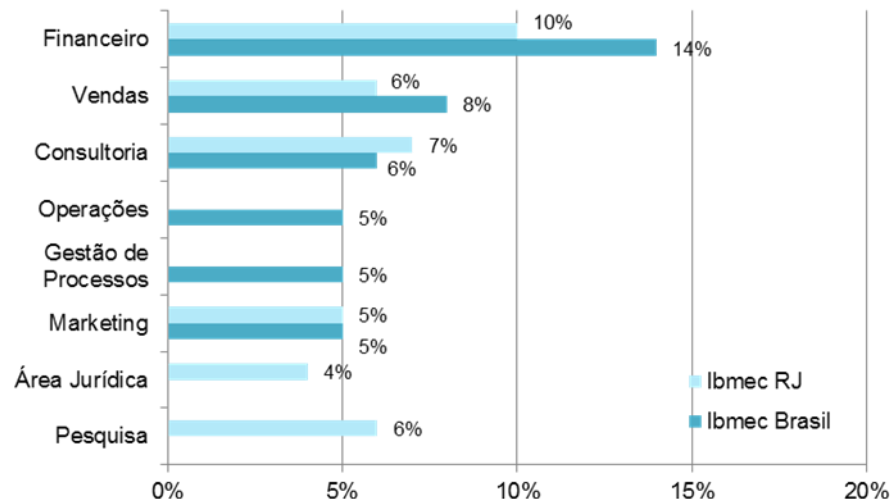
79% do Rio de Janeiro

LinkedIn.com 2012

Nível de Experiência



Cargo



Buscas no Google Gratuito ou qualidade

194.400 buscas mensais são feitas no Google Brasil com temas relacionados com curso online. A tagcloud mostra os termos mais procurados nesse universo.

pós
graduação **faculdade** ead
reconhecido no mec
gratuito

Buscas no Google Gratuito ou qualidade

194.400 buscas mensais são feitas no Google Brasil com temas relacionados com curso online. A tagcloud mostra os termos mais procurados nesse universo.

pós
graduação **faculdade** ead
reconhecido no mec

gratuito

A procura por cursos gratuitos domina as buscas desse universo. Cerca de 38% das buscas relacionadas com o tema contém o termo gratis ou gratuito.

Buscas no Google Gratuito ou qualidade

194.400 buscas mensais são feitas no Google Brasil com temas relacionados com curso online. A tagcloud mostra os termos mais procurados nesse universo.

pós
graduação **faculdade** ead
reconhecimento no mec

gratuito

A procura por cursos gratuitos domina as buscas desse universo. Cerca de 38% das buscas relacionadas com o tema contém o termo gratis ou gratuito.

O volume de procura está de acordo com a ordem do estudo.

Graduação tem o maior volume de buscas, seguido por pós e, em menor escala, mestrado.

Buscas no Google Gratuito ou qualidade

194.400 buscas mensais são feitas no Google Brasil com temas relacionados com curso online. A tagcloud mostra os termos mais procurados nesse universo.

Termos que também surgiram na busca mostram a **preocupação com a qualidade do curso**. Aparecem palavras como «certificado» e «reconhecido pelo mec»



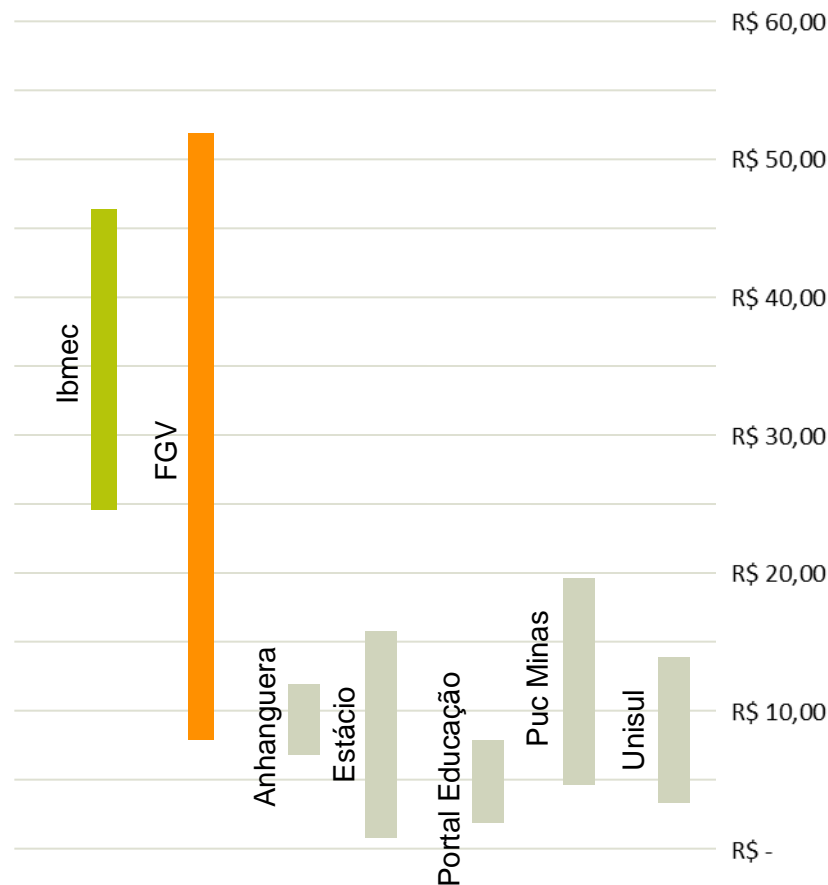
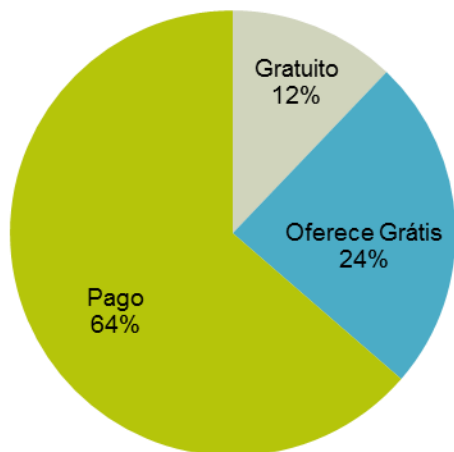
A procura por cursos gratuitos domina as buscas desse universo. Cerca de 38% das buscas relacionadas com o tema contém o termo gratis ou gratuito.

O volume de procura está de acordo com a ordem do estudo. Graduação tem o maior volume de buscas, seguido por pós e, em menor escala, mestrado.

Buscas no Google

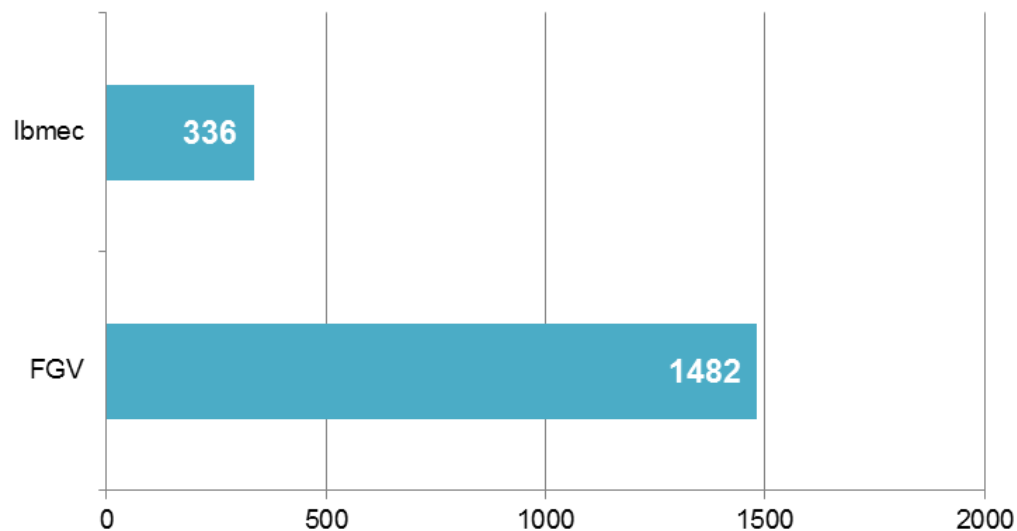
Variedade de instituições, poucos concorrentes

- 33 diferentes instituições aparecem nas buscas sobre curso online, organicamente ou patrocinado.
- A maioria é de instituições que oferecem cursos pagos, sem nenhuma amostra grátis.
- Porém poucos são cursos que se mostram concorrentes da Ibmec Online e isso é percebido pela faixa de preço.



Volume e motivação das menções Cenários opostos no Twitter

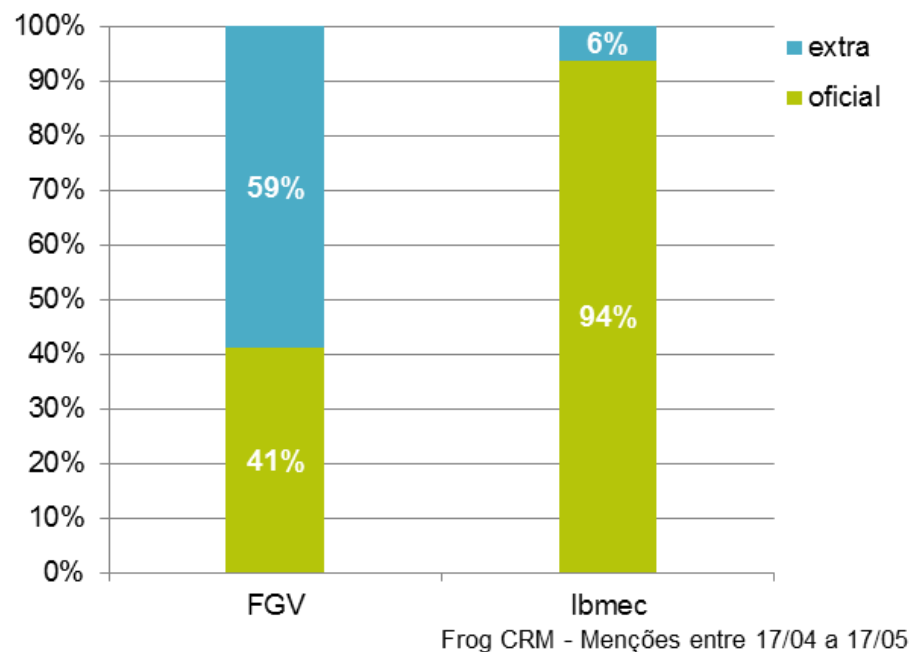
- Análise das menções no Twitter entre 17/04 e 17/05 para os perfis oficiais da FGV e Ibmec e menções extra-oficiais relacionadas com cursos de especialização, MBAs e Pós-Graduações.
- Total de 1.818 menções analisadas.



Frog CRM - Menções entre 17/04 a 17/05

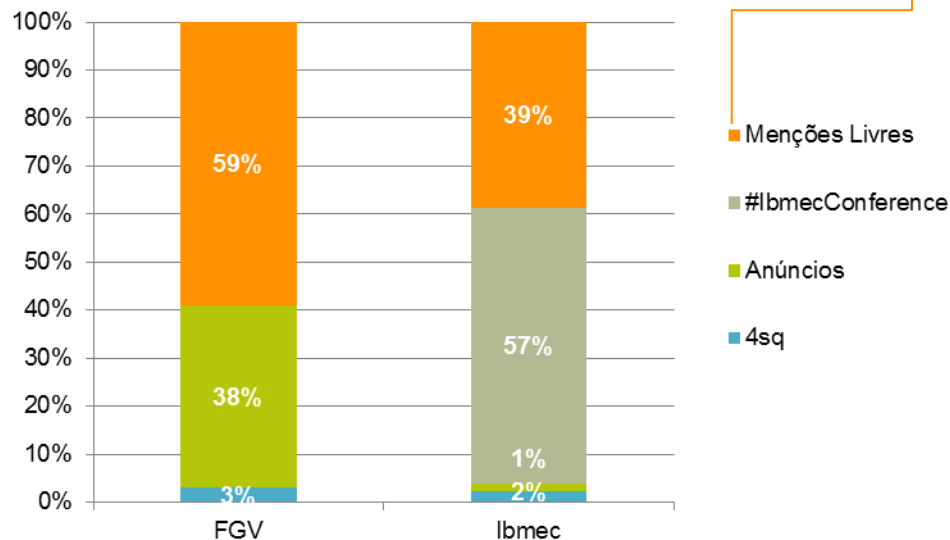
Volume e motivação das menções Cenários opostos no Twitter

Observamos que as menções às duas marcas se diferenciam especialmente na origem das menções. A maioria das **menções para Ibmec partem para o perfil oficial ou replicação** do conteúdo do @Ibmec_oficial. Já a **FGV possui mais menções extra-oficiais**.



Conteúdo das menções Cenários opostos no Twitter

A análise encontrou padrões nas menções para as marcas e utilizamos uma categorização para filtrá-las inicialmente e entender o conteúdo.



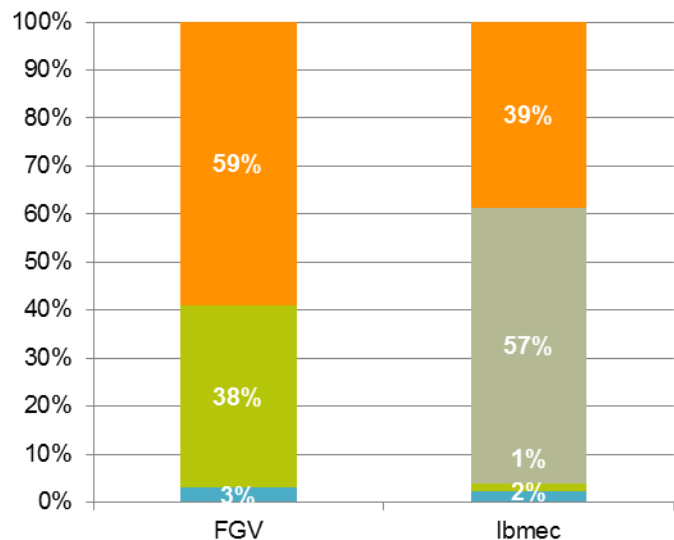
Janaíra França
@JanairaFranca



Primeiro encontro com meus alunos de Estratégias de #Marketing da @fgvonline finalizado! Galera animada e dedicada!

Conteúdo das menções Cenários opostos no Twitter

A análise encontrou padrões nas menções para as marcas e utilizamos uma categorização para filtrá-las inicialmente e entender o conteúdo.



Janaíra França
@JanairaFranca



Primeiro encontro com meus alunos de Estratégias de #Marketing da @fgvonline finalizado! Galera animada e dedicada!



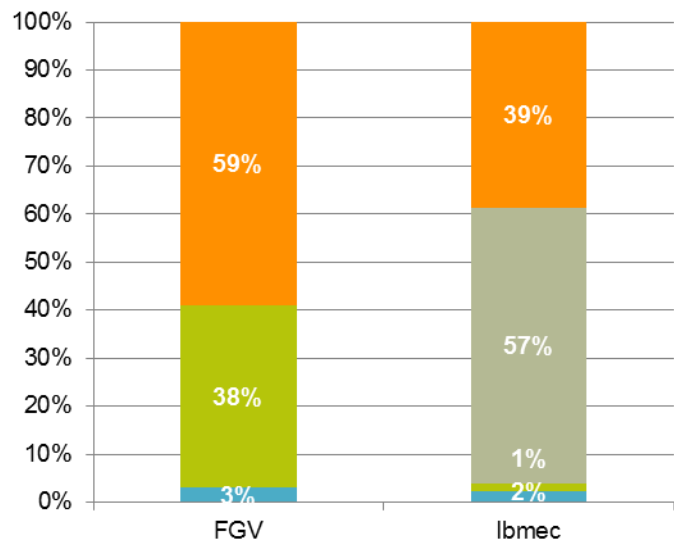
Maffalda
@maffalda



Reencontrando a @AleFelix na #ibmecconference. Daqui a pouco começa a palestra do Marcos Troyjo. /cc @Ibmec_oficial

Conteúdo das menções Cenários opostos no Twitter

A análise encontrou padrões nas menções para as marcas e utilizamos uma categorização para filtrá-las inicialmente e entender o conteúdo.



Janaíra França
@JanairaFranca



Primeiro encontro com meus alunos de Estratégias de #Marketing da @fgvonline finalizado! Galera animada e dedicada!



Maffalda
@maffalda



Reencontrando a @AleFelix na #ibmecconference. Daqui a pouco começa a palestra do Marcos Troyjo. /cc @Ibmec_oficial



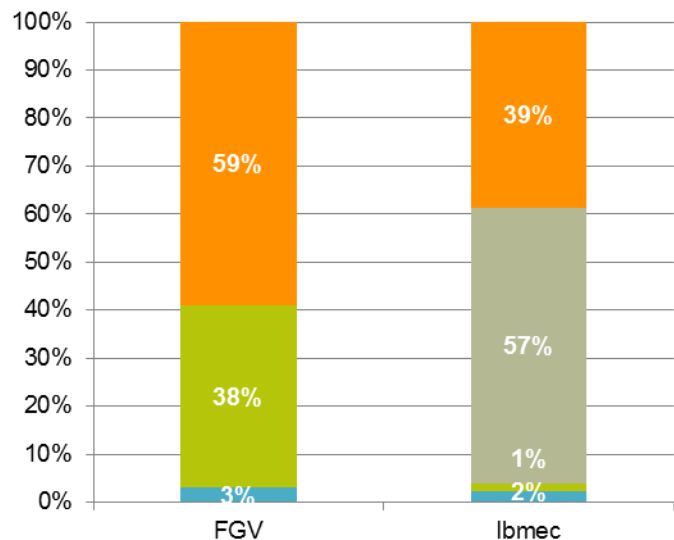
Rev Sustentabilidade
@cleantechbr



Conheça o MBA ideal para Engenheiros Químicos, Gestores e Dirigentes de ONG's. Aqui --> bit.ly/J1rShn #MBA #FGV #ad

Conteúdo das menções Cenários opostos no Twitter

A análise encontrou padrões nas menções para as marcas e utilizamos uma categorização para filtrá-las inicialmente e entender o conteúdo.



Janaíra França
@JanairaFranca



Primeiro encontro com meus alunos de Estratégias de #Marketing da @fgvonline finalizado! Galera animada e dedicada!



Maffalda
@maffalda



Reencontrando a @AleFelix na #ibmecconference. Daqui a pouco começa a palestra do Marcos Troyjo. /cc @Ibmec_oficial



Rev Sustentabilidade
@cleantechbr



Conheça o MBA ideal para Engenheiros Químicos, Gestores e Dirigentes de ONG's. Aqui --> bit.ly/J1rShn #MBA #FGV #ad



Marcel Nardelli
@neyzinmarcel



Estou em FGV Management - MBA em Gestão Empresarial (São Paulo) 4sq.com/JmwUDY

Conteúdo das menções

Pequena Diferenciação

Ao procurar o conteúdo de ambos os cursos percebemos a “contaminação” que certas postagens geraram no conteúdo. Assim podemos ver exemplos de conteúdo com alto poder de viralização.



Ibmec
@ibmec_oficial

Siga @ibmec_oficial, dê RT nesta mensagem e concorra a um kit Ibmec #IbmecConference kingo.to/15uo

← Responder ↻ Retweetar ★ Favorito



Conteúdo das menções Pequena Diferenciação

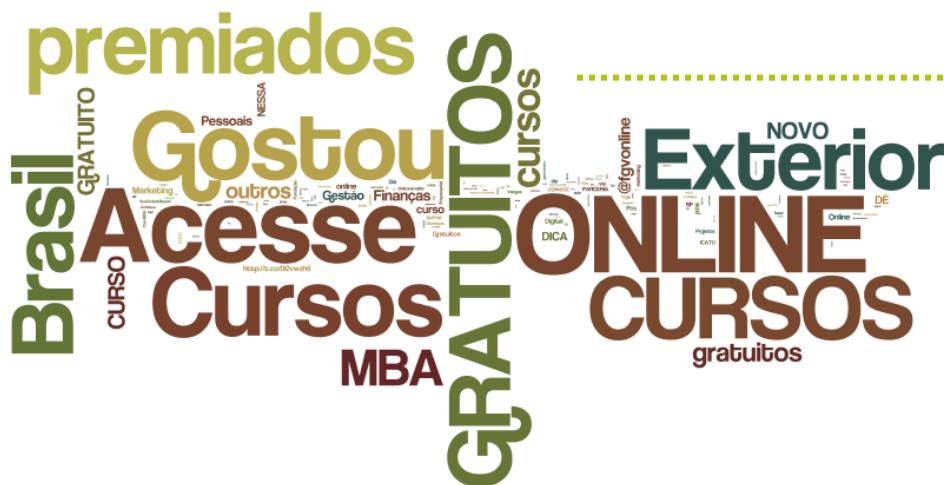
Ao procurar o conteúdo de ambos os cursos percebemos a “contaminação” que certas postagens geraram no conteúdo. Assim podemos ver exemplos de conteúdo com alto poder de viralização.



Ibmec
@ibmec_oficial

Siga @ibmec_oficial, dê RT nesta mensagem e concorra a um kit Ibmec #IbmecConference kingo.to/15uo

← Responder ↻ Retweetar ★ Favorito



FGV
@FGV

CURSOS GRATUITOS DO FGV ONLINE: Cursos premiados no Brasil e no Exterior. Gostou? Dê RT. Acesse: goo.gl/xYKuL

← Responder ↻ Retweetar ★ Favorito 📌 Pocket

Conteúdo das menções

Descrição e pouca opinião

Na tagcloud das menções extra-oficiais da Ibmec o destaque são os cursos, que estavam entre os anúncios de vagas. Não aparecem menções que descrevam o curso ou a experiência de alunos.





IBMEC Online

Discussões

Ensino à Distância

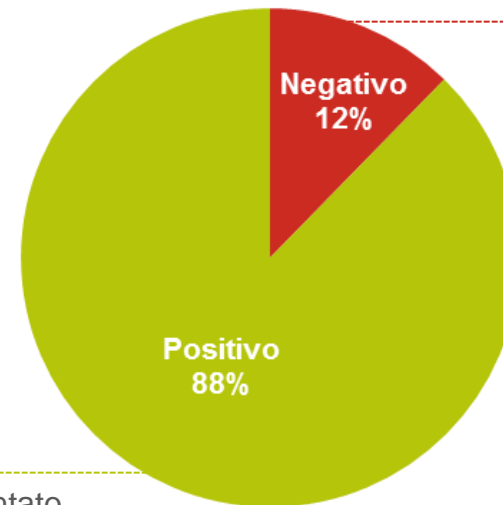
Opiniões e Questionamentos

Separamos as opiniões de 157 diferentes pessoas sobre EAD em 11 espaços como comentários em blogs, fóruns de discussão e tópicos no LinkedIn.

Fizemos a análise dos discursos dessas pessoas considerando:

- Viés da menção
- Se teve contato com o curso EAD (como aluno ou professor)
- Termos frequentes nesses discursos

Visão geral dos comentários sobre EAD analisados



100% de pessoas que nunca tiveram contato com EAD

34% não teve contato com EAD
66% teve contato com algum curso a distância

Termos Frequentes

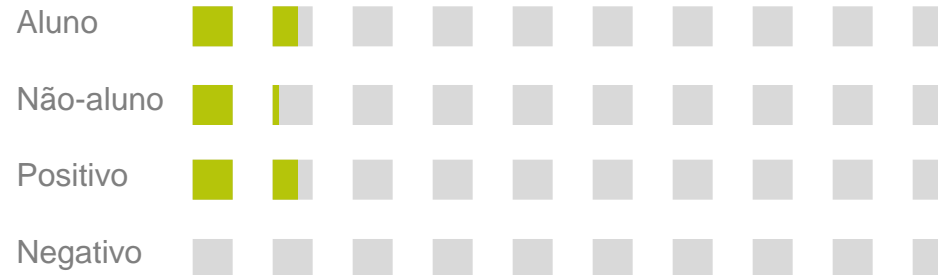
Quem os cita e como os cita

A análise mais aprofundada dos termos mostra a porcentagem de presença desse termo nos grupos aluno (ou qualquer pessoa com experiência com o sistema EAD) e não-aluno e nos grupos de menções positivas e negativas.

Isso permite montar a visão desses grupos sobre o que é ensino a distância.



Deslocamento / Tempo



Para pessoas maduras

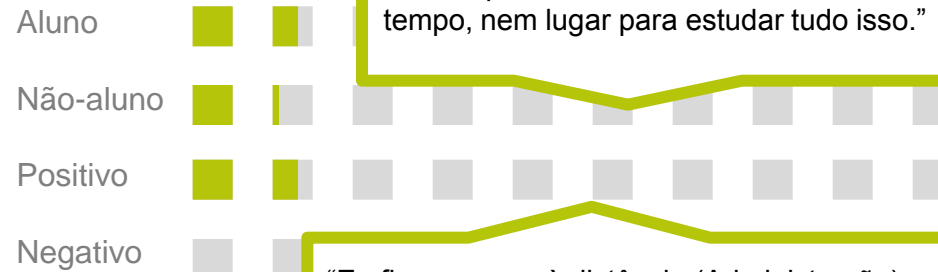


Termos Frequentes

Quem os cita e como os cita



Deslocamento / Tempo



“Moro a 220km de Porto Alegre e tenho 2 filhos pequenos. Se não fosse a possibilidade de estudar EAD não teria condições, nem tempo, nem lugar para estudar tudo isso.”

“Eu fiz um curso à distância (Administração) e gostei bastante. Tempo eu tinha de sobra e não tive nenhum problema em executar as atividades. E com isso quero dizer também que não prejudicou o meu trabalho.”



Para pessoas maduras



Termos Frequentes

Quem os cita e como os cita



Deslocamento / Tempo

“Quando me perguntaram sobre o curso EAD respondo que é muito bom, se gostar de estudar. Tenho 37 anos e dos demais alunos da minha sala apenas um tem menos de 27 anos. Isso conta a favor pois todos trabalham, pagam seu próprio estudo, a maioria é casado e já tem filhos (eu tenho esposa e dois filhos), portanto ninguém está ali para brincar, para passar tempo e muito menos gastar dinheiro a toa.”



Para pessoas maduras

Negativo

“Ao contrário do que o colega Ivis Andrade disse, os alunos que geralmente procuram essa modalidade já comeram o pão que o diabo amassou. Sendo assim são pessoas mais maduras e preparadas para assumir um compromisso com seriedade e disciplina, não sendo necessário passar por outros níveis de aprendizagem como de comportamento, por exemplo.”

Aluno

Não-aluno

Positivo

Negativo

“Uma coisa que não posso me esquecer de citar é a média de idade dos alunos que estão na faixa de 30 a 40 anos, ou seja, não tem muleque.”

Termos Frequentes

Quem os cita e como os cita



O aluno precisa ser disciplinado e comprometido

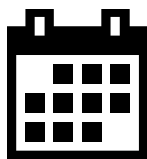


O aluno é responsável pelo seu estudo e resultado



Termos Frequentes

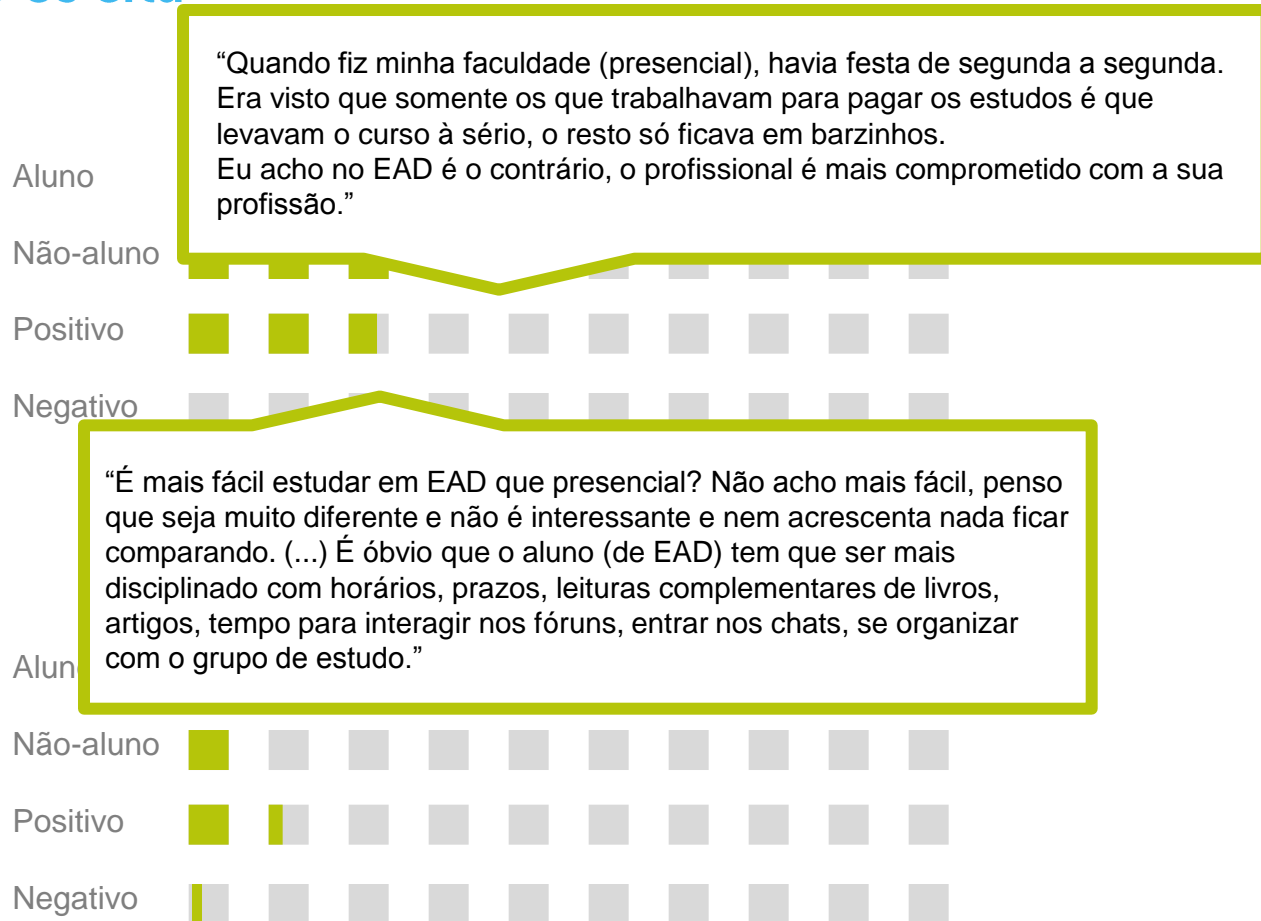
Quem os cita e como os cita



O aluno de EAD é mais disciplinado e comprometido

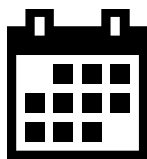


O aluno é responsável pelo seu estudo e resultado



Termos Frequentes

Quem os cita e como os cita



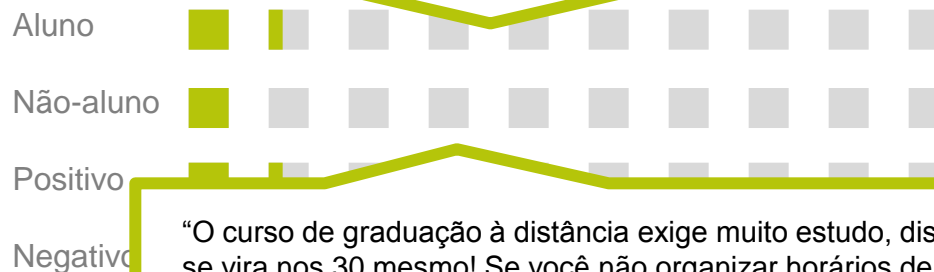
O aluno de EAD é mais disciplinado e comprometido



O aluno é responsável pelo seu estudo e resultado



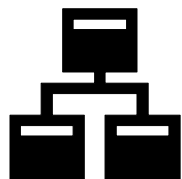
“Comparo o ensino EAD com o profissional que trabalha com seu próprio escritório em casa. O fato é que ambos não funcionam para as pessoas que não possuem uma competência essencial: a disciplina. Estudar à distância exige o dobro de comprometimento e disciplina, reservar um horário para os estudos e atividades do curso. Bem como deixa muito mais a cargo do aluno a busca pelo conhecimento, pelo compeltmento dos estudos, etc.”



“O curso de graduação à distância exige muito estudo, disciplina. É o verdadeiro se vira nos 30 mesmo! Se você não organizar horários de pesquisa e aprofundamento do assunto na tele-aula e não participar do ambiente virtual interagindo com professores e alunos, de fato, será mal sucedido.”

Termos Frequentes

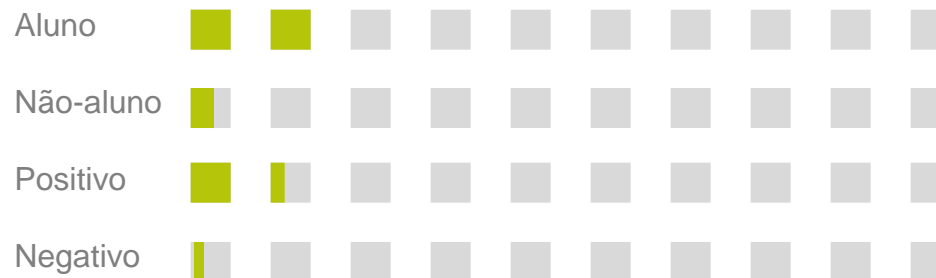
Quem os cita e como os cita



Visão das empresas e do RH

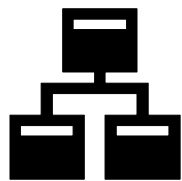


Metodologia do curso online



Termos Frequentes

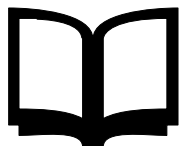
Quem os cita e como os cita



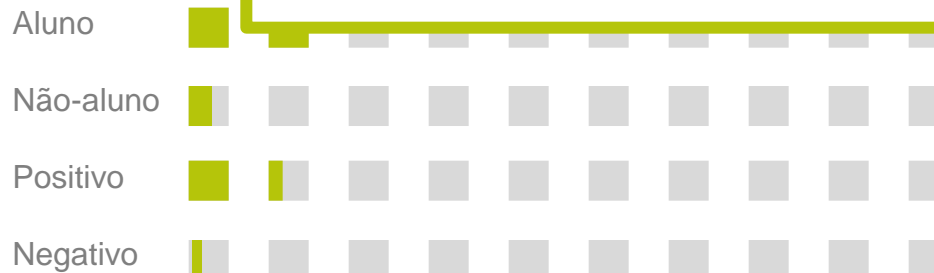
Visão das empresas e do RH



“Trabalho numa das maiores empresas do país e ela valoriza o estudo e não tem preconceito com o EAD. Isso faz com que cada vez mais os empregados procurem formação através da modalidade.”



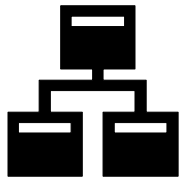
Metodologia do curso online



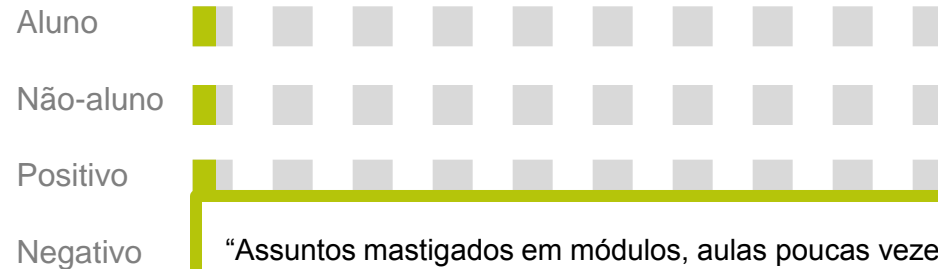
“Na faculdade os professores já faziam “zombaria” referentes a estes cursos (EAD). Nas empresas de RH eles aconselham a não fazer esse tipo de curso, pois a maioria das empresas descartam de imediato currículos de candidatos com tais cursos.”

Termos Frequentes

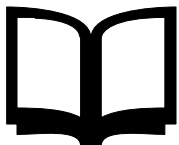
Quem os cita e como os cita



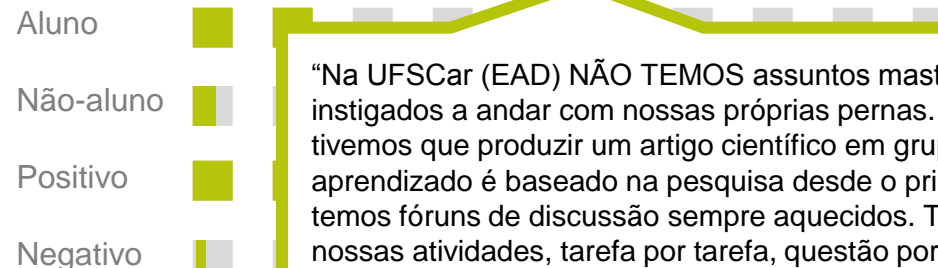
Visão das empresas e do RH



“Assuntos mastigados em módulos, aulas poucas vezes (ou uma vez) por semana e alta flexibilidade. Na verdade, educação à distância é sim mais fácil que educação presencial. E quem acha que não é, possivelmente nunca frequentou uma universidade pública.”



Metodologia do curso online



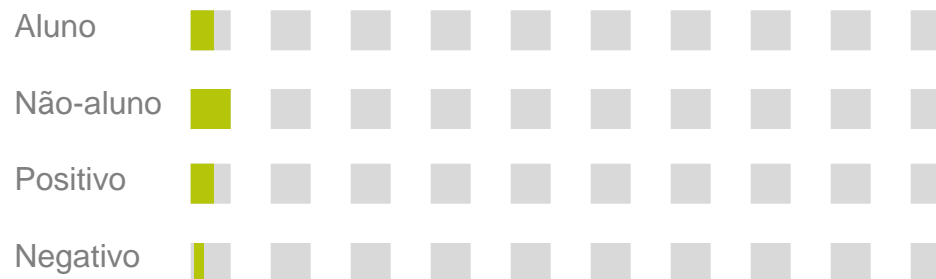
“Na UFSCar (EAD) **NÃO TEMOS** assuntos mastigados, somos instigados a andar com nossas próprias pernas. No primeiro módulo já tivemos que produzir um artigo científico em grupo. (...) Nosso aprendizado é baseado na pesquisa desde o primeiro momento e temos fóruns de discussão sempre aquecidos. Temos feedback de nossas atividades, tarefa por tarefa, questão por questão, e dificilmente temos esse retorno no (curso) presencial.”

Termos Frequentes

Quem os cita e como os cita



Instuições que oferecem curso online



Curso online como futuro e tendência



Termos Frequentes

Quem os cita e como os cita



Instuições que oferecem curso online



Curso online como futuro e tendência



“Procure saber se já teve turma formada, se o curso é reconhecido pelo MEC;
Veja o currículo Lattes dos seus professores;
Procure na biblioteca, veja a infra estrutura e os livros disponíveis;
E, se começar, cobre dos seus professores, coloque suas angústias, faça sugestões e, se acontecer algo errado, procure a coordenação.”

“Na verdade, a EAD da forma que está sendo feita no Brasil é para pegar o diploma com mais facilidade e apenas cumprir os rituais exigidos pelo MEC. Se não fosse assim era só escolher o diploma no site da faculdade e adicionar no carrinho.”



Termos Frequentes

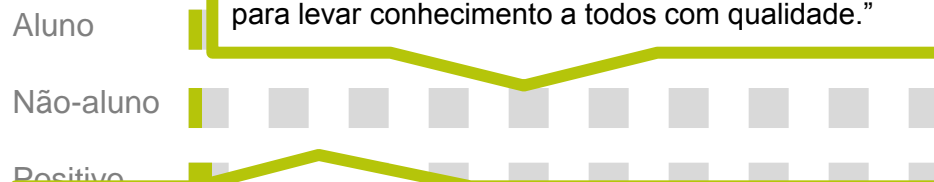
Quem os cita e como os cita



Instuições que oferecem curso online



Curso online como futuro e tendência



“O EAD é um novo conceito de ensino nos país, está vindo para ficar e melhorar cada vez mais. Eu faço faculdade presencial e já tive a oportunidade de conhecer uma sala de tele-aula. Os alunos trabalham em dinâmica, tem biblioteca equipada e monitores 24h online para tirar qualquer dúvida relacionada ao curso. (...) A educação deve ser explorada em diversos meios para levar conhecimento a todos com qualidade.”

“O método requer bastante auto-disciplina e esforço próprio. Não acredito que o ensino EAD deva receber preconceito em relação ao mercado de trabalho. Acredito que seja uma tendência muito forte para o futuro e atende muito bem às pessoas que possuem problemas com relação ao tempo e deslocamento.”

Resumo

Experientes com EAD

Flexibilidade ajuda. Falam muito que, numa idade mais avançada, filhos em casa e o trabalho ocupando muito da rotina, a modalidade de curso se torna o melhor caminho.

Não é para qualquer um. Destacam que a pessoa precisa ter um perfil organizado e disciplinado para fazer um curso à distância.

Curso exigente. Muitas vezes com surpresa dizem que o curso é difícil (mas citam isso de modo positivo), exige muita pesquisa e há cobrança maior que o curso presencial.

O diploma é reconhecido. Alguns já sabiam que a empresa via o EAD positivamente e outros alegam que o MEC proíbe a diferenciação, então há segurança na escolha.

Procurar boas instituições e testar. Há com frequência o aviso para os futuros alunos procurarem instituições de confiança, reconhecidas pelo MEC e que procure testar com um curso rápido ou amostras.

Resumo

Inexperientes com EAD

Tem que ter perfil de aluno de EAD. Dizem muitas vezes que quem não tem o perfil não será bem sucedido usando o método.

O aluno é o responsável pelo resultado e não a instituição ou o método. O destaque desse grupo é dizer que nem o método e nem a instituição são importantes. O sucesso virá para quem se esforçar.

Falta informação e reconhecimento. Os não-alunos vêem mais frequentemente o diploma como inferior ao de um curso presencial. Também há relatos de que a empresa que trabalham não conhece o método.

O curso é mais objetivo. Entre os inexperientes aparece discursos dizendo que o curso é mais objetivo e menos teórico (isso é visto tanto positivamente como negativamente).

Desconfiança. Nesse grupo também surgem discussões sobre faculdades que usam EAD como caça-níquel ou como um modo de ter mais alunos formados.



Caminhos conceituais

O Público

Homem

33 anos

Trabalha em grande empresa

Tem banda larga em casa

Tem iPhone ou Android

Tem um iPad

Usa Facebook e LinkedIn



Mobilidade digital

A close-up photograph of a hand pointing at a computer keyboard. The image has a strong blue color cast. The hand is in the foreground, with the index finger pointing towards the keyboard keys. The background is blurred, showing more of the keyboard and the hand's shadow.

PC no trabalho.

iPad em casa.

Smartphone nos dois.

Mobilidade digital

**Usa mais o Facebook e o LinkedIn.
Quando usa, fica online 1h por dia.**





MBA

FGV está “na boca do povo”.

Mas iniciativas como o IBMEC Conferences geram conversações em torno do IBMEC.

E-Learning



Mitos:

É grátis.

Ou de menor qualidade.

“Menos por menos.”

MBA à distância

Learning 

O Segmento é cercado de mitos e de verdades. As opiniões de alunos/professores e de quem nunca experimentou divergem.

MBA à distância

Visão de quem estuda:

Flexibilidade ajuda.

Não é para qualquer um.

Curso exigente.

Diploma reconhecido.

É importante procurar saber quem está por trás.



MBA à distância

Visão de quem não estuda:

Tem que ter perfil e muita disciplina.

O aluno faz o resultado.

Falta reconhecimento.

É mais objetivo.

É caça-níquel.



O cenário

Strengths

Economia de tempo
e dinheiro

Foco no resultado

Marca forte

Weakness

Preconceito

Precisa ter muita
disciplina

Opportunities

Trânsito é cada vez pior

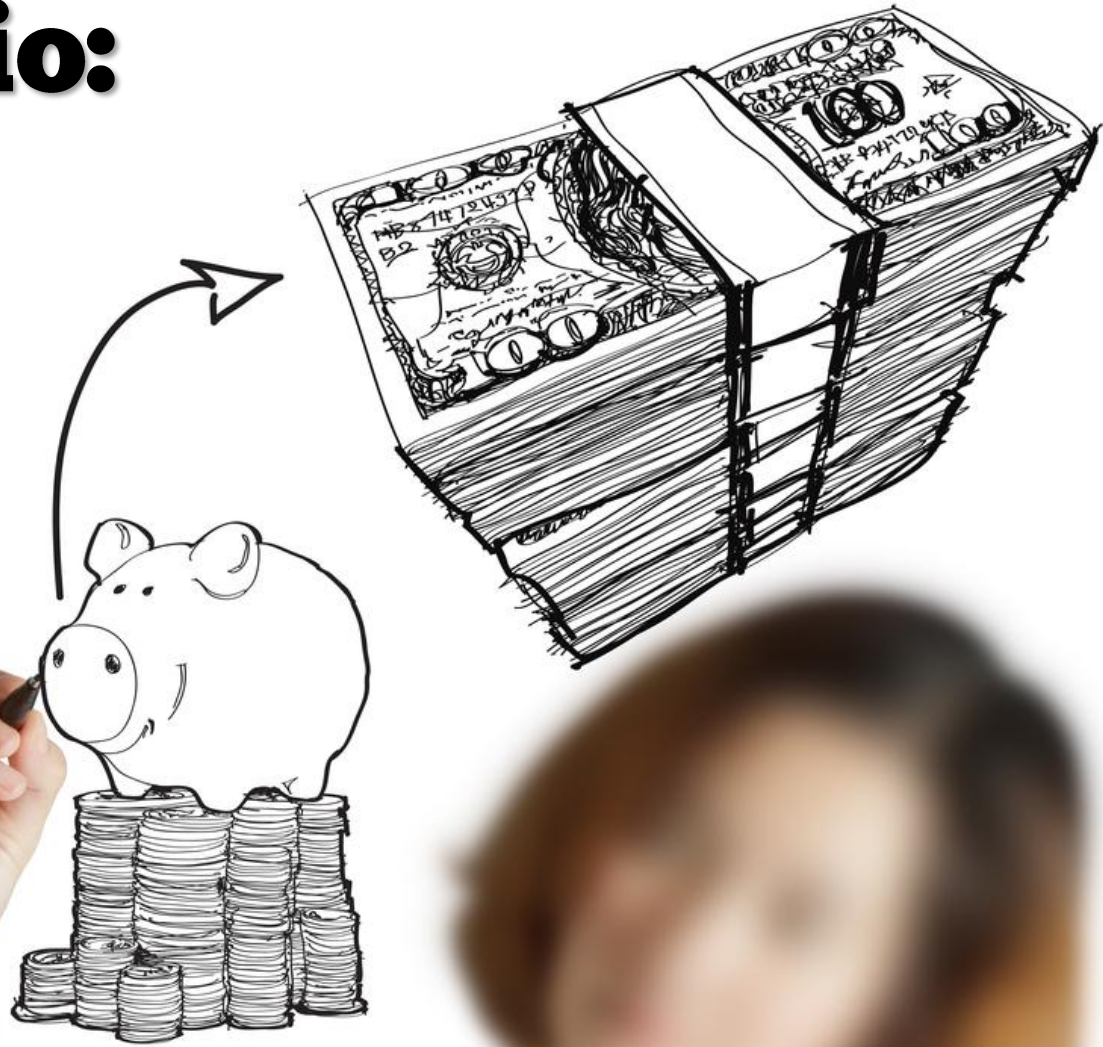
Popularização banda
larga e *mobile*

Threats

Desvalorização
do conceito

Concorrência com
marcas nacionais/
globais

Nosso desafio:

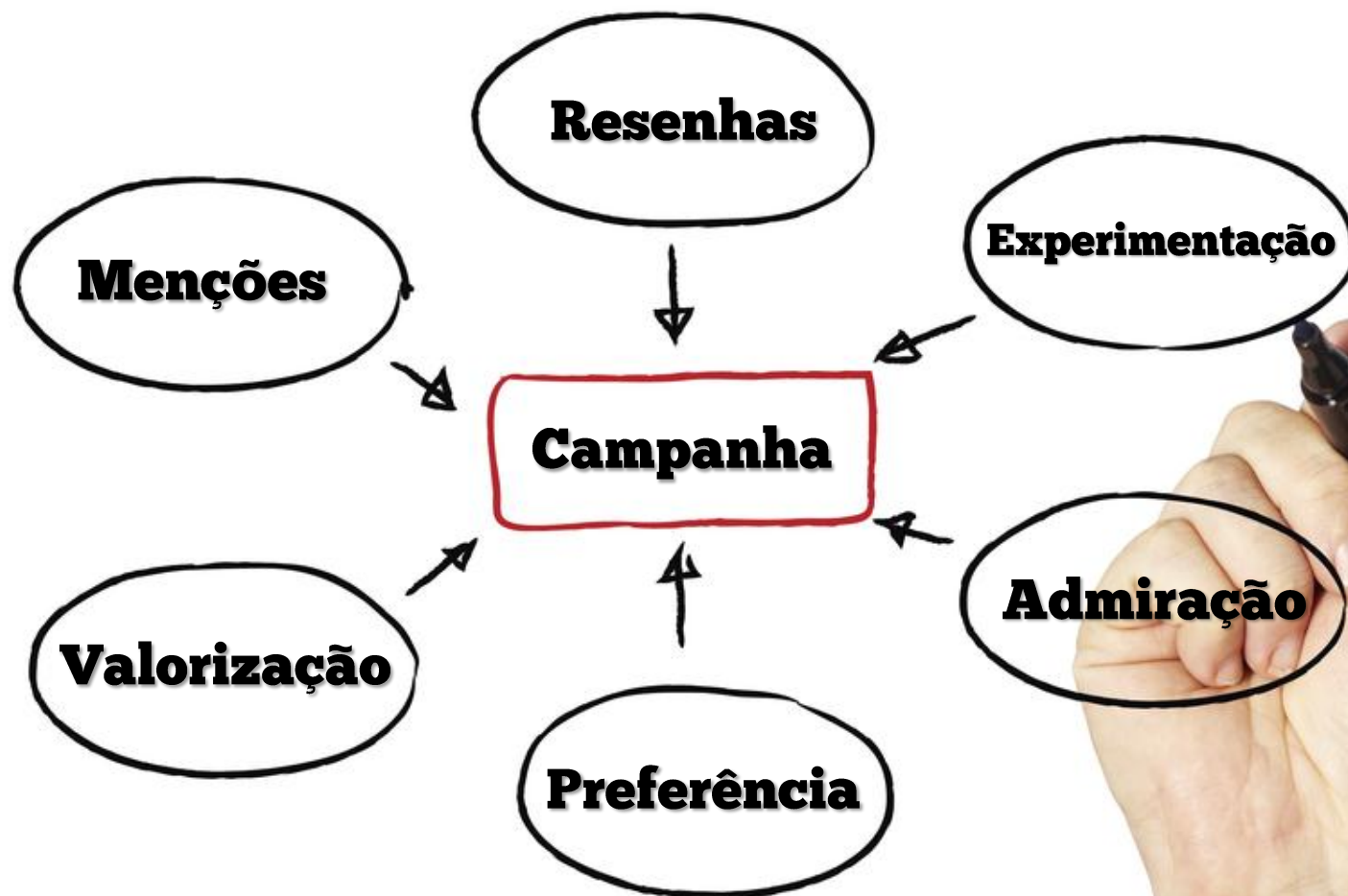


**Gerar receita ao
fomentar matrículas
nos cursos online.**

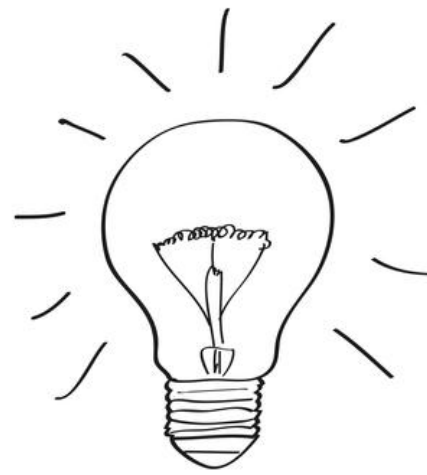
Nossos públicos:



Ações esperadas



Caminho criativo



**Ressaltar as qualidades do
perfil “e-learning”**

+

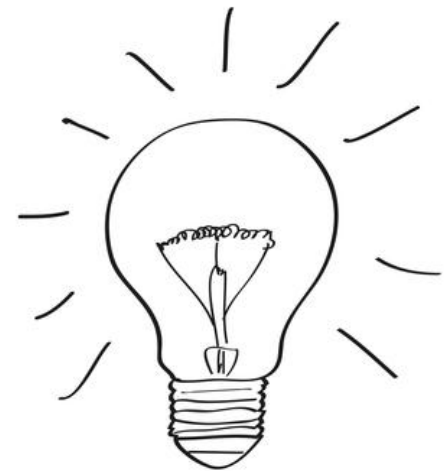
Desmitificar problemas

+

Facilitar experimentação



Ressaltar qualidades



Explorar os pontos fortes do EaD é o caminho para uma presença digital do IBMEC Online independente da marca-mãe.

IBMEC = Escola de Negócio

IBMEC Online = Escola de Negócios para o mundo digital



O que o mundo digital demanda ou possibilita?

Disciplina

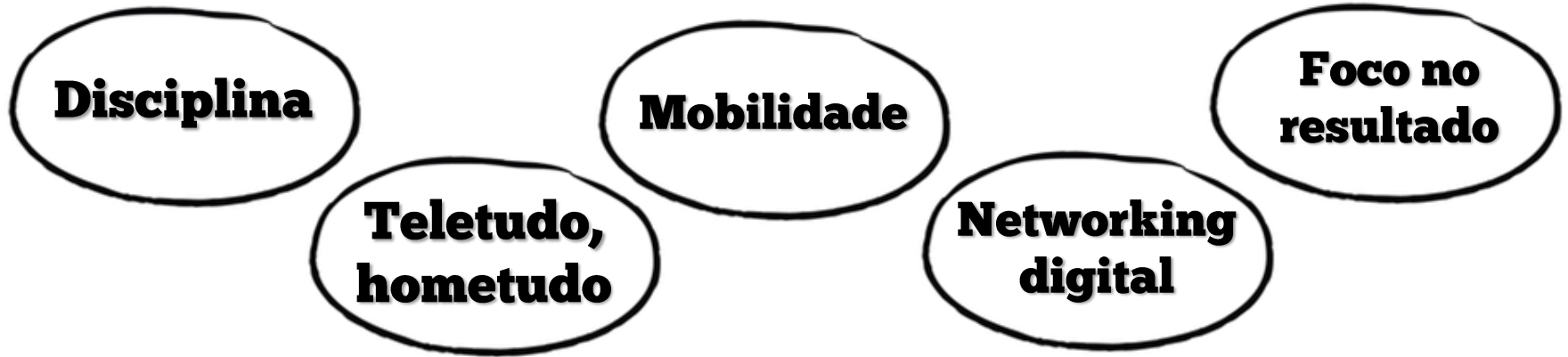
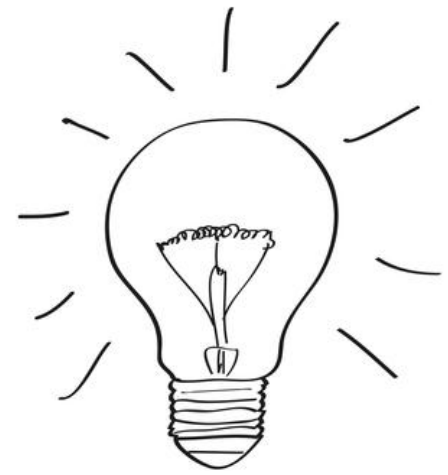
**Teletudo,
hometudo**

Mobilidade

**Networking
digital**

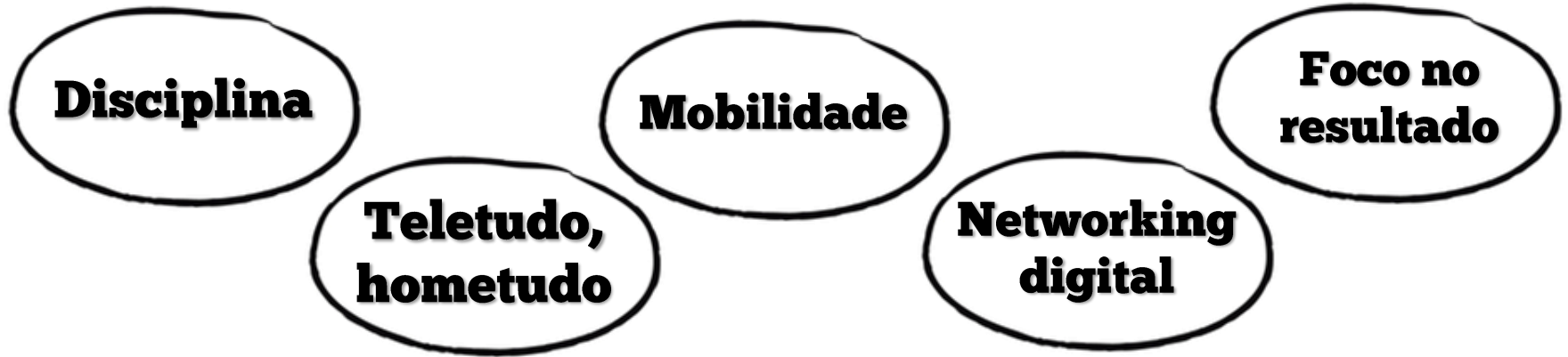
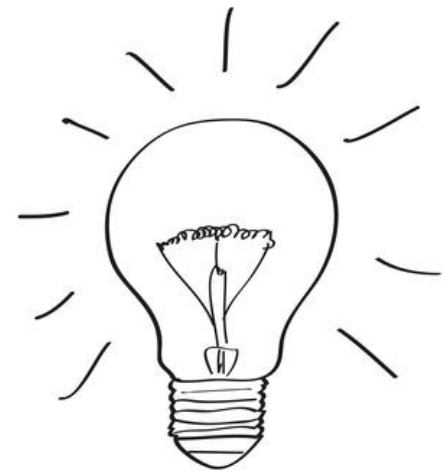
**Foco no
resultado**

Ressaltar qualidades



Esta pode ser a linha editorial do IBMEC Online no Facebook e no LinkedIn, com clippings, dicas, links e conteúdos para o aluno, mas também de interesse geral.

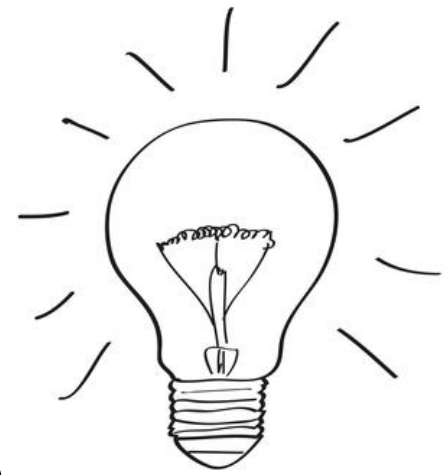
Ressaltar qualidades



Esta também pode ser a base para ações diversas, como:

- App iPad
- Assinatura Premium LinkedIn

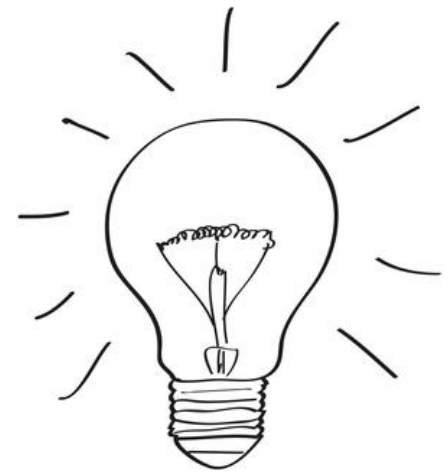
Desmitificar e experimental



Sugerimos a criação de um curso gratuito que use toda a metodologia e recursos técnicos, e que seja complementar e não concorrente com a grade.

Por exemplo, métodos de produtividade (ex: GTD), que ajudarão o futuro aluno a se sentir seguro em ter a disciplina necessária.

Desmitificar e experimental



Também precisamos investir em conteúdo, relacionamento com influenciadores, mídia segmentada e eventos, para mostrar que a formação à distância é plenamente aceita pelo mercado e que o aluno é tão ou mais preparado que os demais.

Próximos passos

- **Detalhar Planejamento estratégico/ tático**
- **Redigir/ adaptar Social Playbook**
- **Formatar canais oficiais**
- **Iniciar ações integradas (mídia, buzz, influenciadores e conteúdo)**

frog

Inteligência e Soluções
em redes sociais



@agenciafrog



/agenciafrog

#obrigado!



Membro internacional da WOMMA, Associação Mundial do Marketing Boca-a-Boca, desde 2009.
Primeira agência latino-americana a ganhar o Wommy Awards, oscar das redes sociais.

