

## Branding Educacional

Escrito por Luciane Chiodi Nogueira  
Qua, 12 de Setembro de 2007 21:00

---

### Branding Educacional

Luciane Chiodi Nogueira

Quem nunca se sentiu perdido quando foi ao supermercado devido à infinidade de marcas disponíveis? Quantas vezes ficamos em dúvida entre uma marca e outra? Quantas vezes fazemos a opção pelo preço? Quantas vezes as nossas opções são levadas pelas nossas emoções? Quantas vezes a razão fala mais alto?

Estamos expostos a uma guerra incessante entre marcas de todo o mundo. Cada uma delas tem uma promessa, ou um diferencial que faz com que a gente faça a opção por uma determinada marca.

As marcas estão em toda parte, e muitas vezes elas ocupam um lugar de destaque dentro de nossos corações. Desde a hora que acordamos até a hora em que vamos dormir estamos em contato com elas. Somente no café da manhã estamos em contato com uma infinidade de marcas diferentes (café, manteiga, leite, pão, queijo, xícara, açúcar, coador de papel, cafeteira, etc...) Quando tomamos banho mais uma infinidade (xampu, condicionador, sabonete, creme de barbear, escova de dente, pasta de dente, etc...) E quando vamos para o trabalho então? (Lojas, carros, motos, prédios, faixas, etc...). Todas enlouquecidas querendo chamar a nossa atenção e querendo nos seduzir de alguma maneira.

Para qualquer Instituição de Ensino a Marca é seu bem mais valioso. É a marca que vai fazer com que o aluno faça a opção por determinada escola ou faculdade e é a marca que vai dar o toque de magia que aluno tanto gosta.

Um assunto que tem tomado muito tempo dos gestores é como fazer com que a marca de sua escola seja percebida no meio de tantas outras que brigam por um lugar nas nossas mentes e também em nossos corações. Os cursos oferecidos pelas Instituições de Ensino estão se tornando produtos massificados, e uma das estratégias de fazer com que esses cursos não virem commodities é apostando na sua Marca.

Mas o que é marca? Segundo Kotler, a marca é um termo, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação deles, que deve identificar os bens ou serviços de uma empresa e diferenciá-los daqueles que são seus concorrentes.

Resumindo, a marca é um nome atribuído a um produto ou serviço. Mas, é um nome muito forte, "impactante", que é capaz de fazer um aluno ir direto até a sua Instituição e fazer a inscrição em algum de seus cursos. É a marca que faz com que o curso oferecido seja destaque no mar de opções que existem no mercado educacional.

Mas para que isso aconteça é necessário que a Instituição de Ensino tenha uma Gestão com foco na Marca, também conhecido como Branding.

O Branding é um trabalho de construção de uma marca que exige uma nova postura empresarial. Sua execução é tomada por ações que a posicionam e a divulgam no mercado. É um conjunto de ações entre a marca e todos os seus públicos. Uma dinâmica de relações que

## Branding Educacional

Escrito por Luciane Chiodi Nogueira  
Qua, 12 de Setembro de 2007 21:00

---

tem como objetivo potencializar as percepções acerca de uma marca, que é fundamentada acima de tudo na missão, cultura, visão e valores da empresa.

Para desenvolver uma marca não é simplesmente criar um logotipo bem feito, inventar dois ou três atributos e mostrar a segurança de uma marca tradicional. É necessário todo um estudo sobre a marca, conhecer toda a cultura, a história, as necessidades, os pontos fortes e a partir daí traçar o seu plano de branding. Tudo tem que ser feito minuciosamente para oferecer ao público somente o que é possível para a marca. Jamais um gestor deve colocar atributos inexistentes, pois é meio caminho para a marca cair no anonimato.

A marca da escola deve mostrar claramente o que ela deve representar e, ao menos implicitamente, o que ela não é. A marca é planejada para capturar os pontos de diferença da marca, isto é, aquilo que é exclusivo dela.

E é claro que para saber exatamente o que é a sua marca, é necessário que se faça um exame da marca por meio de algum tipo de pesquisa. A marca pode beneficiar-se das informações obtidas através dessas pesquisas, pois os resultados podem surpreender e muito.

É importante lembrar também que muitas vezes os alunos são muito mais bem informados do que as próprios gestores e por isso precisam de relações estáveis que proporcionem a sensação de credibilidade e admiração pela marca.

As Instituições de Ensino precisam entender que o poder de sua Marca está com todas as pessoas envolvidas com ela. E o poder dessa marca depende do que essas pessoas pensam e sentem sobre ela. As associações e o significado que a marca consegue transmitir para seu público é simplesmente o que a instituição é.

Para os gestores que não conhecem ainda o Branding e tenham vontade de conhecer um pouquinho mais, existem consultorias especializadas nisso. Uma delas é a ABCBranding, da qual sou Diretora Executiva. Luciane Chiodi