



Contato Telefônico Oculto

Entenda como as escolas realizam o atendimento telefônico das famílias interessadas

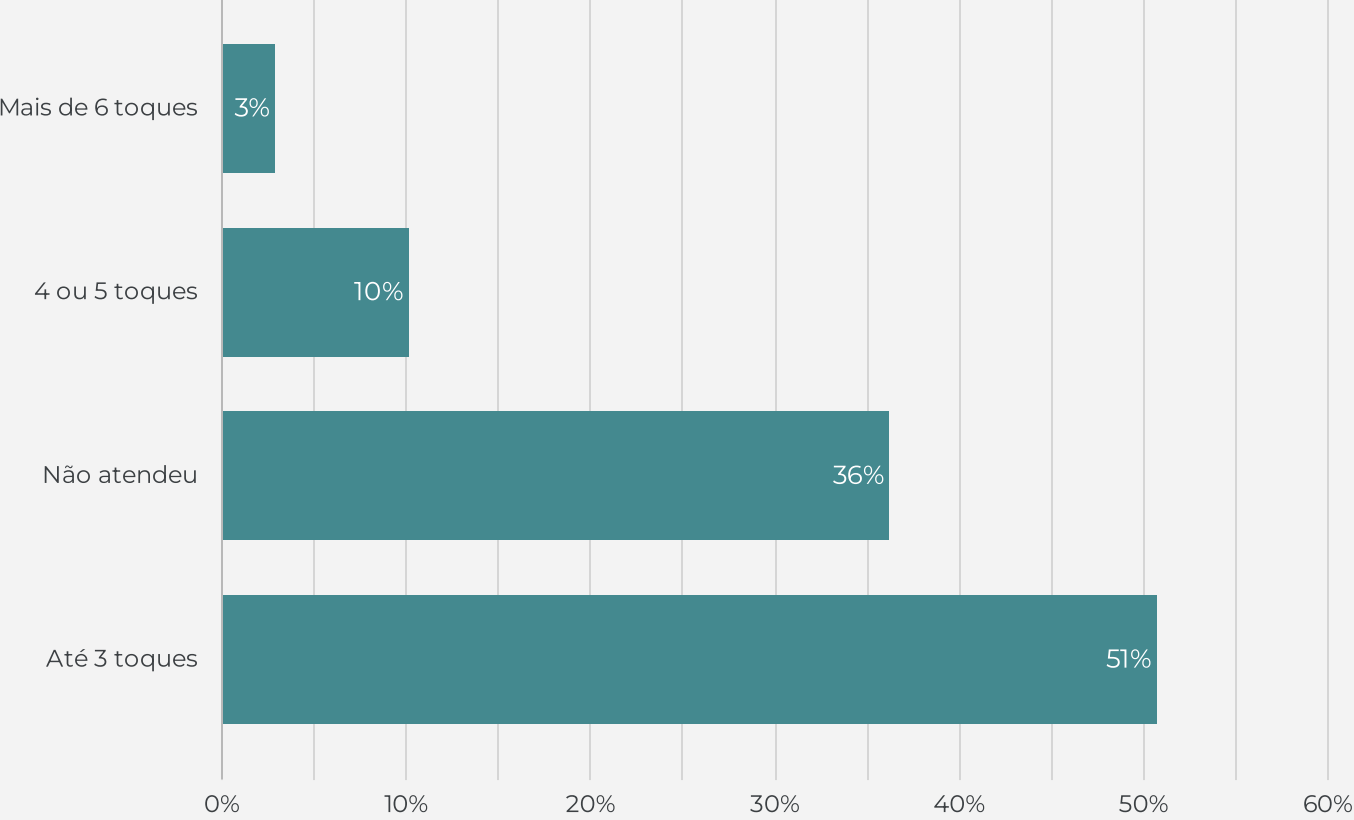
A SchoolAdvisor realizou um estudo estruturado de contato oculto por telefone com **mais de 70 escolas assinantes**, simulando a jornada real de uma família interessada em matrícula.

Mais do que medir desempenho, esse processo revela como as escolas se comportam no momento mais crítico do funil: o primeiro contato. É nessa etapa que se forma a primeira impressão e, muitas vezes, a decisão de continuar ou abandonar o interesse.

Confira os **resultados** deste estudo:

Número de toques até atender

Quanto tempo as escolas demoram em média para atender a ligação.



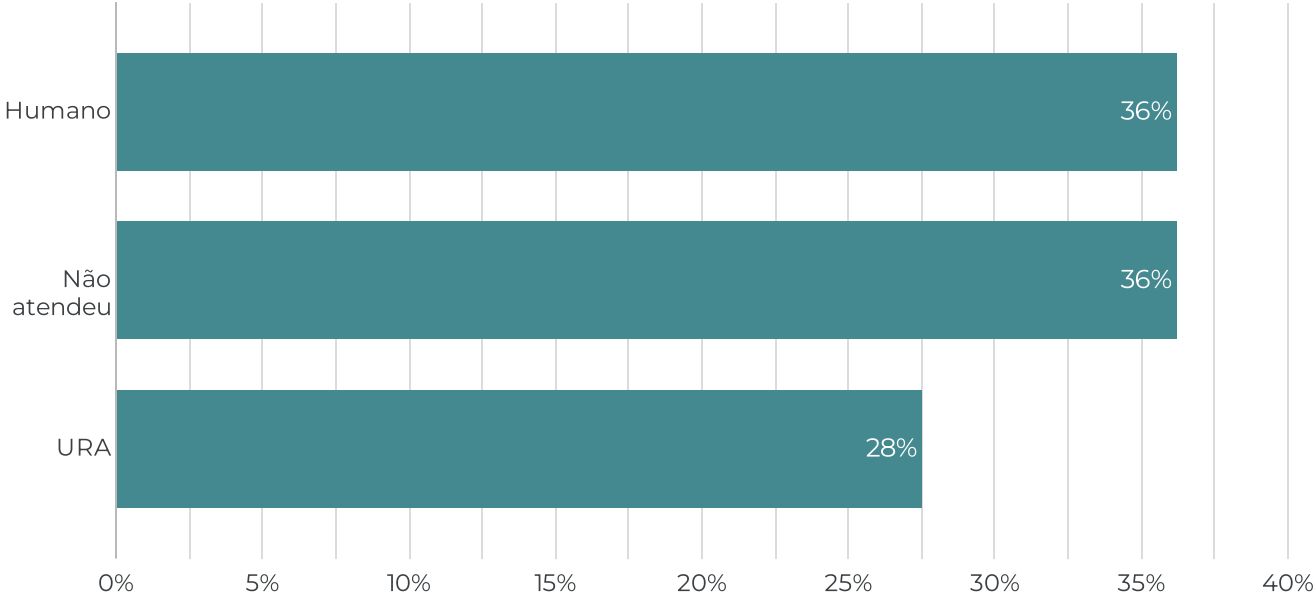
A **agilidade no atendimento é um fator determinante** para a retenção das famílias.

O **padrão de excelência é o atendimento em até 3 toques (cerca de 10 a 12 segundos)**. Quando a chamada atinge o 4º toque (aproximadamente 15 a 18 segundos), o nível de frustração do interlocutor sobe e o risco de perda do lead aumenta.

Ao chegar no 5º toque (cerca de 20 a 22 segundos), a percepção de desorganização se acentua; estatísticas mostram que, após o 6º toque, a taxa de desistência ultrapassa 70%.

Tipo de Atendimento

No primeiro contato do interessado, quantas escolas têm o atendimento feito por uma pessoa ou por uma URA. Veja como as escolas se distribuem entre atendimento humano e automatizado.

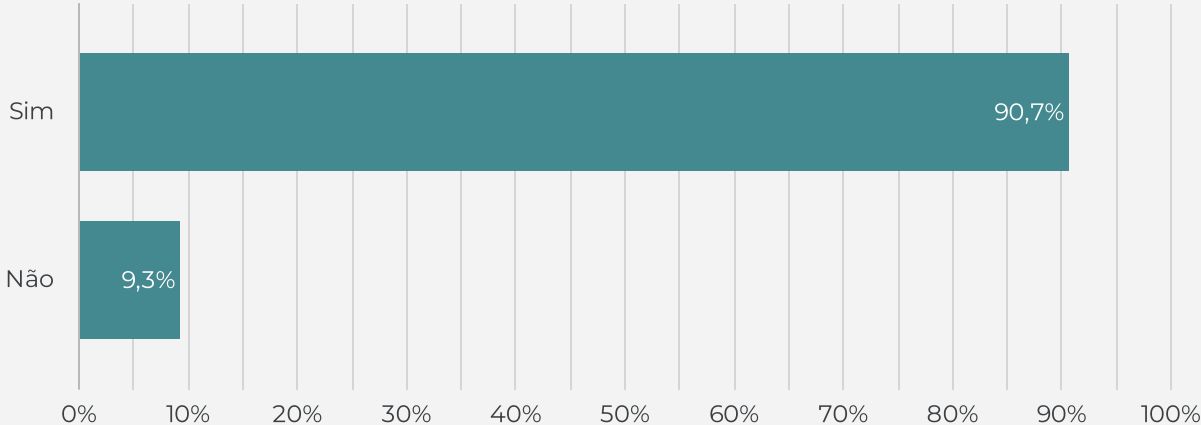


Um **primeiro atendimento eficiente**, seja por URA ou por uma pessoa, **deve ser ágil, claro e acolhedor**.

Ele precisa confirmar o contato do interessado, orientar os próximos passos e transmitir disponibilidade para dar continuidade ao atendimento, **criando uma boa primeira impressão e preparando o terreno para o relacionamento com a escola**.

Cordialidade e Personalização

A educação do atendente e a personalização do contato.

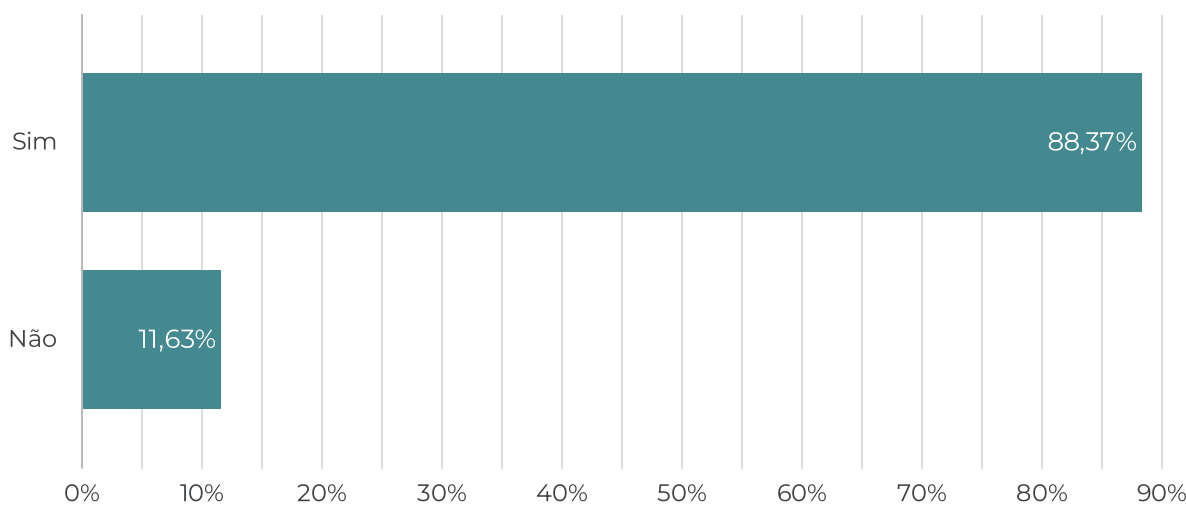


Escolher uma escola é emocional.

A **cordialidade e o uso do nome criam um vínculo humano imediato**, antecipando o acolhimento e o cuidado individualizado que o aluno receberá na instituição.

Sondagem

O interesse em entender o perfil do potencial aluno.

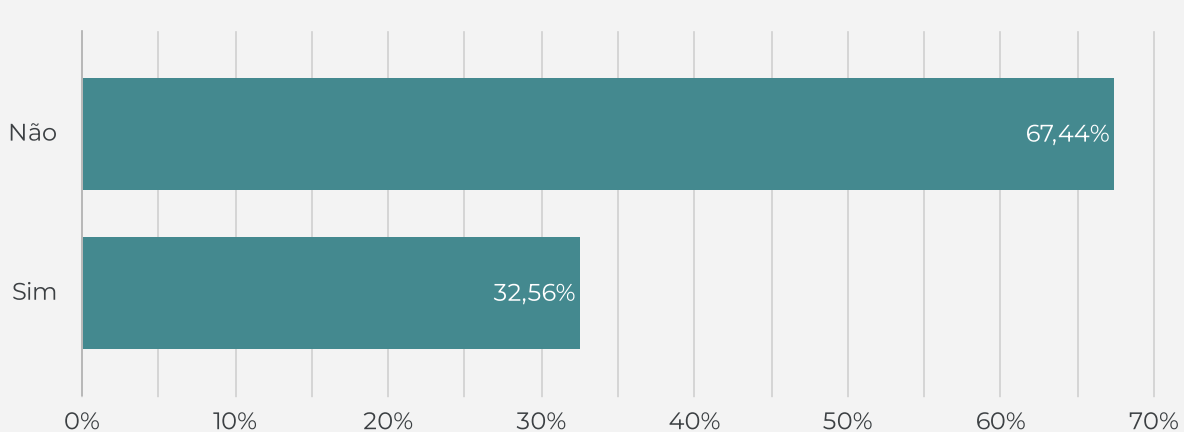


Sondar as informações do cliente e filho(a)(s) **permite um atendimento consultivo**. Sem isso, a conversa fica genérica.

Entender a necessidade específica da família é crucial para oferecer os diferenciais certos.

Apresentação

A capacidade de "vender" a escola, apresentando seus pontos fortes e o processo de matrícula.

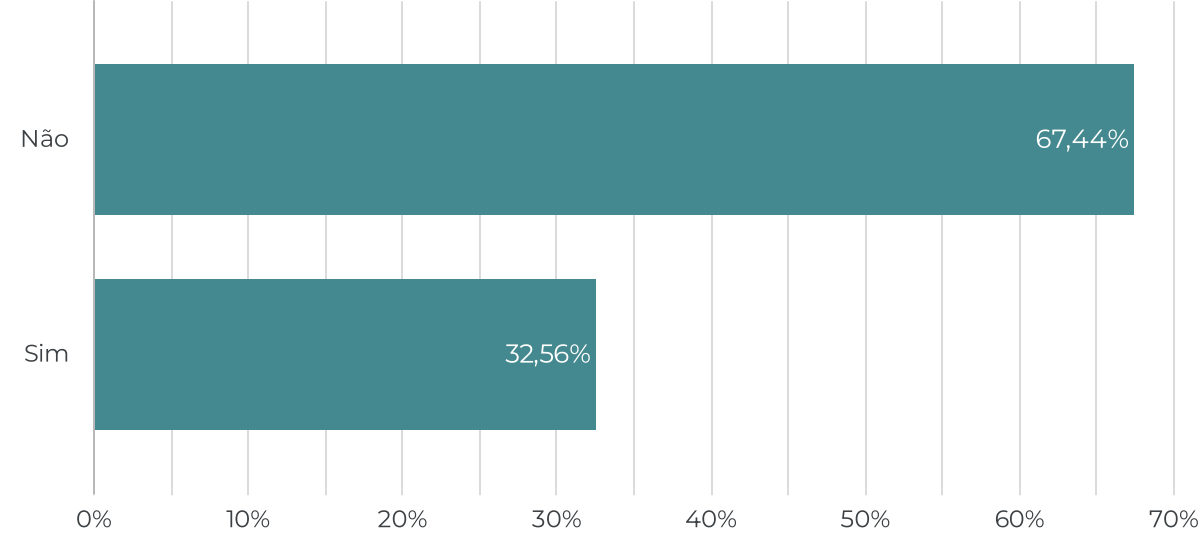


É a hora de **vender valor**.

Explicar diferenciais e o processo de matrícula gera autoridade, justifica o investimento e elimina dúvidas que poderiam impedir a decisão de compra da família.

Fechamento

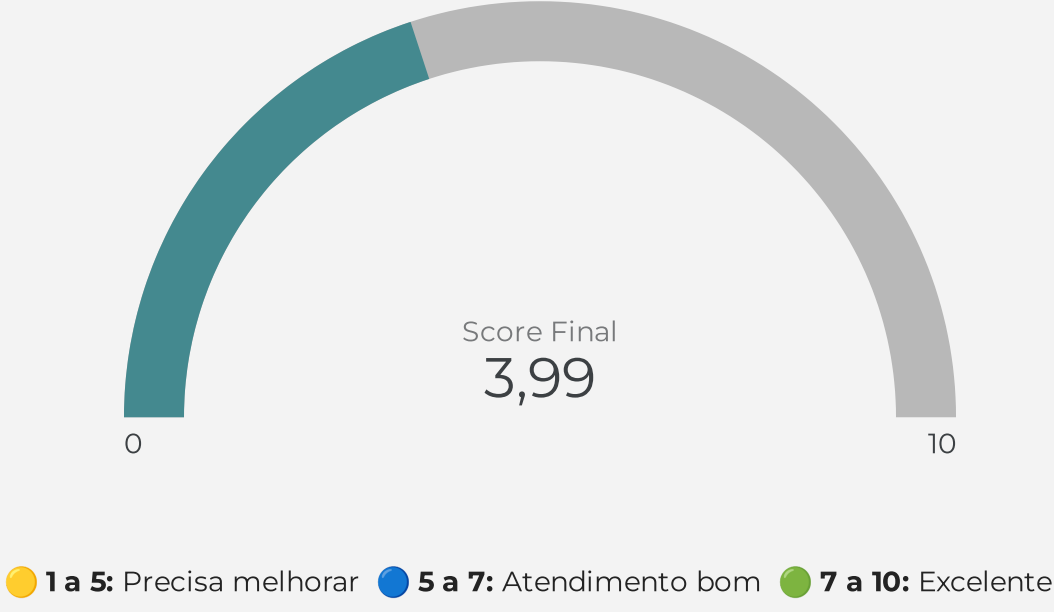
A tentativa de levar o contato para a próxima etapa (a visita).



O foco da ligação é levar a família para a escola.

O **convite para visita é o passo decisivo**. Sem ele, o processo trava e perde-se a chance de encantar a família presencialmente.

Score Final



Cálculo do Score Final: A nota final **não é uma média simples, mas a soma ponderada dos cinco pilares de atendimento, totalizando 10 pontos**.

O algoritmo atribui pesos estratégicos a cada etapa do funil: **Cordialidade e Fechamento possuem o maior impacto** (2,5 pontos cada), seguidos pela **Apresentação** (2,0 pontos), **Prontidão** (1,5 pontos) e **Sondagem** (1,5 pontos).

Essa composição reflete que, para converter matrículas, a conexão humana e o convite para visita são tão cruciais quanto a técnica de vendas.

Insights e recomendações práticas

O resultado médio geral reforça um ponto central: o desafio das escolas não está apenas em atender, mas em conduzir o atendimento como uma jornada de conversão.

Veja as principais fragilidades das escolas e saiba como otimizar o processo na sua instituição:

1. Velocidade impacta diretamente a conversão
Há uma parcela significativa das escolas que demora a atender a ligação ou sequer atende. Como a taxa de desistência cresce rapidamente após poucos toques, agilidade deve ser tratada como pré-requisito.

2. Apresentar valor é essencial
Muitas escolas deixam de comunicar seus diferenciais e o processo de matrícula. Padronizar um discurso claro, adaptável ao perfil da família, fortalece a percepção de valor.

3. O maior gargalo está no fechamento
A baixa incidência de convite para visita compromete o avanço no funil. Esse convite deve ser parte obrigatória do atendimento, com preparo da equipe para conduzir esse momento.

Escolas que estruturam melhor seu atendimento não apenas respondem mais rápido. Elas constroem relacionamento, transmitem valor e aumentam sua capacidade de **converter interesse em matrícula**.

