

# Plano de engajamento

Ações para atrair estudantes para as escolas integrais

Ensino Médio em Tempo Integral

# Índice

**1**

## **Introdução**

- O que é o material e como usar?
- O que é a campanha de matrículas?

**2**

## **Com quem conversar?**

- Quais são os públicos envolvidos na campanha

**3**

## **Materiais de divulgação (peças)**

- Mensagens principais das peças
- Peças desenvolvidas na campanha
- Como utilizar as peças editáveis
- Possíveis argumentos do modelo

**4**

## **Ações de engajamento**

- Detalhes e boas práticas
- Como as ações estão explicadas
- Ações e iniciativas para colocar o plano em prática

**5**

## **Cronograma**

**6**

## **Próximos passos**

# Introdução

# Bem-vindos e bem-vindas ao Plano de Engajamento do Ensino Médio em Tempo Integral!

## O que é o plano?

O Plano de Engajamento tem o objetivo de te apoiar no aumento de matrículas e permanência dos estudantes nas escolas de Ensino Médio em Tempo Integral da rede.

Ele é uma ferramenta de planejamento que ajuda a visualizar e organizar o progresso de um projeto.

Sabemos que existem diferentes desafios neste cenário e, por isso, ao longo deste documento você irá encontrar as **principais recomendações e dicas para colocar o plano em prática.**

## Como usar da melhor forma?

Para utilizá-lo da melhor maneira, o plano está **segmentado em capítulos** que dialogam sobre diferentes assuntos que envolvem o modelo de Ensino Médio em Tempo Integral, buscando auxiliar na sua implementação.

Aqui, você poderá entender mais sobre qual história queremos contar e que ações podem ajudar no convencimento do estudante ao diretor.

Uma ótima leitura! Vamos juntos?

## O que é a campanha de matrículas?

Primeiro, é importante entender o que é a campanha de matrículas. Uma campanha compreende um **esforço concentrado e temporário de divulgação** de um tema específico, nesse caso, dos diferenciais de se estudar em uma escola integral da rede, a fim de aumentar a quantidade de matrículas.

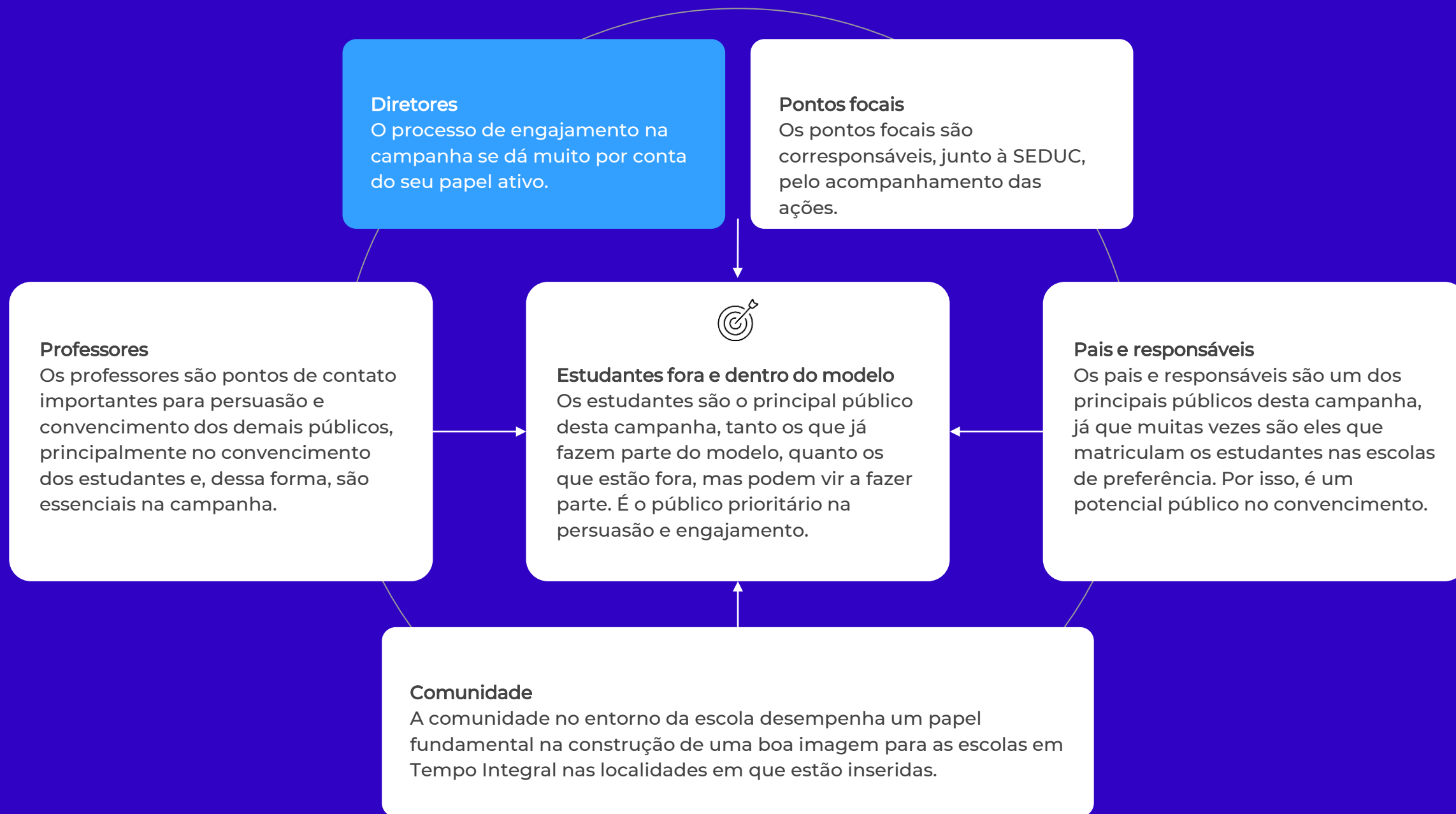
O objetivo da campanha é mostrar esses diferenciais para os mais diversos públicos de interesse, auxiliando no convencimento dos estudantes, pais e responsáveis, professores, comunidade, e assim por diante.

A campanha é **composta por materiais de divulgação/peças e ações de engajamento (capítulos 3 e 4)** que ajudam na disseminação desses materiais e diferenciais do modelo integral. As peças e ações serão apresentadas ao longo deste documento. Vamos seguindo!

# Com quem conversar?

Públicos importantes para engajar  
na campanha de matrículas

# Públicos envolvidos



# Materiais de divulgação (peças)

Peças e histórias que queremos contar para a atração dos estudantes para as Escolas de Tempo Integral



# Peças da campanha

Quais peças teremos na campanha e como utilizá-las da melhor forma

[Clique aqui para acessar todas as peças da campanha](#)

**Cartazes para possível impressão** - Os cartazes são peças importantes na campanha. Por isso, é importante que eles **sejam impressos e colados em lugares de maior movimentação** dentro da escola ou em pontos com essa característica na comunidade do entorno, buscando que mais pessoas vejam o material.

**Folheto para possível impressão** - O folheto é uma peça que tem como objetivo **aumentar o alcance da comunicação**. Dessa forma, ele deve ser impresso e distribuído para pessoas que potencializem a campanha, como pais, familiares, pessoas da comunidade, estudantes, e assim por diante. *Observação: o Instituto não será responsável pela impressão desse material.*

**Posts de redes sociais** - As peças digitais podem ser **compartilhadas nas redes sociais das escolas, como Facebook e Instagram, e até mesmo em grupos de WhatsApp** com pais e responsáveis, corpo escolar e estudantes — o que for possível para a escola. Lembre-se sempre de colocar uma legenda no post ou na mensagem do WhatsApp para ajudar na mensagem.

**Peças editáveis** - As peças digitais têm versões editáveis em PPT para que consigam utilizar em diferentes formatos e com outros objetivos, podendo criar novos conteúdos a partir delas.

# Mensagens principais

Mensagens presentes nos materiais de divulgação que serão disponibilizados

## É sobre escolher melhor o jeito de usar seu tempo

Estudar em tempo integral não é sobre ficar mais tempo na escola, é sobre **escolher o melhor jeito de usar esse tempo**. Essa é uma das melhores partes: dá tempo pra tudo!

O tempo que você ganha na escola te ajuda a **desenvolver habilidades que vão ser úteis hoje, na escola e na vida, e amanhã também, na hora de conquistar tudo o que você quer**.

## O que vale é ter vontade de descobrir e explorar

Você nem precisa saber qual é o seu sonho de vida agora. É sem pressão mesmo! **O que vale é ter vontade de descobrir e explorar**. Respira fundo e relaxa. Essa fase da vida foi feita pra isso mesmo: experimentar, tentar, descobrir e, claro, errar. Sem medo disso, tá? **A gente tá aqui pra aprender e só se aprende tentando. Essa é a hora certa de descobrir**.

## Com o Ensino em Tempo Integral, todo mundo sai ganhando

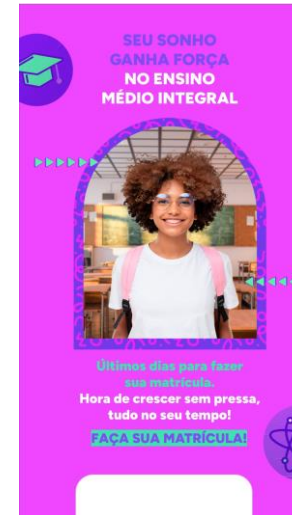
O ensino em tempo integral é como se você ganhasse um monte de peças novas para montar o quebra-cabeça da vida. **Uma coisa é certa: a gente tem que se preparar e se desenvolver para realizar nossos sonhos**. O modelo funciona como um **impulsionador do presente e do futuro**, te dando a chance de levar os aprendizados feitos na escola pra sempre.

# Peças da campanha

Banner para o site



Story



Cards para redes sociais



Folheto



Cartazes



# Como trabalhar com as peças editáveis?

O que podemos mudar nas peças:

**Imagens** - As imagens podem ser substituídas por outras fotos com novos estudantes, professores, diretores e assim por diante.



**Elementos** - Os elementos também são possíveis de editar nas peças, criando oportunidades de trabalhar com eles de formas distintas.



[Clique aqui para acessar as peças editáveis](#)

**Cores** - O fundo também pode ser alterado a partir da cor.

**Texto** - O texto dentro das peças pode ser substituído. Além disso, é possível adicionar mais caixas de texto dentro das peças.

**Logo** - Este é o espaço para incluir os logos necessários. Exemplo: da Secretaria. É só copiar e colar em cima do espaço.

# Argumentos do modelo

Mensagens e resultados que podem ser utilizados como argumentos do modelo

- Oferece **formação ampla e conectada** com a realidade de vida dos estudantes;
- Incentiva os jovens a **tomarem decisões sobre o futuro** e compartilhar responsabilidades;
- Ampliação da jornada escolar que resulta em **maior aprendizagem e conteúdos pedagógicos diversos**;
- **Maiores níveis de aprendizagem** em Língua Portuguesa e Matemática;
- Estudantes com **salário médio mensal maior** e ocupados em setores de alta qualificação;
- Impactos expressivos na **redução das taxas de evasão**, especialmente aos estudantes com atraso escolar;
- Aprovado por 84% da população e **3 em cada 4 pais querem que seus filhos estudem no integral**;
- Estudantes enxergam **mais utilidade no que aprendem e avaliam as aulas mais positivamente**.

# Ações de engajamento

Compilado de ações, direcionamentos e orientações para implementar o plano de acordo com a realidade da rede

## Detalhes e boas práticas do plano

- As ações e iniciativas aqui presentes, apesar de terem foco na campanha pontual de matrículas das escolas do modelo em Tempo Integral, foram **pensadas para reutilização em momentos futuros, levando em conta até a permanência de estudantes no modelo integral;**
- As iniciativas visam alcançar os **estudantes como enfoque principal**, mas **atendem outros públicos** envolvidos na comunidade escolar, como pais e responsáveis, professores, e assim por diante;
- As ações são sinalizadas com **grau de complexidade** para sua realização, a fim de auxiliar no planejamento e implementação das mesmas;
- Todas as ações são **propostas adaptáveis** a depender das condições e recursos disponíveis. Ou seja, você pode realizar quais ações achar pertinente;
- As ações são um recurso e não estão escritas em pedras. **Use-as como inspiração e bússola para desenvolver iniciativas que façam mais sentido para o dia a dia das escolas. Vocês são os protagonistas!**

## Como as ações estão explicadas

- As iniciativas são detalhadas por meio de caixas que indicam:
  - "Para quem" a ação está sendo realizada;
  - Qual seu "Objetivo";
  - A "Duração" sugerida para a iniciativa;
  - Quais "Indicadores" ajudam a mensurar seu sucesso;
  - "Onde será" realizada;

Todas as ações têm um texto descritivo sobre o que se trata a proposta.

- Por fim, como mencionado anteriormente, **as descrições das ações são sugestões e podem ser adaptadas a depender de recursos e necessidades.**



## Quadro Geral

Quadro resumo com as ações presentes no plano, detalhadas a seguir

NOME DA AÇÃO	COMPLEXIDADE	PÚBLICO
<a href="#">Pílula com estudante egresso</a>	Baixa	Estudantes, pais e responsáveis
<a href="#">Rodas de conversa</a>	Baixa	Estudantes
<a href="#">Vídeo: você no integral</a>	Baixa	Estudantes
<a href="#">Papou com professores: matrículas no integral</a>	Baixa	Professores
<a href="#">Comunicação de jovem para a família</a>	Baixa	Estudantes, pais e responsáveis
<a href="#">Programa de indicações</a>	Baixa	Estudantes
<a href="#">Áudios-depoimentos</a>	Baixa	Estudantes, pais e responsáveis
<a href="#">O que é o integral pra você?</a>	Baixa	Estudantes, pais e responsáveis

## Quadro Geral

Quadro resumo com as ações presentes no plano, detalhadas a seguir

NOME DA AÇÃO	COMPLEXIDADE	PÚBLICO
<a href="#">Café da manhã integral</a>	Média	Pais e responsáveis, comunidade
<a href="#">Semana do protagonismo</a>	Média	Estudantes, pais e responsáveis e comunidade
<a href="#">Gamificação</a>	Média	Estudantes
<a href="#">Parcerias comunitárias</a>	Média	Comunidade e estudantes fora do modelo
<a href="#">Líderes da comunidade</a>	Média	Pais e responsáveis, comunidade
<a href="#">Tira dúvidas: Zap do integral</a>	Média	Estudantes, pais e responsáveis
<a href="#">FAQ Integral</a>	Média	Estudantes, pais e responsáveis
<a href="#">Estudantes na mídia</a>	Média	Estudantes e comunidade
<a href="#">Desafio no TikTok</a>	Alta	Estudantes

# Pílula com estudante egresso

Baixa complexidade

O que é essa ação



Realização de um momento pílula, ou seja, de uma fala mais "objetiva" de um estudante egresso que seja promotor do modelo para contar sua história conectando aos benefícios que a educação em tempo integral trouxe para sua vida. A ideia é que seja uma fala mais rápida, de até 15 minutos, com tom inspiracional e motivador aos estudantes de uma escola do modelo. Essa fala pode ser presencial conectada a alguma ação com estudantes ou como um vídeo curto que pode ser compartilhado com os mesmos.

Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis

Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

Duração



Ação pontual que pode ser conectada com outra ação do plano

Indicadores



Quantidade de participantes  
Quantidade de acessos (em formato online)

Onde será



Presencial nas escolas do modelo; divulgação no WhatsApp e redes sociais

Investimento



-

# Rodas de conversa

Baixa complexidade

## O que é essa ação



Organização de rodas de conversa ministradas pelos próprios estudantes do modelo (ou estudantes egressos do mesmo) sobre diversas temáticas possíveis: futuro, carreira, propósito, práticas do modelo, e por aí vai. Vale mostrar a importância deles nesse processo de matrículas, tanto para incentivar seus pais e responsáveis na rematrícula, quanto também no envolvimento dos mesmos com colegas que estão fora do modelo, indicações de amigos, e assim por diante.

A ideia é ser um momento estudante para estudante. Para isso, vale incentivar que os estudantes organizem as rodas de conversa em momentos estratégicos para a escola, como durante a campanha de matrículas, no retorno das férias, no planejamento das atividades, e assim por diante. Essas rodas podem acontecer convidando estudantes de outras escolas e até mesmo a comunidade.

## Para quem



Estudantes

## Duração



Ação pontual

## Onde será



Presencial

## Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

## Indicadores



Quantidade de participantes

## Investimento



-

# Vídeo: você no integral

Baixa complexidade

O que é essa ação



Além do plano de ações, a Secretaria terá acesso a um vídeo produzido sobre o modelo com estudantes da própria rede. Dessa forma, é essencial buscar estratégias para aumentar o alcance desse conteúdo. Esse compartilhamento pode ser feito em:

- Grupos de Whatsapp com pais e responsáveis;
- Redes sociais das escolas;
- Divulgação para os estudantes;
- Redes sociais dos diretores e professores;
- Eventos presenciais propostos no plano de engajamento.

Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis

Duração



Ação periódica

Onde será



Online

Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

Indicadores



Quantidade de compartilhamentos

Investimento



-

# Papo com professores: matrículas no integral

Baixa complexidade

O que é essa ação



Semelhante a outra ação de ter um papo, realizar uma roda de conversa agora com os professores das escolas do modelo para mostrar a importância deles nesse processo de matrículas no incentivo aos estudantes. A ideia é ser uma conversa sincera e aberta para mostrar a importância do professor nesse convencimento com um professor que seja defensor do modelo. Além disso, vale também convidar professores e gestores de outras escolas fora do modelo.

Para quem



Professores

Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

Duração



Ação pontual

Indicadores



Quantidade de participantes

Onde será



Presencial

Investimento



-

# Comunicação do jovem para a família

Baixa complexidade

O que é essa ação



Encaminhar conteúdos (como cartazes, folders, e afins) por meio dos estudantes de escolas de tempo integral com informativos que despertam curiosidade e estimulem a participação dos pais e responsáveis na educação e no engajamento do modelo. A ideia é utilizar os estudantes como ponte para acessar os pais e responsáveis e envolverem eles neste momento de matrículas.

Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis

Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

Duração



Ação perene

Indicadores



Quantidade de impressos distribuídos

Onde será



Offline

Investimento



\$

# Programa de indicações

Baixa complexidade

O que é essa ação



Desenvolvimento de um programa de indicação para os estudantes. A ideia é que tanto o estudante que se matricular por indicação e o outro estudante do modelo que indicou sejam reconhecidos/premiados de alguma forma dentro das escolas. O reconhecimento dos estudantes poderiam ser através de ingressos para o cinema ou museu, livros, “medalhas” simbólicas, posts nas redes sociais, assim por diante.

Para quem



Estudantes

Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

Duração



Ação perene

Indicadores



Quantidade de indicações

Onde será



Offline

Investimento



-



# Áudios-depoimento

Baixa complexidade

## O que é essa ação



Colher depoimentos de estudantes influenciadores e promotores que fazem parte das escolas do modelo em áudios para utilizar como material de divulgação da campanha de matrículas e engajamento do modelo. O depoimento deve ser sincero, espontâneo e curto, com uma comunicação de estudante para estudante. Os áudios podem ser compartilhados nos grupos de WhatsApp entre as escolas e pais ou responsáveis. Além disso, é importante que o áudio esteja vinculado a uma mensagem chamativa para engajar as pessoas a ouvirem o depoimento, por exemplo:  
“Quer saber como descobrimos o seu futuro juntos no integral? Então dá o play!”

## Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis

## Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

## Duração



Ação perene (a ser ativada em momentos estratégicos)

## Indicadores



Quantidade de compartilhamentos

## Onde será



Online (grupos de WhatsApp)

## Investimento



-

# O que é o integral pra você?

## O que é essa ação



Criação de vídeos curtos em formato de stories com a participação de líderes de gabinete, pessoas da Secretaria, diretores, professores e estudantes para falar sobre as características do modelo de Ensino Médio em Tempo Integral. A ideia é ter vários vídeos rápidos usando um desses protagonistas e falando sobre um dos benefícios e/ou práticas do modelo. Os vídeos podem ser divulgados nas redes sociais da Secretaria e das escolas e feitos pelos próprios celulares dos estudantes, sem necessariamente precisar de uma produção refinada.

## Baixa complexidade

### Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis  
Professores  
Gestores

### Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

### Duração



Ação perene

### Indicadores



Quantidade de compartilhamentos

### Onde será



Redes sociais (stories)

### Investimento



-

# Café da manhã integral

## O que é essa ação



Realizar um café da manhã aberto com pais ou responsáveis, estudantes e influentes da comunidade para promover diálogos sobre o modelo e incentivar as matrículas. O café da manhã pode estar conectado com outras ações, tais como:

- Rodas de conversa com estudantes egressos;
- Palestras de professores e estudantes;
- Iniciativas dos clubes de protagonismo;
- Plantão de dúvidas sobre como se matricular.

## Para quem



Pais e responsáveis  
Comunidade escolar

## Duração



Ação pontual que pode ser replicada de acordo com os recursos da escola

## Onde será



Presencial nas escolas do modelo

## Média complexidade

## Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

## Indicadores



Quantidade de participantes  
Número de matrículas durante a ação

## Investimento



-

# Semana do protagonismo

## O que é essa ação



Organização de uma semana com diversas iniciativas, práticas e atividades que mostrem o dia a dia e benefícios das escolas. Além disso, ser um momento de orientação dos estudantes acolhedores, projetos desenvolvidos pelos clubes de protagonismo, e assim por diante. Essa ação pode contemplar outras ações dentro dela, como o café integral, pílula com estudante egresso, rodas de conversa, etc. Outra prática importante é convidar gestores e estudantes de outras escolas fora do modelo para conhecer esse formato. Uma boa prática importante para esse momento é a mobilização e engajamento da comunidade para visitar a escola durante a semana.

## Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis  
Comunidade escolar

## Duração



Duração em uma semana

## Onde será



Presencial nas escolas do modelo  
Comunicação nas redes sociais

## Média complexidade

## Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

## Indicadores



Quantidade de matrículas durante a semana  
Adesão dos estudantes

## Investimento



\$

# Gamificação

## O que é essa ação



Campanha de indicação com "missões" para os estudantes completarem durante as matrículas e concorrerem a prêmios. Por exemplo, o estudante que mais conseguiu marcar outros estudantes nas redes sociais para se matricular ganharia um ingresso pro cinema, ou algo do gênero.

## Média complexidade

### Para quem



Estudantes

### Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

### Duração



Ação perene durante a campanha

### Indicadores



Quantidade de indicações  
Quantidade de participações

### Onde será



Online e presencial

### Investimento



\$

# Parcerias comunitárias

## O que é essa ação



Distribuição de panfletos, cartazes ou outros materiais impressos de divulgação em lojas e empreendimentos locais ao redor da escola para aumentar o alcance da comunicação da campanha de matrículas.

## Média complexidade

### Para quem



Comunidade  
Estudantes fora do modelo

### Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

### Duração



Ação pontual

### Indicadores



Quantidade de parceiros

### Onde será



Presencial

### Investimento



\$

# Líderes da comunidade

## O que é essa ação



Mapear e envolver líderes da comunidade em momentos estratégicos da campanha de matrícula, por exemplo, em ações como a Semana de Protagonismo, Café da Manhã Integral, rodas de conversa, etc. O objetivo desta ação é que esses líderes sejam porta-vozes para falar sobre as matrículas nas escolas do modelo na comunidade. Os líderes são pessoas que exercem alguma influência na comunidade. Pensando nisso, é importante organizar um evento para conversar com esses líderes, entregar (ou mostrar) os materiais de divulgação e as mensagens da campanha, a fim de ajudar no convencimento dos pais e comunidade.

## Média complexidade

### Para quem



Comunidade  
Pais e responsáveis

### Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

### Duração



Ação pontual

### Indicadores



Quantidade de líderes envolvidos

### Onde será



Presencial

### Investimento



-

# Tira dúvidas: Zap do Integral

## O que é essa ação



Ter um canal no WhatsApp (ou outro meio utilizado no dia a dia) para contato direto com as escolas do modelo para tirar dúvidas sobre o Ensino Médio em Tempo Integral, campanha de matrículas e outras questões possíveis. A ideia é que o gestor, junto com os estudantes, organizem um Zap de tira dúvidas do Integral para pais e comunidade.

## Média complexidade

### Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis

### Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

### Duração



Ação perene (durante a campanha)

### Indicadores



Adesão dos usuários

### Onde será



Online

### Investimento



-



# FAQ Integral

## O que é essa ação



Criação (ou revisão) de uma aba/página da escola que reúne as principais dúvidas desse momento de matrículas com respostas didáticas que direcionem o leitor. A ideia é ser um lugar que facilite e ofereça informação de qualidade para pais ou responsáveis, comunidade e estudantes.

Como opção alternativa, essa ação pode ser um post na rede social das escolas ou no envio por WhatsApp.

## Para quem



Estudantes  
Pais e responsáveis

## Duração



Ação perene

## Onde será



Online (página ou redes sociais)

## Média complexidade

## Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

## Indicadores



Quantidade de acessos  
Ou engajamento com o conteúdo

## Investimento



-

# Estudantes na mídia

## O que é essa ação



Organização de um clube ou grupo de estudantes que tenham interesse pela área da comunicação para "gerenciar" uma linha editorial sobre a campanha de matrículas nas redes sociais das escolas. Esses estudantes seriam responsáveis por pensar temas, conteúdos, e publicações que - após a validação dos gestores da escola - seriam feitas pelas redes sociais da instituição. A ideia é dar autonomia para os estudantes produzirem de maneira orgânica e sincera sobre o modelo, engajando na campanha.

## Para quem



Estudantes  
Comunidade

## Duração



Ação perene

## Onde será



Redes sociais das escolas

## Média complexidade

## Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

## Indicadores



Quantidade de conteúdos

## Investimento



-

# Desafio no TikTok

Alta complexidade

O que é essa ação



Lançamento de um desafio entre os estudantes – que pode ser criado e decidido por eles mesmos – para que seja um exercício, dança ou missão a ser cumprida e gere repercussão sobre a campanha de matrículas, no acolhimento dos estudantes, ou qualquer outra prática que possa ser evidenciada..

O sucesso dessa ação é conseguir envolver os estudantes desde a criação do desafio até seu compartilhamento, envolvendo o tema de matrículas.

Para quem



Estudantes

Duração



Ação pontual

Onde será



Online (TikTok e/ou reels do Instagram))

Objetivo



Aumentar a quantidade de matrículas nas escolas do modelo

Indicadores



Engajamento digital

Investimento



-

# Quais indicadores podem ajudar a mensurar o sucesso das ações?

Indicador de sucesso	Fórmula (como medimos)	Fonte (de onde colhemos essa informação)
Quantidade de matrículas	Comparativo entre o número de matrículas da campanha anterior com a campanha atual	Somatória de matrículas das escolas pelo controle do diretor
Transferência de estudantes da rede regular para integral	Comparativo da quantidade de transferência depois da campanha com o ano anterior	Somatória de transferências nas escolas pelo controle do diretor
Diferença de estudantes que saem da escola integral entre anos distintos	Comparativo da quantidade de transferência de estudantes do integral para o modelo regular depois da campanha com o ano anterior	Somatória de transferências nas escolas pelo controle do diretor
Quantidade de ações que foram realizadas pela escola	Número de ações implementadas	Controle do diretor
Engajamento digital com os conteúdos do Ensino Médio em Tempo Integral	Interações (reações + compartilhamentos + comentários + cliques) / Alcance	Métricas geradas pelo próprio Instagram que mensura o desempenho das publicações

# Cronograma

Entendendo como montar o seu cronograma de ações

# Diretrizes de como montar um cronograma

- 1** O primeiro passo para definir seu cronograma é revisitar e entender os **principais desafios enfrentados e prioridades** na campanha de matrículas. Dessa forma, você consegue entender quais ações funcionam melhor para suas necessidades.
- 2** Depois disso, é essencial compreender **seus recursos e disponibilidade** para realizar cada uma das ações anteriormente priorizadas. Dessa forma, você consegue fazer um segundo filtro e dividi-las pela complexidade que terão na sua implementação. Comece pelas mais simples e vá adicionando as ações mais complexas no decorrer do plano.
- 3** Por fim, comece a **organizar as ações escolhidas dentro do seu calendário escolar**, sempre lembrando das iniciativas de outras frentes que acontecem em paralelo e devem ser consideradas. A escolha das ações deve levar em conta sua periodicidade, algumas ações são pontuais, enquanto outras acontecem durante todo o ano letivo. É o momento de organizá-las dentro dos meses que competem sua campanha e entender o passo a passo para realizá-las.

Veja o exemplo a seguir:

# Exemplo de aplicação

Ações mapeadas dentro de três meses

## Mês 1

### Estudantes na mídia

#### Quem organiza?

Diretores, professores e estudantes

#### Para quem?

Comunidade e estudantes fora do modelo

#### O quê?

- Selecione os estudantes interessados;
- Defina a atuação do grupo;
- Acompanhe os conteúdos criados para compartilhar nas redes sociais.

## Mês 2

### Comunicação de jovem para família

#### Quem organiza?

Diretores

#### Para quem?

Pais e responsáveis, comunidade

#### O quê?

- Defina os melhores momentos para entregar esses materiais;
- Organize os folhetos;
- Faça a entrega nos eventos selecionados.

## Mês 3

#### Quem organiza?

Diretores e professores

#### Para quem?

Pais e responsáveis, comunidade

#### O quê?

- Defina uma data possível para a escola;
- Crie um convite. O material editável pode te ajudar;
- Convide pais, responsáveis e corpo escolar;
- Comunique de forma engajadora os participantes;
- Planeje as ações envolvidas no evento.

### Café da manhã integral

# Próximos passos

Hora de colocar o plano em ação!



## O que vem a seguir?

Com as ações e iniciativas definidas dentro da estratégia de comunicação, será possível realizar a campanha de matrículas de maneira assertiva, segura e aderente aos públicos de interesse da mesma.

Pensando nisso, agora é hora de aplicar o planejamento e mensurar o sucesso do plano tático, realizando ajustes e mudanças de rotas caso sejam necessárias. Este é um ponto de partida, mas vocês são protagonistas para criarem novas ações e ideias que façam sentido para a rede!

***Chegou a hora de colocar a mão na massa!***

**Vamos juntos?**

**Obrigado!**