



Poliedro
Educação

CONTEÚDO
C O M U N I C A Ç Ã O

CASE

A CONQUISTA DA QUALIFICAÇÃO DA MÍDIA EM TEMPOS DE PANDEMIA

QUEM É O POLIEDRO?

O Poliedro Educação é um grupo educacional com quase 30 anos de atividades, composto por três unidades de negócios – Sistema de Ensino, Colégio e Curso.

Com unidades próprias em **São José dos Campos, São Paulo e Campinas**, a instituição foi fundada por profissionais que acreditam que a educação transforma realidades. Assim, tem como objetivo a oferta de ensino de qualidade, baseada na formação integral do aluno.

Com a missão de ser referência nacional em educação, o Poliedro alia inovação e excelência pedagógica para fornecer metodologias e soluções educacionais eficientes, que estimulam o protagonismo do aluno, potencializando habilidades e permitindo o desenvolvimento do senso crítico e de responsabilidade, de modo a impactar a sociedade de forma positiva.

Além de suas unidades próprias, com **aproximadamente 7.500 estudantes**, o grupo apoia a formação de mais de 160 mil jovens das mais de 480 escolas associadas em todo o Brasil.

Especificamente sobre Pré-Vestibular, **o Poliedro Curso** é uma referência em aprovações nos processos seletivos mais desejados do País. Em 2021, os estudantes do Poliedro conquistaram 1.151 aprovações no Enem/SiSU (todos os cursos), além de excelentes resultados nos vestibulares de Medicina da Unifesp (75 aprovados), da USP (73 aprovados e o 1º lugar) e do Einstein (123 aprovados e o 1º lugar), e nos vestibulares do ITA (82 aprovados, com oito entre os top 20 das vagas privativas) e do IME (145 aprovados, com o 1º lugar nas categorias Ativa e Reserva e seis vagas dentro do top dez de cada categoria). Os alunos do Poliedro Curso também conquistaram a aprovação em 1º lugar para o curso de Medicina em outras renomadas instituições, entre elas a Unicamp, a Unesp, a Famema, a FMJ e a PUC Campinas.



CONTEXTO

Com a pandemia da Covid-19 e início do isolamento social, em março de 2020, a instituição enfrentou o desafio de acelerar o desenvolvimento de ferramentas digitais para a transferência da sala de aula para a casa dos alunos e para a continuidade do aprendizado.

Um momento para transição foi necessário. Ao longo do período, o Poliedro fez um esforço de vanguarda para migrar 100% de seus processos para o ambiente virtual e não mediu esforços para garantir total suporte educacional e psicológico aos estudantes.

Os Cursos e Colégios fizeram uma adaptação de todos os formatos e abordagens. Novas metodologias foram testadas e implementadas e novos métodos de avaliações e simulados foram desenvolvidos para estimular o aluno a ser parte ativa do processo de aprendizagem. Da mesma forma, o Sistema de Ensino buscou alternativas de fácil implementação para garantir que as escolas associadas de todo o Brasil tivessem a possibilidade de manter o suporte educacional a seus estudantes. As ações reforçaram a parceria desenvolvida com as escolas e demonstraram a liderança do Poliedro em apresentar soluções pioneiras num contexto tão desafiador.

Foi nesse mesmo período, com objetivo de fortalecer a marca e conquistar espaço qualitativo diante de um cenário de pandemia, que a Conteúdo Comunicação, assumiu a assessoria de imprensa e relações com a mídia do Poliedro, para que seu posicionamento ultrapassasse os muros da instituição, de forma clara e efetiva.



DESAFIOS

Como desafio central, a instituição teria de alcançar um novo patamar de exposição de marca e papel de protagonista na área de educação por meio de maiores oportunidades de relacionamento e exposição na mídia nacional e especializada.

O impacto nos públicos estratégicos, como estudantes, seus familiares, gestores e executivos de grupos educacionais e demais organizações vistas como potenciais parceiras, seria parte fundamental para que a marca se consolidasse como referência em educação no País.

Neste sentido, a criação de um planejamento estratégico com pautas fortes e assertivas para cada segmento de negócio foi essencial para garantir a aproximação com a imprensa em um momento de cobertura focada na pandemia da Covid-19, evidenciando sua robustez operacional e a excelência nos serviços oferecidos.



ESTRATÉGIA

A estratégia adotada pela assessoria de imprensa teve como base a construção de relacionamentos sólidos e de longo prazo com jornalistas estratégicos para reforçar a atuação da marca, priorizando os promotores do jornalismo de qualidade, com:

- ✓ Apuração consistente;
- ✓ Curadoria de conteúdo;
- ✓ Mapeamento de fontes consideradas como autoridades no assunto para dar voz às histórias compartilhadas;
- ✓ Busca de personagens relevantes que dariam forma à pauta;
- ✓ Agilidade no tempo de resposta às demandas da imprensa.

Ao longo do período, a relevância da pauta foi a grande protagonista para fortalecer a aproximação com os jornalistas. Para uma boa captação de temas por parte da assessoria dentro da instituição, foi conferido:

- ✓ Reuniões semanais para a tomada ágil de decisões e o monitoramento constante de novas pautas;
- ✓ Construção de um banco de personagens para auxiliar na construção de reportagens de fôlego;
- ✓ Preparação pré-entrevista com porta-vozes;
- ✓ Mapeamento dos temas prioritários de interesse público dentro da instituição;
- ✓ Participação em eventos da grande imprensa;
- ✓ Posicionamento como corretor oficial do Enem em matérias publicadas pelo Brasil Escola



A PAUTA

O planejamento estratégico foi dedicado ao fortalecimento de marca por meio da apresentação de pautas de interesse público, que contribuíssem com a disseminação de informações em um período do qual a área da educação foi uma das mais afetadas. Principais narrativas que tomaram a frente da estratégia:



- Desafios impostos pela pandemia na educação e o ensino virtual;
- Adaptações às aulas on-line e a rotina de estudo em casa;
- Retorno às atividades presenciais, protocolos de segurança e o ensino híbrido.



- Cursinhos à distância: simulados, preparação para os vestibulares, dicas para os estudos em casa;
- Mudanças nos principais vestibulares e Enem e os impactos da pandemia no calendário;
- Aulões e simulados abertos, on-line e gratuitos.



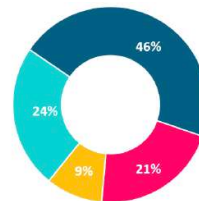
- Novo Ensino Médio;
- Itinerários Formativos;
- **Empatia Virtual** – Alunos ministram remotamente aulas de reforço, contação de histórias e escuta empática para a sociedade e outros estudantes.



- Apoio aos cursinhos solidários;
- Lançamento de plataformas que beneficiam escolas próprias e associadas;
- Temas recorrentes nos principais exames e vestibulares do País.



Narrativas que tomaram à frente da estratégia:



- Institucional (387)
- Colégio (347)
- Curso (748)
- Sistema de Ensino (153)

OS RESULTADOS

A partir da divulgação de iniciativas próprias, sugestões de fontes para abordar temas variados e alinhamento de parcerias, o Poliedro tem conquistado cada vez mais autoridade frente à imprensa nacional, especializada e regional. De abril de 2020 até agosto de 2021, foram estreitados laços com jornalistas, assim como porta-vozes foram inseridos entre as principais fontes da editoria de educação, com resultados cada vez mais qualificados.

1997 publicações na imprensa



1840

ON-LINE



57

IMPRESSOS



84

TV



16

RÁDIOS

1889 inserções repercutiram positivamente na imprensa, com restante sendo neutro.

GRANDE RECEPTIVIDADE DA IMPRENSA NACIONAL:

396

Inserções na grande imprensa

G1, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Exame, Veja, Veja SP, UOL, TV Globo, CNN, GloboNews, TV Band e BandNews, Rádio CNN, entre outros)

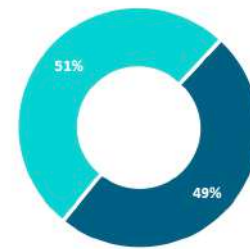


IMPRENSA ESPECIALIZADA E REGIONAL

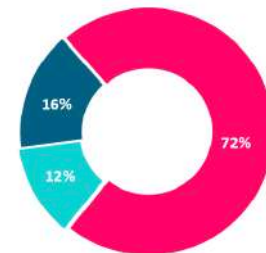
A imprensa especializada e regional também foram parte relevante da estratégia de comunicação, como forma de impactar não só os estudantes, mas também públicos atuantes nas praças em que o Poliedro conta com unidades (São José dos Campos, São Paulo e Campinas). Estar presente nestes veículos é uma forma de ampliar a visibilidade e, consequentemente, fortalecer a autoridade da marca frente a clientes e parceiros em potencial.

379

inserções na mídia especializada. Veículos de autoridade e que dialogam com público final da marca – os estudantes –, como Guia do Estudante da Editora Abril, Brasil Escola, Super Vestibular, Seja Bixo!, Virando Bixo, Educador 21, Direcional Escolas, entre outros)



■ Nacional ■ Especializado



■ CPS (147) ■ SJC (191) ■ Outras regiões (884)



PARCERIAS

No segmento de parcerias com a imprensa, matérias produzidas com base nos painéis do **Summit Educação do Estadão**, evento anual do jornal do qual a instituição participou de forma orgânica, mostram a relevância do Poliedro em debates sobre o setor no país. A ação gerou repliques em outros veículos, alcançando mais **22 inserções em veículos qualificados e de grande visibilidade**

Em 2020, o Poliedro também firmou uma parceria espontânea com o **Brasil Escola**, um dos maiores portais de educação do País. Na ocasião, a marca foi fonte oficial de correção do Enem no **"Prepara Enem"**. Ao todo, as matérias totalizaram 321.119 visualizações na página, contribuindo para expandir a visibilidade da instituição.



Brasil Escola



Summit Educação Estadão em números:



CONSIDERAÇÕES FINAIS: UM NOVO PATAMAR DE COMUNICAÇÃO

A nova estratégia de comunicação ampliou significativamente a exposição da marca na mídia. A diversidade temática das pautas, o preparo dos porta-vozes e as informações qualificadas concedidas fez com que o Poliedro se aproximasse dos principais jornalistas do País e permeasse os noticiários, fortalecendo o *share of mind* e a reputação do grupo educacional.

O desafio de inserir a marca em posição de destaque em tempos de pandemia foi plenamente alcançado, assim como a consolidação e manutenção do relacionamento com a imprensa, fator essencial para a conquista dos resultados apresentados. A nova diretriz transformou o Poliedro em fonte dos principais veículos do País.

Os esforços de comunicação realizados até aqui também impactaram a cultura organizacional, renovando o compromisso e engajamento de toda a equipe nos atendimentos.

Este projeto comprovou que informação de qualidade combinada a agilidade e estratégias assertivas podem mudar a história de visibilidade pública de uma instituição.

