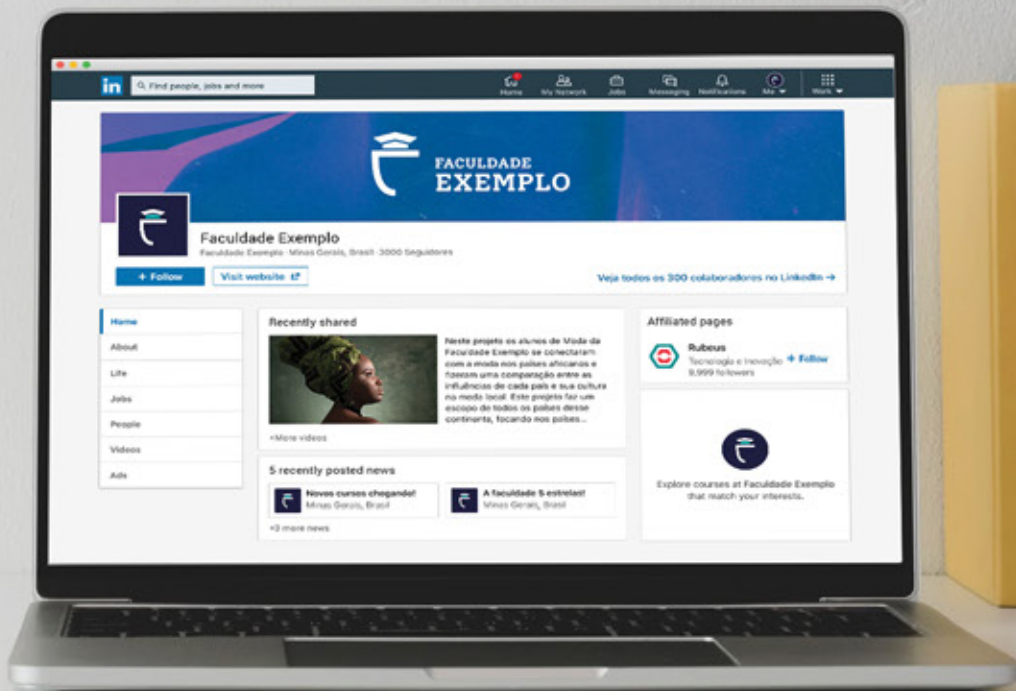


COMO USAR O **LINKEDIN** NA EDUCAÇÃO: DICAS PARA CRIAR UMA **LINKEDIN PAGE** ALTAMENTE ATRATIVA





Dicas para a leitura desse e-book

No decorrer do e-book, colocamos diversos conteúdos complementares que são clicáveis.

Quando o texto [estiver assim](#), isso quer dizer que ele é um link para uma página externa.

No sumário, você tem a opção de ir direto ao assunto desejado clicando em cada título.

Clicando nesses botões, você terá acesso às nossas redes sociais e poderá conhecer mais sobre a Rubeus.



SUMÁRIO

- 4 ——— INTRODUÇÃO
- 6 ——— MOSTRE O SEU VALOR
- 7 ——— OTIMIZE O SEU PERFIL
- 9 ——— PUBLIQUE CONTEÚDOS RELEVANTES E DE QUALIDADE
- 10 ——— MANTENHA-SE ATUALIZADO
- 11 ——— ENVOLVA-SE AFETIVAMENTE COM AS PESSOAS
- 12 ——— TENHA UMA ESTRATÉGIA BEM DEFINIDA
CONSIDERANDO AS SUAS PERSONAS
- 13 ——— ATENDA AO ALGORITMO
- 13 ——— FAÇA TESTES A/B
- 14 ——— INVISTA NO *LINKEDIN STORIES*
- 15 ——— SOBRE A RUBEUS

INTRODUÇÃO

No que tange a utilização das redes sociais no cenário educacional, verifica-se que elas permitem e facilitam a criação de um relacionamento com os potenciais alunos, além de uma proximidade com aqueles que já compõem o quadro de discentes.

Dentre as redes sociais de mais destaque atualmente está o LinkedIn. Por possuir um formato mais profissional ele tem sido a escolha de diversas pessoas que buscam pela primeira experiência profissional, recolocação no mercado de trabalho, ampliação do *networking*, aperfeiçoamento de competências ou, até mesmo, por informações relevantes para efetivação de uma compra.

Contudo, como usar o LinkedIn na educação é um dos principais questionamentos quando o assunto é gerar leads. Mas é sempre bom lembrar que possuir uma *LinkedIn Page* otimizada é um fator positivo para a obtenção de sucesso na captação de alunos. Seus benefícios e funcionalidades fazem dele uma rede social eficaz para promover o seu negócio.


Não sabe por onde começar? Então confira as nossas dicas abaixo e turbine a *LinkedIn Page* da sua instituição de ensino! Boa leitura e bons insights!

ATENÇÃO

University Pages

Desde o ano de 2013, o LinkedIn disponibilizou um recurso exclusivo para instituições de ensino superior, denominado University Pages, ou, LinkedIn para universidades, em Português.

Em suma, o recurso é valioso para todos os envolvidos. Porém, para os estudantes que estão se preparando para a tão difícil decisão sobre qual IES optar, é um suporte ainda mais importante para a decisão final.

 **Lembre-se:** a University Pages é um recurso exclusivo para instituições de ensino superior. Portanto, aconselhamos que você utilize-o se esse for o seu caso.

Agora, vamos as dicas!

1 Mostre seu valor

Muitos leads vão entrar na *LinkedIn Page* da sua instituição de ensino para analisar informações e “se familiarizar” com a forma como sua IE se posiciona. Por isso, é preciso transmitir valor a eles.

Lembre-se: seu título é um lugar perfeito para chamar a atenção do lead. Então opte por um título simples e claro. Já na parte “Sobre”, é possível descrever os serviços que sua instituição de ensino oferece, além de ressaltar a missão, a visão e os valores da sua instituição de ensino.

Mantenha sua biografia curta, mesmo podendo adicionar 2 mil caracteres, pois o ideal é adotar cerca de 1 ou 2 parágrafos e apostar em marcadores para adicionar detalhes que podem ser facilmente escaneados.

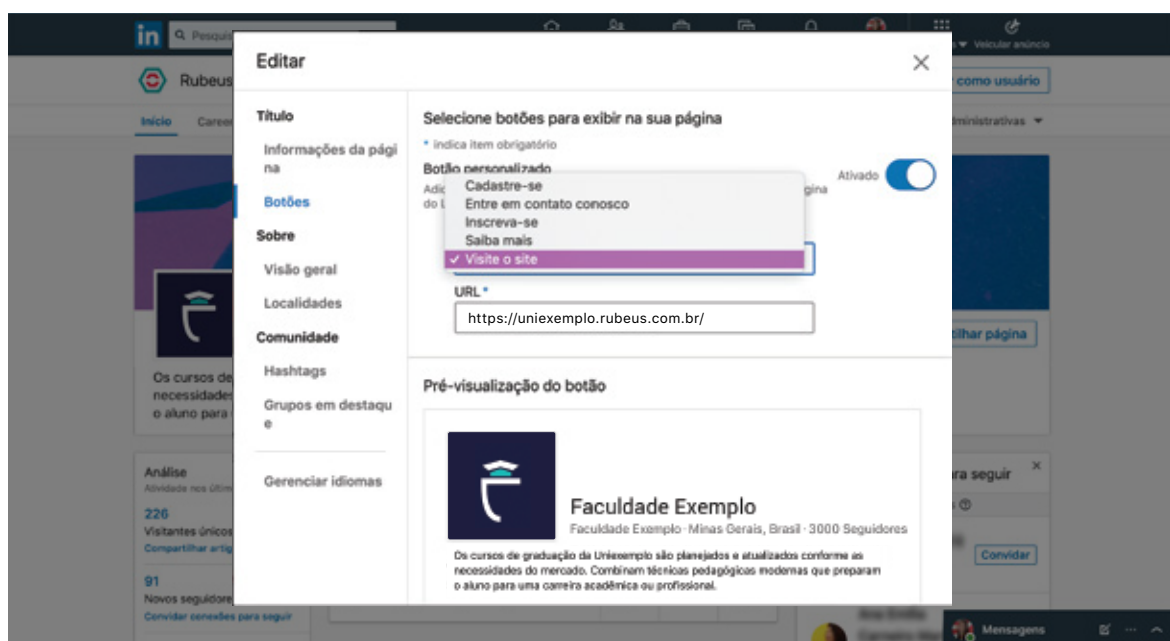
Além disso, invista na construção de uma marca forte, desenvolvendo uma *LinkedIn Page* “centrada no comprador”. A última coisa que a sua instituição de ensino deseja é que alguém pesquise mais informações no Google ou encontre sua página no LinkedIn e desista da compra por causa de uma *LinkedIn Page* “sem vida” e sem presença relevante.

2 Otimize o seu perfil

É essencial que a sua *LinkedIn Page* seja elaborada com foco a atrair leads e também seja uma porta de entrada para usuários que buscam por informações profissionais, parcerias e, inclusive, que desejam encontrar uma nova possibilidade de mercado. Por isso, a quantidade de informações inseridas aumenta a credibilidade da sua instituição de ensino.

Ao clicar em “Editar página”, uma aba com informações subirá e, com ela, será possível modificar:

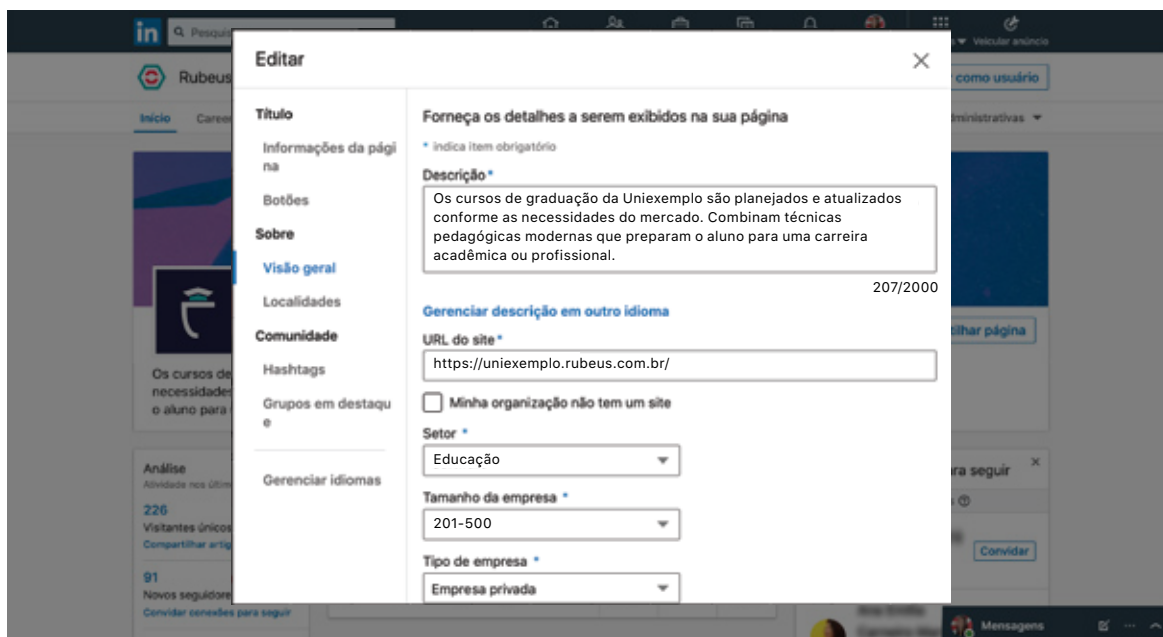
- **Informações da página:** foto de perfil, nome da LinkedIn Page e slogan.
- **Botões:** é interessante alterar o nome do botão e colocar um link direcionando-o ao seu website institucional.



Já na seção “Sobre” é importante categorizar e enfatizar informações relevantes. Desse modo, seus potenciais e atuais alunos conheceram um pouco mais sobre a sua instituição, bem como as suas vantagens e diferenciais. Por meio dela é possível editar:

- **Visão geral:** adicione aqui referências quanto a URL do seu site, seu setor, tamanho e tipo de empresa, ano de fundação, telefone e especialidades.
- **Localidades:** seu endereço é um importante fator de aproximação com seus leads.

Para completar as informações de sua página profissional, é essencial criar hashtags de comunidade. Por meio delas, seus potenciais e atuais alunos poderão buscar informações sobre a sua IE e também fazer publicações utilizando as mesmas hashtags. Dessa forma, elas também apareceram na aba principal de sua *LinkedIn Page*.



3

Publique conteúdos relevantes e de qualidade

Para construir uma presença digital no LinkedIn, aposte em táticas estratégicas do [Marketing de Conteúdo](#). Isso significa que, ao publicar conteúdos, sua instituição de ensino deve prezar pelo equilíbrio entre conteúdos educativos e comerciais.

Atenção: postagens que abordem problemas reais enfrentados pelos seus leads e forneça respostas práticas que os ajudem é sempre uma ótima estratégia para engajamento. Ao fazer isso, os potenciais alunos irão, organicamente, gravitar em torno da *LinkedIn Page* da sua instituição de ensino em busca de soluções. E tudo isso sem que você ao menos tenha que incluir um CTA.

Depois de se conectar com os seus alunos em potencial, alimente-os com uma curadoria de conteúdos relevantes. Aqui está um pequeno conjunto de ideias que vão ajudar você a tornar o seu conteúdo mais atrativo:

- O LinkedIn disponibiliza 1200 caracteres para descrever o conteúdo, utilize-os!
- Crie postagens convidando o potencial aluno a conferir artigos, atualizações e postagens no blog, por exemplo.
- Adicione uma frase de chamariz para “clique”, “ler mais”, “deixar um comentário” ou “contar o que você acha”.
- Não se esqueça de adicionar #hashtags - elas podem ajudar seu conteúdo a ser descoberto no LinkedIn.

4 Mantenha-se atualizado

O maior desafio na disponibilização de conteúdos é definir o que postar e como manter o conteúdo atualizado.

Quando não se tem temas específicos para publicar, pode-se apostar em conteúdos que abordem conselhos, tendências do setor ou pontos de atenção. Quanto à frequência de postagem, o essencial é, mais uma vez, o equilíbrio.

Lembre-se: priorize a qualidade e não a quantidade! Você pode publicar entre uma ou três vezes por semana, de acordo com as atualizações do seu blog, website ou posts em outras redes sociais.

5 Envolve-se ativamente com as pessoas

Postar é primordial, mas estar atento a outras postagens também é de suma importância. Isso porque o LinkedIn não é uma rede social para simplesmente transmitir uma mensagem e ficar esperando que as pessoas realizem algum tipo de ação.

Dica: o algoritmo do LinkedIn dá muita visibilidade para a primeira hora em que algo é postado. Se quiser que o conteúdo da sua instituição continue a ser exibido nos feeds, é preciso se engajar novamente com comentários e interações. Quanto mais engajamento, melhor o LinkedIn classificará sua postagem como conteúdo valioso e, assim, mostrará para mais pessoas.

6

Tenha uma estratégia bem definida considerando as suas personas

Você já se perguntou por que, muitas vezes, um bom conteúdo falha em performar?

Uma das explicações para isso diz respeito a não explorar o potencial do público certo. Para evitar que isso aconteça, deve-se alinhar suas estratégias mediante a definição clara das personas da sua instituição de ensino. Somente dessa forma será possível criar uma estratégia intencional realmente direcionada.

Dica: filtros avançados no [LinkedIn Sales Navigator](#) auxiliam na criação de listas do público certo de forma rápida e fácil. Uma vez de posse dessa lista certa, sua instituição de ensino gastará cerca de apenas 20 minutos por semana conectando-se com os potenciais alunos, e, assim, seu conteúdo estará disponível para as pessoas certas.

7 Atenda ao algoritmo

Em [Vendas e Marketing](#), ouvimos principalmente sobre o algoritmo do Google e do Facebook. No entanto, o LinkedIn tem seu próprio algoritmo para decidir qual conteúdo será exibido e priorizado no feed.

Ele categoriza o conteúdo como spam, baixa qualidade ou alta qualidade com base em diferentes fatores. Por isso, para performar bem nessa rede, é importante:

- desenvolver uma boa gramática;
- não utilizar mais de 3 hashtags em seus posts;
- não postar em menos cada 3 horas de uma postagem para a outra;
- não usar hashtags como “seguir”, “comentar” ou “curtir”.

8 Faça testes A/B

Criar diferentes tipos de postagens e conteúdos é bastante útil para verificar o que interessa as suas personas.

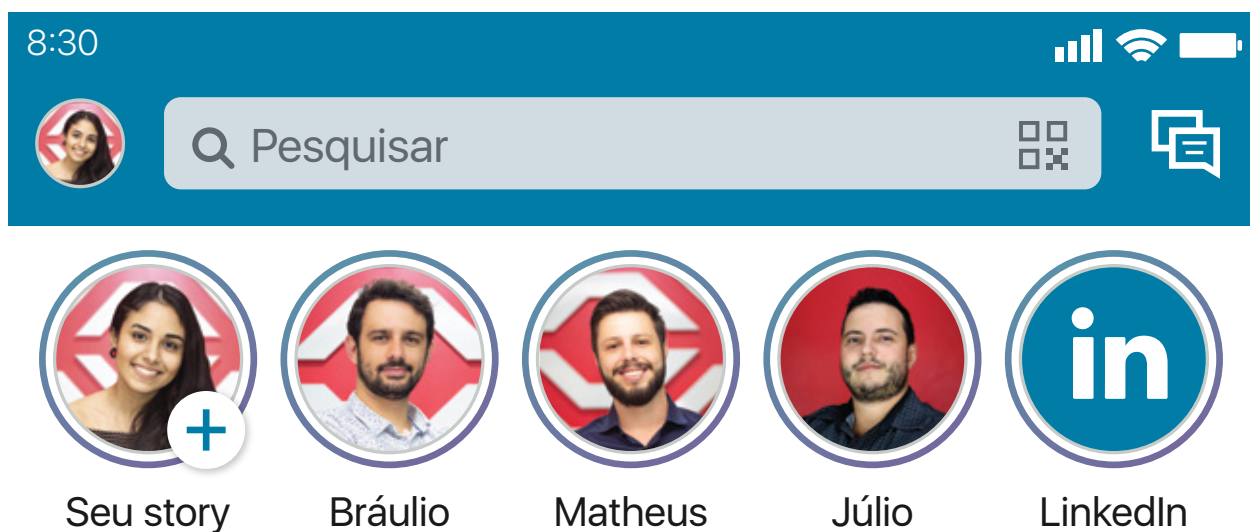
Por isso, assim que investir em postagens de diferentes formatos, fique atento para a que apresenta melhor performance. Além disso, para expandir suas conexões qualificadas, sempre fique atento às sugestões que o próprio LinkedIn exibe.

9

Invista no *LinkedIn Stories*

Recentemente foi lançada a opção de stories no LinkedIn. O Brasil foi escolhido para realizar os testes devido à quantidade de usuários que fazem do país o 4º maior mercado da rede social, com um total de 40 milhões de usuários.

Com essa funcionalidade, é possível compartilhar informações, materiais ou notícias com a duração de 24 horas. Sua vantagem consiste, principalmente, em evitar o excesso de postagens, além de permitir que os seus potenciais alunos acompanhem novidades da sua IE em tempo real.



Gostou das nossas dicas, mas está buscando algo a mais?

O que você acha de receber um diagnóstico gratuito das suas estratégias para captação de alunos oferecido pela Rubeus? Realizamos um panorama geral, ressaltando pontos de atenção.

[Quero meu diagnóstico institucional gratuito!](#)



A [Rubeus](#) é uma empresa de tecnologia que está revolucionando o [relacionamento das instituições de ensino com os seus potenciais e atuais alunos](#). Estamos presentes em todas as regiões do Brasil, em faculdades e escolas de diversos portes e, assim, conseguimos cada vez mais contribuir com a transformação digital da educação.

Para começarmos a ajudar você desde já com dicas e insights, [assine a nossa newsletter](#) e conheça o nosso blog. Lá, você encontra diversos conteúdos gratuitos, como [notícias](#), [blog posts](#) e, até mesmo, [e-books](#) completos capazes de influenciar as estratégias da sua instituição de ensino. **Não deixe de conferir!**

Conteúdo



Bráulio Vieira
CEO / Cofundador



Paloma Estevam
Analista de marketing



Revisão



Natália de Paula
Coordenadora de marketing



Victoria Barros
Analista de marketing



Design



Bárbara Nery
Designer



Jéssica Bani
Designer

