



UNIVERSIDADE
FEEVALE



UNIVERSIDADE
FEEVALE

CONHECIMENTO PARA INOVAR O MUNDO



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO

1. PRÁTICA EFICAZ DE GESTÃO EDUCACIONAL – Gestão do ciclo completo de relacionamento com o aluno – SRM da Universidade Feevale

1.1 Histórico da Prática Eficaz

Por meio do Departamento de Marketing, a Universidade Feevale realiza várias ações para relacionar-se com seus diferentes públicos. Para isso, são utilizadas algumas ferramentas, entre as quais, site institucional, central do aluno, matrícula online, Fale com a Feevale, atendimento online, ferramenta de ensino a distância (Blackboard), e-mail marketing, envio de torpedos informativos, redes sociais (Youtube, Facebook, Twitter etc.), hotsites e blogs. Essas ações de marketing visam atingir os diferentes públicos da Instituição, melhorando assim, o relacionamento com os alunos.

Em 2008, com a criação do Núcleo de Relacionamento, ligado ao Departamento de Marketing, foram iniciadas ações baseadas nas estratégias de SRM. Durante esse período, foi realizado todo o planejamento para a implantação da estratégia e aquisição de um software de Student Relationship Management (SRM) para gerenciar o relacionamento com os diversos públicos da Feevale. Em um ano, foram realizadas pesquisas, consultorias, análises, levantamento dos sistemas legados e redesenho de processos, avaliando o impacto e as mudanças que ocorreriam com esse novo modelo de relacionamento que seria implantado.

Na primeira etapa foi realizada uma pesquisa entre os gestores dos setores da Instituição e coordenadores dos cursos de graduação. A pesquisa realizada foi descritiva, com enfoque quantitativo. O universo dessa pesquisa foi composto pelos colaboradores e gestores da Universidade Feevale. A amostragem foi não probabilística por conveniência, sendo 63 colaboradores e 66 gestores, resultando num total de 129 entrevistas.

Durante o período de implantação, a Instituição buscou avaliar os processos internos de relacionamento por meio do redesenho do fluxo dos processos de atendimento/relacionamento com o aluno. Para essa etapa foi contratada uma empresa de consultoria para realizar o mapeamento de processos e entender

melhor os processos atuais de relacionamento com os públicos de interesse e, assim, conseguir definir uma melhor estratégia para o desenvolvimento de um projeto de SRM.

Com base nessas premissas, foram realizadas entrevistas para coleta de informações junto a 18 áreas/setores da Instituição. A análise desses fluxos requereu um estudo detalhado para que fosse possível avaliar a estratégia de relacionamento que seria adotada em toda a Instituição. Diante dos resultados obtidos, observou-se que a implementação de uma solução para melhorar o processo de gestão de relacionamento seria um dos pilares para garantir a qualidade dos processos de atendimento junto aos públicos de interesse. Isso implicaria diretamente em integrar as informações ao negócio, potencializando ao máximo a qualidade dos processos de atendimento, a eficácia dos processos de relação com o mercado, a ações de marketing e processos financeiros.

1.1.1 Roadmap

Ações distribuídas no tempo (Roadmap) para viabilizar o projeto junto à Feevale, considerando quatro momentos distintos para o projeto:



Nessa projeção, a Instituição realizou todo o planejamento para que fosse possível identificar a solução de SRM que melhor atendesse os processos institucionais, bem como o atendimento às necessidades dos nossos alunos/públicos.

O software, denominado SRM por se tratar da gestão do relacionamento com o aluno, foi adquirido em 2012, de uma empresa especialista em CRM e Gestão de Relacionamento. A implantação ocorreu em 6 de maio de 2013.

1.2 Objetivos da Prática Eficaz

A Feevale possui como foco principal a gestão do relacionamento com o aluno, utilizando-se da estratégia de relacionamento Student Relationship Management (SRM) aplicada à Universidade. Assim, a Instituição busca, por meio da utilização da estratégia de SRM, entender melhor as necessidades dos alunos, mantendo um histórico desse relacionamento e utilizando-o como estratégia de marketing.

Além disso, um dos fatores do atual cenário da concorrência que atinge o ensino superior tem sido a constante perda de alunos. Nos últimos anos, as Instituições de Ensino Superior (IES) acompanham o alto índice de evasão, sendo este considerado um dos problemas mais graves do ensino superior brasileiro. Este cenário causa prejuízos que afetam diretamente as receitas institucionais.

A Feevale espera construir um histórico consistente de informações por meio da gestão do ciclo de relacionamento com os alunos, a fim de manter a permanência dos alunos na Instituição, contribuindo na diminuição do número de cancelamentos e alunos evadidos/trancados a cada semestre. Como foco dessa prática, foi definido o público da graduação, onde se pretende identificar as necessidades dos novos e atuais alunos, bem como gerar um histórico deste relacionamento.

Objetivos Específicos:

- Gerenciar e qualificar o relacionamento com o aluno
- Conhecer, relacionar-se, gerar experiências positivas e percepção de valor
- Ter uma comunicação focada e personalizada
- Identificar oportunidades focando nas necessidades dos alunos
- Contribuir com a permanência dos públicos na Instituição

1.3. Público-Alvo Atingido

Mesmo possuindo como foco inicial os contatos e interesses da graduação, o SRM também abrange os processos que atendem: cursos e eventos de extensão, especialização *lato* e *stricto sensu*, centro de idiomas, escola de aplicação e serviços e estruturas institucionais, mantendo, assim, um histórico desse relacionamento para futuras ações.

1.4. Descrição das Atividades Implantadas

Utilizando-se das estratégias de SRM (Student Relationship Management), foram realizadas ações e todo o planejamento para a implantação da estratégia e aquisição de um software de SRM para gerenciar o relacionamento com os diversos públicos da Instituição. Em um ano foram realizadas pesquisas, consultorias, análises, levantamento dos sistemas legados e redesenho de processos, avaliando o impacto e as mudanças que ocorreriam com este novo modelo de relacionamento que a Instituição iria implantar.

No processo de implantação, a Instituição buscou avaliar os processos internos de relacionamento, por meio do redesenho do fluxo dos processos de atendimento/relacionamento com o aluno. Assim, a análise desses fluxos requereu um estudo detalhado para que fosse possível avaliar a estratégia de relacionamento que seria adotada em toda a Instituição. A implantação do software, denominada SRM pela Feevale por se tratar da gestão do relacionamento com o aluno, ocorreu em 6 de maio de 2013.

A execução do projeto envolveu as seguintes etapas:



Na etapa de implantação para uso foram testadas todas as funcionalidades que integrariam o software de SRM, bem como os sistemas legados já existentes e que seriam utilizados para apoiar no processo de atendimento/relacionamento.

O projeto iniciou como piloto no Núcleo de Relacionamento, onde são realizados os atendimentos telefônicos, atendimento online, contatos via Fale com a Feevale e registros de interesse.



Após um mês de implantação foram realizadas capacitações estratégicas sobre a cultura do SRM juntamente com os objetivos institucionais e práticas relacionadas ao uso da ferramenta aplicadas ao dia a dia de trabalho de cada setor. Os setores secundários envolvidos inicialmente no processo foram: Atendimento Feevale, Registro Acadêmico, Núcleo de Cursos e Eventos de Extensão, Financeiro/Financiamento Estudantil. Atualmente já estão inseridos, no SRM, 20 setores/áreas da Instituição.

Para a efetividade na utilização da ferramenta, a Feevale possui desafios para manter a cultura de relacionamento na Instituição:

- Identificação do público: conhecer as necessidades e interesses dos novos e atuais alunos, mantendo um histórico desse relacionamento;
- Engajamento: conscientizar e capacitar equipes, focando nas necessidades das pessoas e alinhando à estratégia do SRM.
- Dificuldades e riscos:

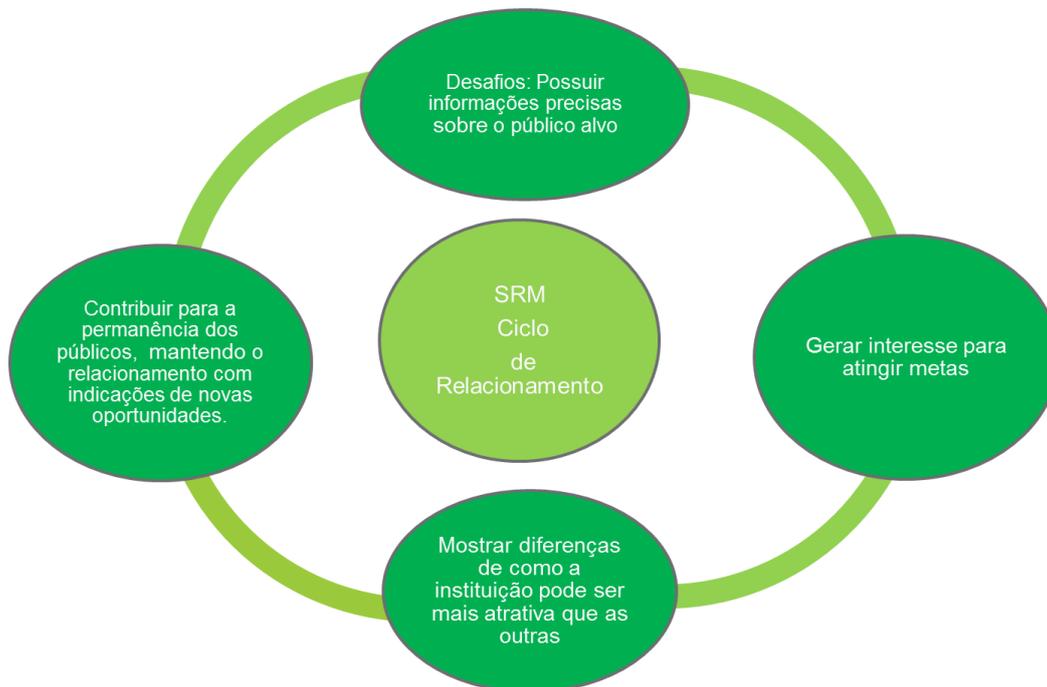
PROCESSOS

- Mudanças de paradigma
- Integração de dados

RECURSOS HUMANOS

- Capacitação • Motivação • Engajamento

Ciclo de Relacionamento – SRM Feevale



Para que a gestão de relacionamento seja aplicada, atendendo as definições do Ciclo de Relacionamento com os públicos é necessário o pleno envolvimento das pessoas. Assim, foram definidos os principais pontos para atender a esse requisito:

- Engajamento entre as diferentes equipes de atendimento
- Entendimento e aplicação das estratégias de SRM
- Avaliar oportunidades por meio do contato com o aluno
- Contribuir para a cultura de uso e relacionamento a longo prazo
- Registrar os contatos com o objetivo de atender às necessidades dos alunos

1.4.1 Apresentação de *layout* e telas de atendimento:

- Interface de atendimento:

http://eter10/ - CRM Plusoft - Módulo de Chamado - Windows Internet Explorer

Empresa: FEEVALE - PRODUÇÃO

Nome | Pessoa | Manifestação | Informação | Pesquisa | Chamado | Campanhas

Comandos

- Receptivo | Ativo
- Gravar | Cancelar
- Diversos | Atendimento
- Mesa | Sair

Operações

- Classificador De Email
- Correspondência
- Enviar Formulário
- Agendamento de Retorno
- Retorno de Correspondência

Telefonia

- Login | Logout
- Disp. Indisp. | Hold
- Desligar | Discaçgem M
- Transf./Consult.
- No Gancho

Status: Desconectado

Funções Extras

- Ficha Financeira
- Fale com a Feevale
- Inserir Pessoa
- Chat (Indisponível)

Dados da Pessoa

Tipo de Público: Físico Pessoa Física Jurídica

Forma Tratam. Nome *

Cognome Cod. Corp. Código

Masc. Fem.

Endereço

Tipo Endereço País

Endereço Número Complemento

Bairro CEP

UF Cidade Caixa Postal

Referência 0 / 0

Inclusão: - Última Alteração:

Histórico | Atendimento | Contatos

Manifestações Pendentes

Nº Atend.	Dt. Atend.	Manifestação	Tp. de Manif.	Produto/Assunto	Contato	Conclusão	Atendente
0 até 0 Total: 0							

➤ Tela de identificação do aluno:

Identificação -- Caixa de diálogo Página da Web

Busca Incondicional Busca Corporativa Busca MatchCode

Nome Matrícula Chamado Pessoa

Endereço Número CEP

E-mail DDD Telefone

Documento CPF / CNPJ RG / IE Mídia Social

Nome	Matricula	CPF / CNPJ	RG	Telefone	Endereço	Bairro	Cidade	CEP
SIMONE DA ROSA ...	0003782	82172293091	6086913396	555135930285	MARCILIO DIAS	CENTRO	NOVO HAMBU...	NOVO HAMBU...

➤ Informações do aluno:

http://eter10/ - CRM Plusoft - Módulo de Chamado - Windows Internet Explorer

00:29 de 02:00 Empresa: FEEVALE - PRODUÇÃO

Nome: SIMONE DA ROSA GARVA... Fone: (51) 93126920 E-mail: monirc@feevale.br Chamado: Novo Campanhas: -- Seleciona uma opção --

Dados da Pessoa

Tipo de Público: PESSOA Pessoa Física Jurídica Não Contactar Telefone E-mail Carta SMS

Forma Tratam. Nome: SIMONE DA ROSA CARVALHO E-mail: monirc@feevale.br Princ. Principal

SRA: SIMONE DA ROSA CARVALHO Cod. Corp.: 0003782 Código: 5 Masc. Fem.

Endereço **Dados Complementares** **Dados Adicionais** **Forma Ingresso** **Solicitações** **Processo**



Matricula: 0003782 Aluno Falecido: NÃO Naturalidade: CACHOERA DO SUL Nacionalidade: Brasileira Responsável: SIMONE DA ROSA CARVALHO Nome do Pai: IVO MACHADO DE CARVALHO Nome da Mãe: SOLANGE MARIA DA ROSA CARVALHO Título de Eleitor: 075896370400 Certificado de Reservista: Necessidades Especiais:

CATEGORIAS		
Categorias	Ativo	Vigência
ALUNO DE EXTENS...	SIM	29/01/2014 Indeterminada
CADASTRADO	SIM	05/12/2000 Indeterminada
COMUNIDADE-SAÚDE...	SIM	29/09/2007 Indeterminada
FUNCIONARIO	SIM	10/12/2001 Indeterminada
ALUNO POS-GRADU...	SIM	24/10/2012 Indeterminada
SUPERVISOR ESTÁ...	SIM	01/01/2011 01/11/2014

Inclusão: 07/05/2013 13:03:22 - Última Alteração: 04/02/2014 18:16:38

Contatos Perfil

Histórico **Atendimento** **Contatos**

Manifestações Pendentes 0 até 0 Total: 0

Nº Atend.	Dt. Atend.	Manifestação	Tp. de Manif.	Produto/Assunto	Contato	Conclusão	Atendente
-----------	------------	--------------	---------------	-----------------	---------	-----------	-----------

➤ Registro do contato com o aluno (manifestações):

http://eter10/ - CRM Plusoft - Módulo de Chamado - Windows Internet Explorer

04:02 de 02:00 Empresa: FEEVALE - PRODUÇÃO

Nome: SIMONE DA ROSA GARVA... Fone: (51) 93126920 E-mail: monirc@feevale.br Chamado: Novo Campanhas: -- Seleciona uma opção --

Manifestação **Assunto**

Linha: ESPECIALIZAÇÃO Manifestação: SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÃO Grupo de Manifestação: NÚCLEO DE RELACIONAMENTO

Produto/Assunto: GESTÃO ESTRATÉGICA EM M. Variedade: 2010-01 Tipo de Manifestação: CONTATO CAMPANHAS DE MARKETING/TELEFONE

PROCEDIMENTO: CONTATO E AGENDAMENTO DOS ALUNOS DAS CAMPANHAS DE MARKETING/TELEFONE ORIENTAÇÃO: SOLICITAR IDENTIFICAÇÃO CONFIRMANDO OS DADOS CADASTRAIS/ATUALIZAR DADOS NO CADASTRO QUANDO NECESSÁRIO. QUESTIONAR DE QUAL CAMPANHA O ALUNO FAZ

Manifestação **Destinatário** **Follow Up** **Conclusão**

Descrição: NOME CURSO/ASSUNTO: RELATO DA MANIFESTAÇÃO: Prazo Especial: Doc. Recebida em: Dt. Abertura: 04/02/2014 18:19:55 Doc. Pendente desde: Prev. Resolução: 06/02/2014 18:19:55 Data Conclusão:

Status: -- Seleciona uma opção -- Classificação: ALTA

Manifestações Registradas

Histórico **Atendimento** **Contatos**

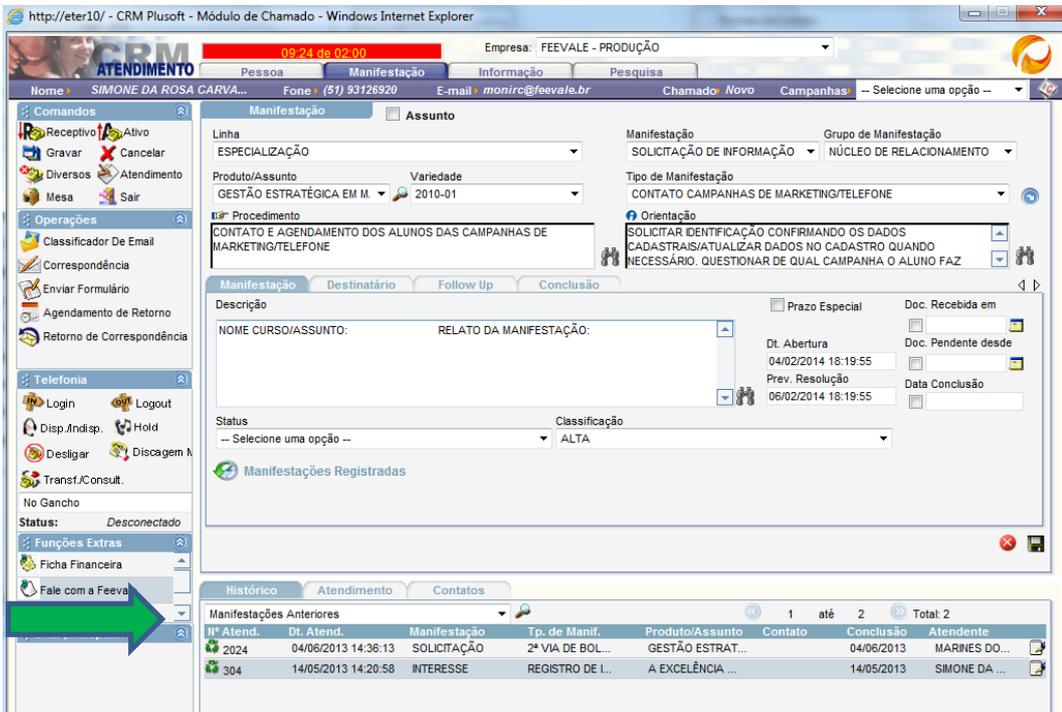
Manifestações Pendentes 0 até 0 Total: 0

Nº Atend.	Dt. Atend.	Manifestação	Tp. de Manif.	Produto/Assunto	Contato	Conclusão	Atendente
-----------	------------	--------------	---------------	-----------------	---------	-----------	-----------

Nos *layouts* apresentados é possível identificar os contatos originados do site, e-mail, sistema Fale com a Feevale, chat online, atendimento telefônico e presencial. Todo contato realizado pode ser registrado após a identificação do aluno/*prospects* no sistema.

Com a identificação do aluno, é possível criar um histórico com todos os registros de contatos e manifestações já existentes para o aluno – através de uma pesquisa rápida.

➤ Pesquisa de contatos anteriores:



The screenshot displays the CRM Plusoft interface in a Windows Internet Explorer browser window. The main area shows a call record for 'SIMONE DA ROSA CARVA...' with the following details:

- Manifestação:** ESPECIALIZAÇÃO
- Grupo de Manifestação:** SOLICITAÇÃO DE INFORMAÇÃO
- Produto/Assunto:** GESTÃO ESTRATÉGICA EM M. 2010-01
- Tipo de Manifestação:** CONTATO CAMPANHAS DE MARKETING/TELEFONE
- Descrição:** NOME CURSO/ASSUNTO: RELATO DA MANIFESTAÇÃO;
- Status:** -- Selecione uma opção --
- Classificação:** ALTA

At the bottom, the 'Histórico' tab is active, showing a table of previous manifestations:

Nº Atend.	Dt. Atend.	Manifestação	Tp. de Manif.	Produto/Assunto	Contato	Conclusão	Atendente
2024	04/06/2013 14:36:13	SOLICITAÇÃO	2ª VIA DE BOL...	GESTÃO ESTRAT...		04/06/2013	MARNES DO...
304	14/05/2013 14:20:58	INTERESSE	REGISTRO DE L...	A EXCELÊNCIA ...		14/05/2013	SIMONE DA ...

2. LIDERANÇA

2.1. Equipe Envolvida com a Prática

Para atender os serviços, a Universidade está envolvendo os setores de forma gradativa. Atualmente, já fazem parte do escopo do SRM, 20 áreas/setores da Instituição.

O Núcleo de Relacionamento, vinculado ao Departamento de Marketing, busca ampliar o relacionamento com os vários públicos, qualificando o atendimento e as informações prestadas. É responsável pelo acompanhamento e análise das tendências e perfis comportamentais através de campanhas de marketing específicas. Contribui para a atualização, prospecção e prestação de informações entre os setores institucionais e o público em geral, organizando-



as para a tomada de decisão. Gerencia o software de SRM e é responsável pela implantação e capacitação entre os setores da Instituição.

Coordenação: 1 - Simone da Rosa Carvalho

Equipe de Divulgação: 09

Equipe de Relacionamento: 26

Telefonistas: 3

2.2. Participação da Alta Direção

Desde o início do processo de implantação do SRM, foi criado o “Grupo de Implantação SRM Feevale”. Fazem parte desse grupo gestores das áreas: financeira, marketing, reitoria, registro acadêmico, cursos e eventos, entre outras. O grupo se reúne semanalmente para acompanhar os processos de relacionamento e atendimento, avaliando e qualificando a ampliação do SRM na Instituição.

3. FOCO

3.1. Cliente

O foco principal do SRM é direcionado para os alunos/prospects dos cursos da graduação da Universidade Feevale. A escolha se justifica por ser um dos maiores processos da Instituição, envolvendo processo seletivo com mais de 50 opções de cursos de graduação.

Neste sentido, é possível estabelecer uma interação entre os alunos e a Instituição, através do histórico do relacionamento gerado a partir dos contatos realizados.

Compreende-se essa prática como um processo de troca, uma vez que as estratégias utilizadas com foco no aluno potencializam o relacionamento entre a Feevale e seus alunos e também possibilita a ampliação do relacionamento para os públicos de interesse da Instituição. Além disso, possibilita o aprimoramento dos cursos e serviços oferecidos.

3.2. Comunidade

Este projeto também envolve a comunidade de forma significativa, pois os serviços que são oferecidos podem ser melhores avaliados por meio do registro dos contatos realizados. Assim, é possível observar a procura da comunidade pelos serviços que a Instituição oferece, tais como: apoio jurídico, serviços da saúde (quiropaxia, fisioterapia etc.), acesso à biblioteca e laboratórios de estudo, entre outros.

4. RESULTADOS

4.1. Formas de Avaliação

A implementação desse processo na Instituição configurou-se a partir da avaliação da Universidade Feevale, através dos seus gestores e Reitoria, em ter um software onde os processos de relacionamento fossem registrados. Isso permitiria a criação de um histórico dos atendimentos realizados aos alunos, que envolvessem os sistemas: telefônico, chat institucional, atendimento presencial, registros de interesse via site/e-mail e redes sociais, entre outros. Essa avaliação permitiu que o contato com esse público passasse a ser permanente, com a finalidade de atender e conhecer as necessidades desses alunos, potencializando assim, uma comunicação mais focada e personalizada, atendendo a real necessidade dos alunos/*prospects* e contribuindo para as ações de permanência da Instituição.

4.2. Orçamento

Como investimento de implantação do projeto, é possível estimar até o momento um custo de **R\$ 350.000,00** para atender às necessidades propostas.

As atividades que tiveram custos mensurados foram:

- Consultoria
- Parametrizações/configurações
- Homologação/implantação
- Cargas e integrações
- Customizações
- Treinamentos operacionais/analíticos
- Manutenção do sistema

4.3. Indicadores Acadêmicos

Para atender às metas estabelecidas no Planejamento Estratégico, que abrange a implantação do SRM em 100% da Instituição até 2020, várias ações já foram definidas e estão sendo trabalhadas para atender a essas demandas.

Através da gestão desse software, os processos de relacionamento passaram a ser registrados, criando um histórico que envolve vários tipos de atendimento: sistema telefônico, chat online, atendimento presencial, registros de interesse



via site/e-mail e redes sociais, entre outros. Atualmente, cerca de 20 setores compõem o escopo do SRM na Instituição.

Os primeiros resultados já foram percebidos por meio da ampliação da cultura de relacionamento entre as áreas participantes. Além de manter um histórico do relacionamento com os alunos, é possível avaliar, por meio dessas informações, oportunidades e benefícios focando na real necessidade do aluno. Até o mês de janeiro de 2015, foram registradas mais de 43.219 manifestações (atendimento às necessidades) envolvendo alunos e prospects da Instituição. Além disso, foram prestadas cerca de 33.600 informações sobre serviços institucionais. Para os contatos recebidos, a Feevale tem como política de retorno o prazo máximo de 72 horas.

Através do sistema de relatórios é possível avaliar dados que podem evidenciar melhorias nestes serviços. Diante de tais desafios, a Feevale espera resultados que permitam: desenvolver novos serviços; satisfazer as necessidades dos públicos, ultrapassando suas expectativas; obter uma vantagem competitiva; qualificar e otimizar a divulgação dos serviços institucionais; promover a interação entre aluno e instituição; manter a cultura de relacionamento da Instituição; e contribuir para a permanência dos alunos na Instituição.

Ver anexos - Gráficos referentes ao item 4.3 – Indicadores Acadêmicos

➤ Visualização dos contatos áreas/setores:

Neste layout é possível visualizar a funcionalidade “Mesa de Trabalho”, exemplo do setor Agência de Talentos, onde existem 20 contatos a serem respondidos, conforme prazos estipulados de resposta. Tempo médio para resposta de dois dias úteis, a contar da data de envio. O gerenciamento de retorno dos contatos de alunos é de responsabilidade do Núcleo de Relacionamento. Assim, diariamente é avaliada a mesa de trabalho de cada área para que os contatos sejam respondidos dentro do prazo estipulado.

.. Mesa .. -- Caixa de diálogo Página da Web

Mesa

Empresa: FEEVALE - PRODUÇÃO

Local. Atend.

Filtros Padrão

Manifestação: -- Seleccione uma opção --

Grupo de Manifestação: -- Seleccione uma opção --

Tipo de Manifestação: -- Seleccione uma opção --

Linha: -- Seleccione uma opção --

Produto/Assunto: -- Seleccione uma opção --

Variedade: -- Seleccione uma opção --

Período: -- Seleccione uma opção --

Área: AGÊNCIA DE TALENTOS

Destinatário: -- Seleccione uma opção --

Data Inicial: []

Data Final: []

Status: -- Seleccione uma opção --

Classificação: -- Seleccione uma opção --

Atendente: -- Seleccione uma opção --

Filtro: Pendente de Respost

Status Pendência: -- Seleccione uma opção --

Nome: []

Chamado: []

% Checklist: []

Desenho: -- Seleccione uma opção --

Etapa: -- Seleccione uma opção --

<input type="checkbox"/>	Nome	Cognome	Nro. Chamado	Empresa	Atendente	Manifestação	Tipo de Manifestação	Dt. Prevista
<input type="checkbox"/>	MARTA BAYS	MARTA BAYS	34043	FEEVALE - PR...	RAMONA BEN...	SOLICITAÇÃO...	BOLSA PROUNI	05/02/2014 17:48:...
<input type="checkbox"/>	KEROLYN BRUM PA...	KEROLYN BR...	34074	FEEVALE - PR...	RAMONA BEN...	SOLICITAÇÃO...	BOLSA PROUNI	05/02/2014 19:01:...
<input type="checkbox"/>	NÃO IDENTIFICAD...		34106	FEEVALE - PR...	RAMONA BEN...	SOLICITAÇÃO...	BOLSA PROUNI	05/02/2014 20:25:!
<input type="checkbox"/>	LUIZ HENRIQUE D...		34135	FEEVALE - PR...	RAMONA BEN...	SOLICITAÇÃO...	BOLSA PROUNI	06/02/2014 09:33:!
<input type="checkbox"/>	NÃO IDENTIFICAD		34209	FEEVALE - PR...	RAMONA	SOLICITAÇÃO	BOLSA PROUNI	06/02/2014 11:15:!

1 até 20 Total: 20

Pendentes : 20 Manif : 20 Follow Up : 0 Em Atraso : 4

Concluído : 0 Manif : 0 Follow Up : 0 Em Atraso : 0

Ainda são muitos os registros e informações a serem customizados e implementados no SRM. Desde a implantação é possível mensurar dados que podem contribuir tanto para a gestão do relacionamento entre a Instituição e os alunos, como também para os processos operacionais de atendimento, avaliando as situações dos alunos e identificando suas reais necessidades no decorrer da sua trajetória acadêmica.

Diante de tais desafios, a Feevale espera resultados que permitam: possibilitar o desenvolvimento de novos serviços; satisfazer as necessidades dos públicos, ultrapassando suas expectativas; obter uma vantagem competitiva; qualificar e otimizar a divulgação dos serviços institucionais; promover interação entre os alunos e a Instituição; e manter a cultura de relacionamento da Instituição.

4.4. Indicadores de produtividade e/ou de satisfação dos colaboradores

Quanto aos resultados em relação à produtividade nos setores envolvidos, podemos avaliar os registros conforme os números de atendimentos gerados pelos funcionários no momento que realizam os atendimentos sejam presenciais, por e-mail ou telefônicos. Neste item é possível observar o nível de produtividade das áreas envolvidas.



Ver anexos - Gráficos referentes ao item 4.4. – Indicadores de produtividade/satisfação

Observa-se, nos gráficos apresentados, que em 2013 o Núcleo de Relacionamento gerou 13.193 manifestações em relação aos demais setores, sendo que os contatos e registros ainda ficaram descentralizados em mais áreas da Instituição. Esse número se destaca em relação aos demais setores, pois é o setor que realiza o primeiro atendimento aos públicos contatantes da Instituição, seja por telefone, e-mail ou atendimento online. Já em 2014, este dado já passa para mais de 29.000 registros, com menos áreas envolvidas. O controle desses números é fundamental para avaliarmos se as áreas realmente recebem apenas contatos pertinentes ao seu setor, evitando assim, ligações desnecessárias e acúmulo de manifestações para as áreas administrativas da Instituição. Esses dados são avaliados para uma melhor gestão operacional dos setores pertencentes ao escopo do SRM, em relação as demandas de atendimento.

4.5. Indicadores de captação de clientes

Através do registro das manifestações de interesse, identificando cada nível de ensino, é possível realizar ações de relacionamento, obtendo uma aproximação maior com os potenciais alunos.

Com isso, é possível prospectar alunos para os mais diferentes níveis de ensino da Instituição, realizando campanhas mais interativas, traçando perfis, interagindo e monitorando o histórico deste relacionamento para, assim, atender às necessidades e dúvidas dos alunos/prospects.

Ver anexos - Gráficos referentes ao item 4.5. – Indicadores de captação de clientes

Esse é um indicador forte de captação de clientes/alunos, já que podemos mensurar os dados por nível de ensino, trabalhando campanhas de relacionamento adequadas a cada interesse apresentado. Nos dados, observou-se um aumento no número de registros de interesse de 2013 para 2014, de forma significativa, predominando o registro de interesse na área dos cursos de extensão.

Ver modelo de registro de interesse no anexo.

Como já evidenciamos na prática, ainda são muitas as estruturas que terão de ser desenvolvidas pelo grupo e equipe que acompanham essa implantação. O próximo passo é reavaliar o que já foi registrado, trabalhando novas ações, baseadas nas estratégias de relacionamento adotadas no SRM.

5. LIÇÕES APRENDIDAS

O gerenciamento das informações dentro do processo de relacionamento adotado pela instituição é fundamental para identificar possíveis demandas e necessidades. Esse monitoramento é contínuo, sendo aprimorado para atender os diferentes públicos da Instituição.

Para que isso ocorra, a Instituição espera atender alguns itens fundamentais para o sucesso desse projeto:

Envolvimento Institucional

- Conscientizar e capacitar as equipes inicialmente envolvidas no processo, para a necessidade do trabalho focado nas pessoas, vinculando à estratégia do SRM.
- Ministrar workshops e palestras permanentes sobre relacionamento com os públicos e ações de permanência.
- O sistema é movido através de interações humanas. As interações entre aluno e instituição devem se manter.
- Uma atitude centrada no aluno se forma gradativamente e deve ser transformada em cultura da empresa.
- A cultura não está em papéis, mas sim, na percepção das pessoas.

Dentre as considerações apresentadas, uma das principais é a mudança da cultura de relacionamento adotada. O SRM só se dará de forma efetiva através da qualidade do atendimento prestado ao aluno, já que a tecnologia adquirida de nada vai servir, se a abordagem utilizada na hora de se relacionar com os públicos não for a mesma em toda a Instituição.

O contato com esse público também oportuniza o aprimoramento das ações de relacionamento, buscando, assim, manter um diferencial competitivo em relação às demais instituições, já que o histórico desse contato oportunizará novas ações e auxiliará no atendimento às necessidades destes alunos.



6. AÇÕES DE CONTINUIDADE

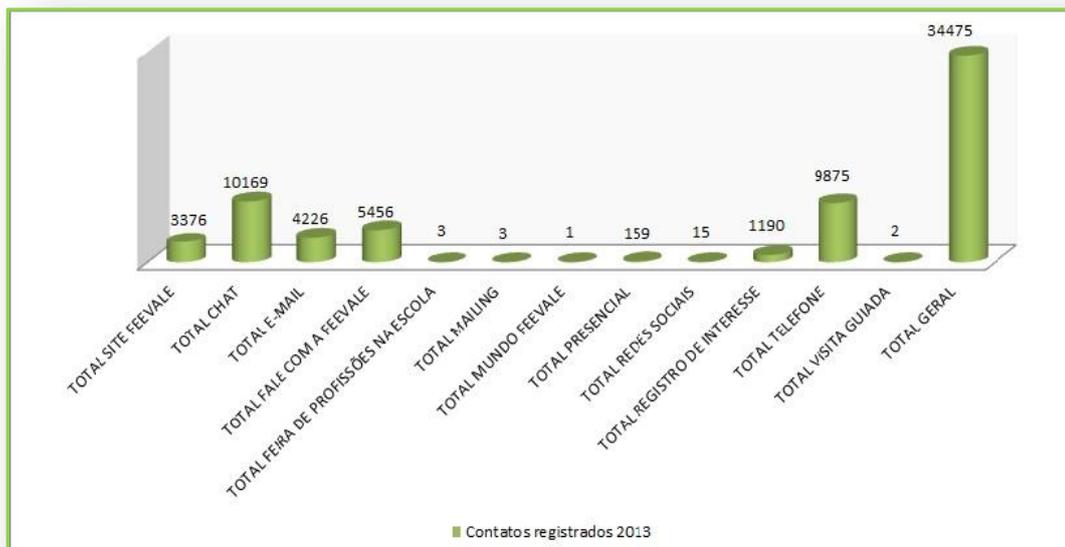
Ainda são muitas as estruturações que terão de ser desenvolvidas pelo grupo e equipe que acompanham este sistema. O grupo busca ampliar o escopo dos processos, analisando-os para a tomada de decisão e gerenciamento do relacionamento com os públicos da Instituição.

Além disso, para atender às metas estabelecidas no Planejamento Estratégico, o objetivo principal é abranger a implantação do SRM em 100% da Instituição até 2020. Várias ações já foram definidas e estão sendo trabalhadas para atender a essas demandas.

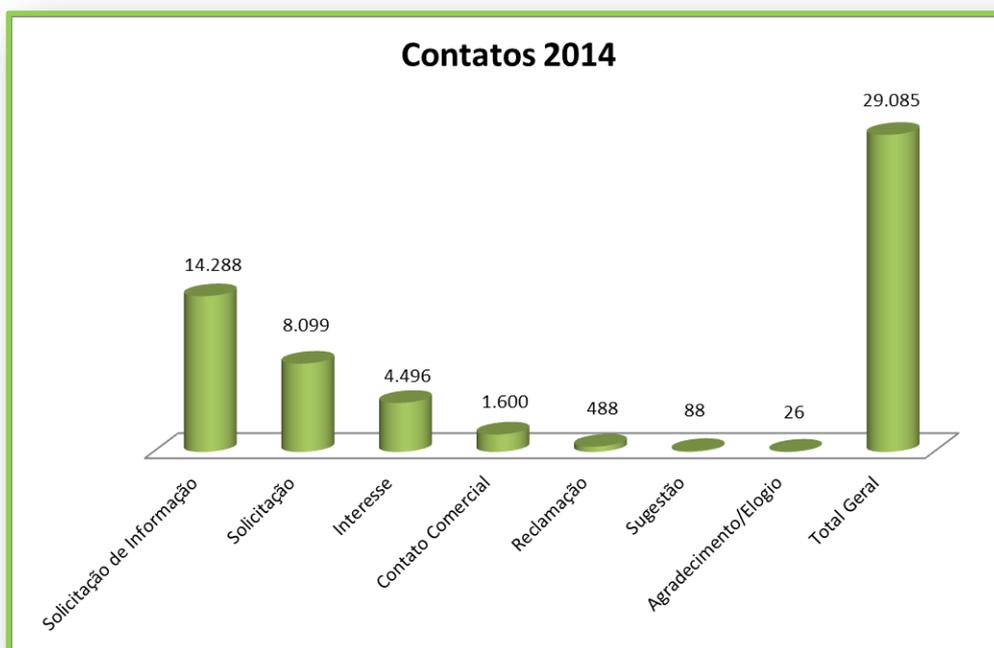
Com isso, identificam-se, através do histórico desse relacionamento, as necessidades futuras, sendo que a permanência destes alunos/prospects sempre será o objetivo principal.

2) Gráficos referentes ao item 4.3 – Indicadores Acadêmicos

Manifestações Registradas de 06/05/2013 a 31/12/2013



Manifestações Registradas de 01/01/2014 a 31/12/2014



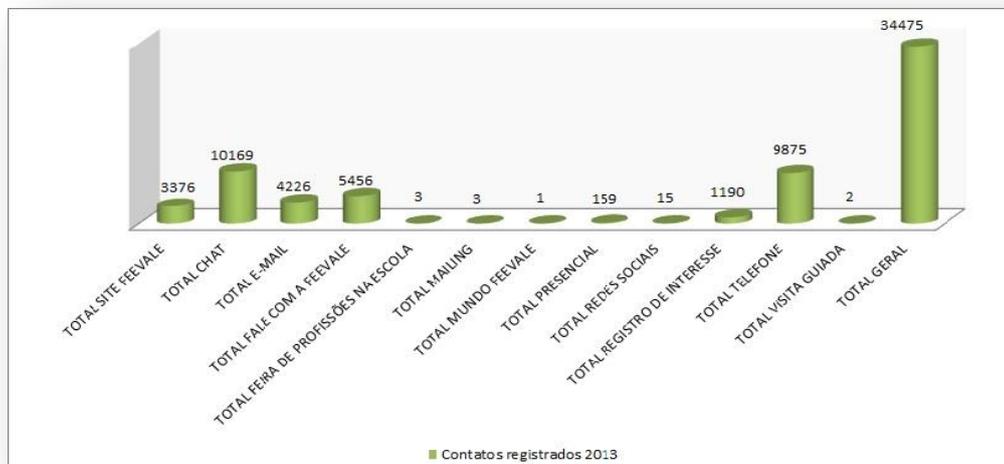
Nos gráficos acima são apresentados os tipos de manifestações (contatos de alunos/públicos) registradas no período de 06/05/2013, data de implantação do SRM, a 31/12/2013, totalizando 15.458 manifestações. No ano seguinte, 2014, é possível observar um número superior, com uma gestão mais eficaz dos contatos recebidos e classificados na Instituição. Esses dados não eram registrados antes da implantação do SRM, assim, não era possível mensurar os tipos de contatos que a Instituição recebia nos diferentes canais de comunicação existentes.

Além dos registros de manifestações, é possível realizar o registro dos contatos por telefone, site e atendimento online, de acordo com as informações que são prestadas pela Instituição. Em 2014, foram registradas 18.638 informações de contatantes, sejam alunos ou interessados em saber informações sobre os serviços/cursos da Universidade. Até o mês de janeiro de 2015, já haviam sido registradas 33.600 informações sobre serviços institucionais.

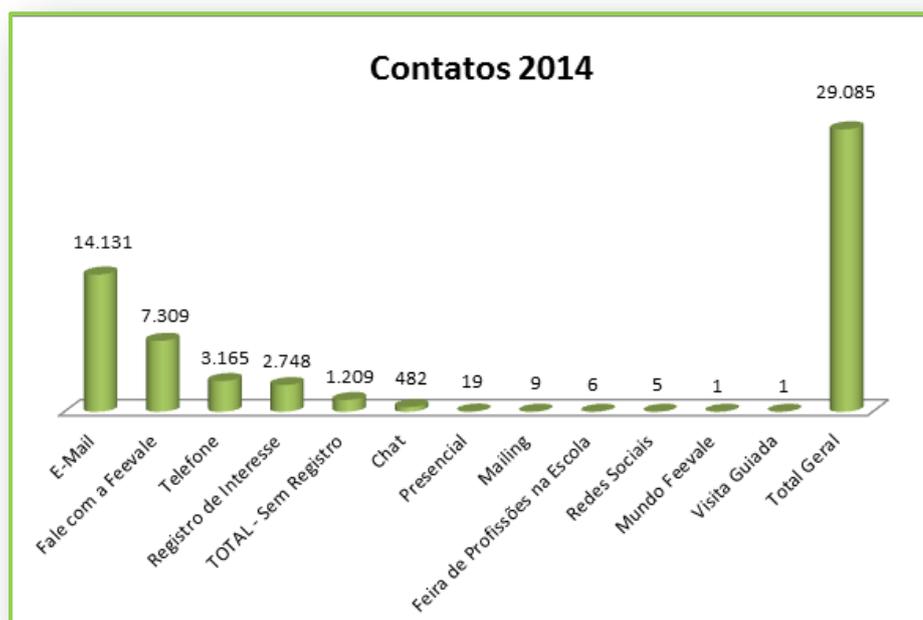
Gráfico - Informações 2014

Informações registradas - SRM - Universidade Feevale			
2014			
Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
Total de Informações Registradas 2.456	Total de Informações Registradas 2.128	Total de Informações Registradas 1.173	Total de Informações Registradas 1.065
Maio	Junho	Julho	Agosto
Total de Informações Registradas 1.742	Total de Informações Registradas 1.171	Total de Informações Registradas 1.971	Total de Informações Registradas 1.230
Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Total de Informações Registradas 746	Total de Informações Registradas 905	Total de Informações Registradas 1.234	Total de Informações Registradas 2.817
TOTAL GERAL			
18638			

Contatos de como localizou a Universidade Feevale 2013

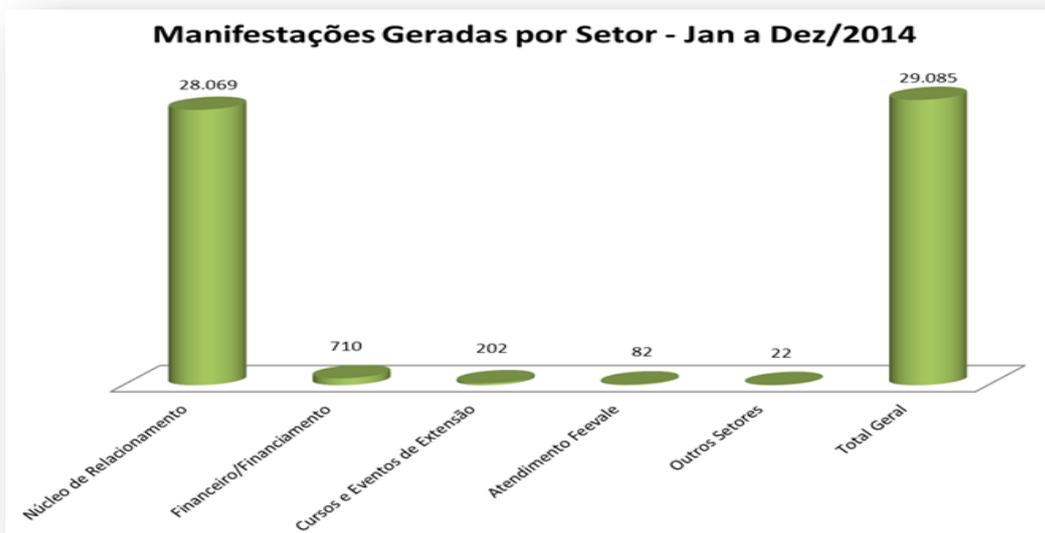
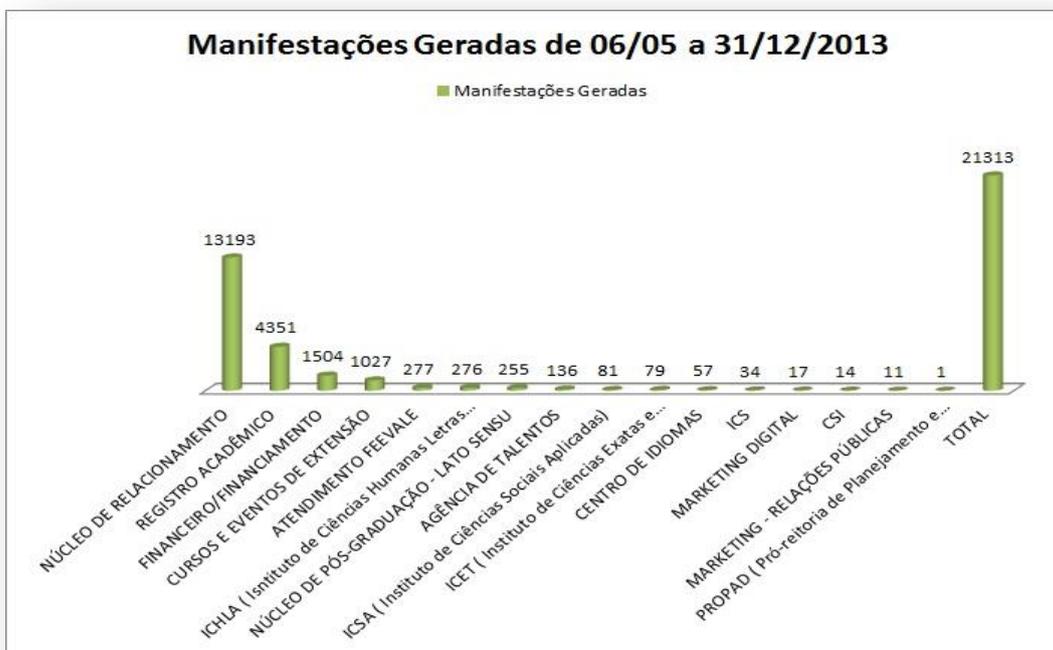


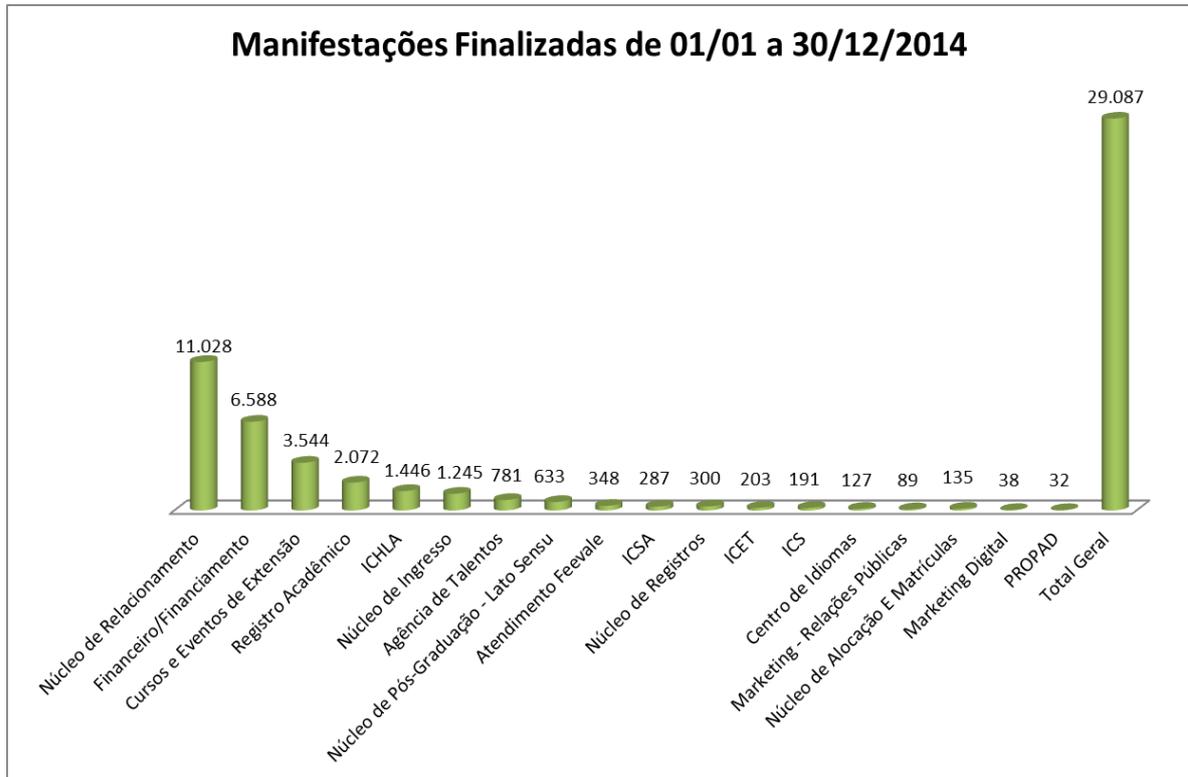
Contatos de como localizou a Universidade Feevale 2014



Nesses gráficos, apresentamos como os contatos localizaram a Feevale, na busca de informações sobre os serviços da Instituição, nos últimos dois anos. Esses dados são registrados no momento do contato e também não eram mensurados antes da implantação do SRM.

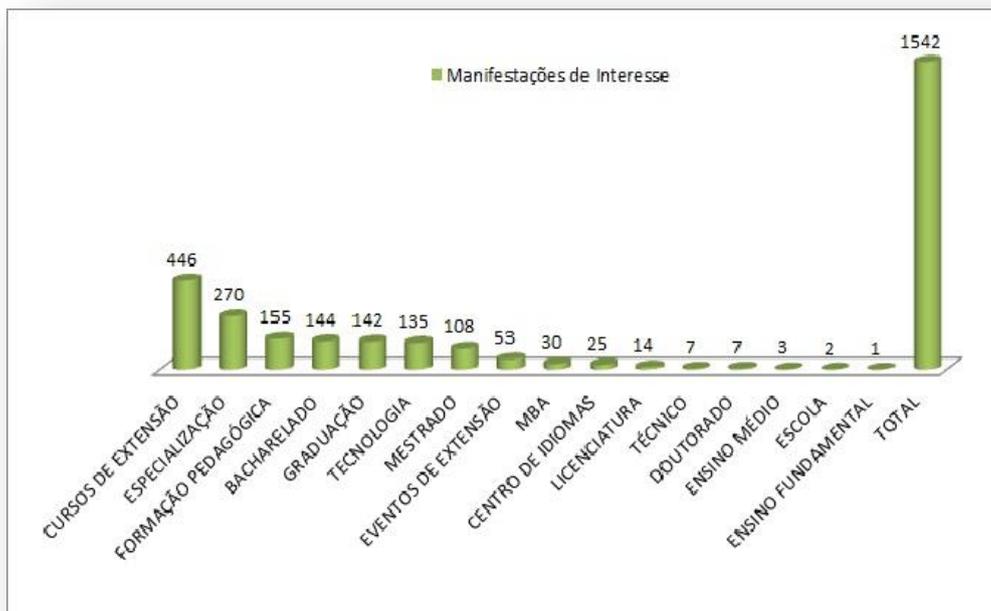
3) Gráficos referentes ao item 4.4 – Indicadores de produtividade e/ou de satisfação dos colaboradores



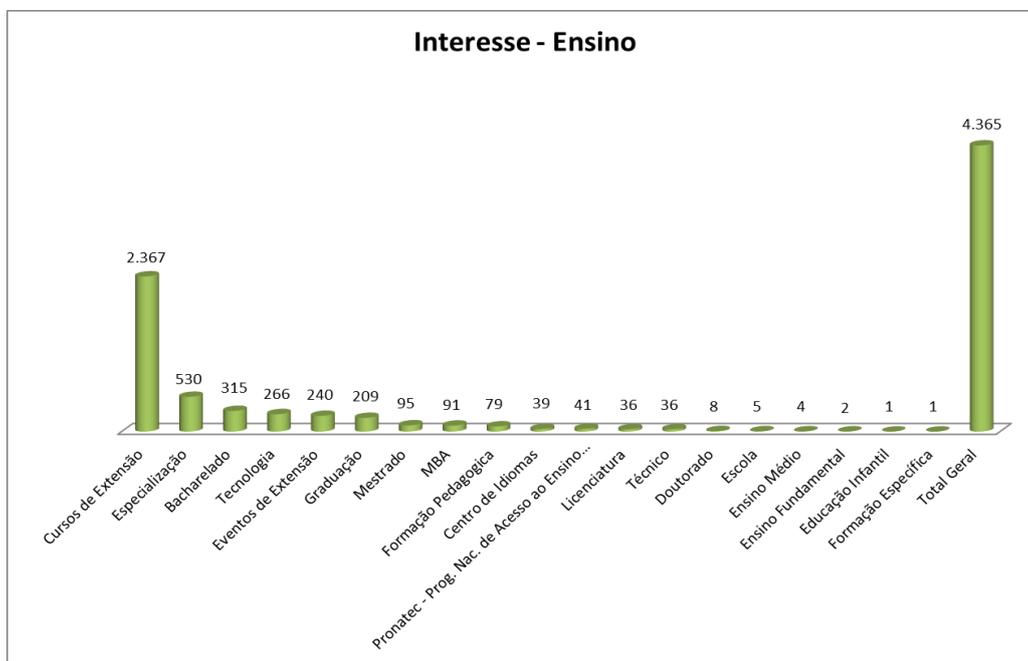


4) **Gráficos referentes ao item 4.5 – Indicadores de captação de clientes**

2013



2014



Modelo – Registro de Interesse Extensão



UNIVERSIDADE FEEVALE

Português | English

NUVENS ARMAZENAVAM ÁGUA. HOJE, ARMAZENAM ARQUIVOS. E AMANHÃ? PARA IR ALÉM DO ÓBVIO, É PRECISO SER ÚNICO.

VESTIBULAR ESPECIAL DE VERÃO
GRADUAÇÃO PRESENCIAL E A DISTÂNCIA
▶ INSCRIÇÕES ATÉ 30/01
▶ PROVA 05/02

Central do Aluno Webmail Acesso Rápido Pesquisar

» Home » Ensino » Cursos e Eventos » Coaching – Formação de Líder Coach – 4ª Edição

Coaching – Formação de Líder Coach – 4ª Edição

2 a 5 de FEVEREIRO

ATIVIDADES DE EXTENSÃO CURSOS 2015

COACHING – FORMAÇÃO DE LÍDER COACH
4ª EDIÇÃO

Apresentação

Um Líder (entendam as pessoas responsáveis por serem os coachings internos da organização), hoje em dia, precisa desenvolver as competências que motivam as equipes a superar – e a chave para essas competências é o coaching. Esse curso visa instruir a equipe participante para que objetivos e metas propostas sejam alcançados de forma assertiva, focada e mais rápida do que normalmente, gerenciando com sabedores do processo.

» Ensin
» Cursos e Eventos
Coaching – Formação de Líder Coach – 4ª Edição
» Programação
» Investimento

Precisa de ajuda?
Acesse Dúvidas Frequentes

>> Registre seu interesse

Nesses gráficos, apresentamos os registros de interesse por nível de ensino. Esses dados são registrados no momento do contato ou através do site institucional, conforme o modelo acima. Os dados não eram mensurados antes da implantação do SRM.