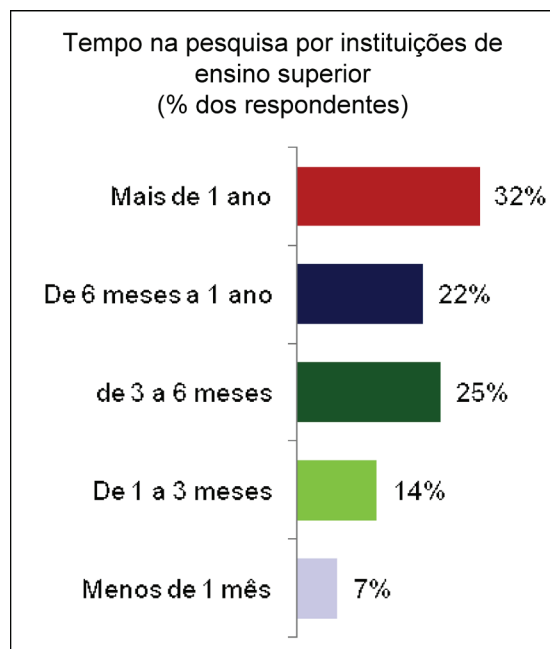
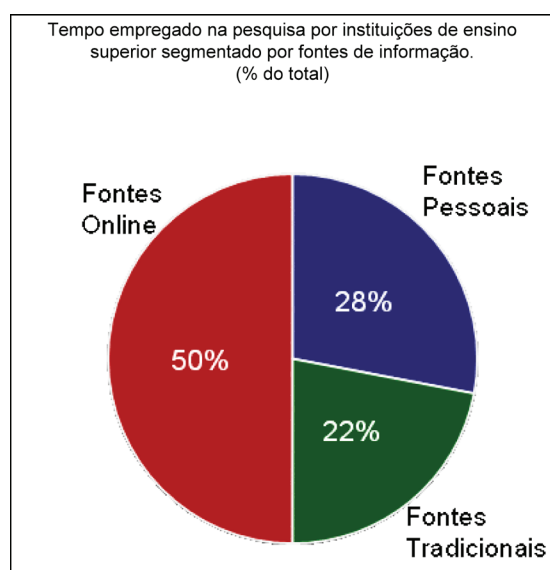




O Papel da Internet na Pesquisa por Instituições de Ensino, Cursos de Graduação e Pós-Graduação¹

Resumo

- Internet é um canal importante para a pesquisa de informações sobre instituições de ensino superior, cursos e processos seletivos
- O Google é usado por 96% dos usuários que pesquisam por educação superior
- Ferramentas de busca são amplamente usadas para conhecer, aprofundar, comparar e decidir sobre instituições de ensino



1. A internet é usada ativamente na pesquisa por educação e a disponibilidade online de informações de qualidade é um fator essencial na atração dos consumidores

- Entrevistamos 603 pessoas com idade entre 17 e 34 anos que estavam pesquisando ou se candidatando a uma instituição de ensino superior ou já haviam se candidatado no ano anterior.
- 55% dos entrevistados são do sexo masculino; 72% estavam interessados em graduação e 28% em pós-graduação.
- 93% acessam *sites* de Redes Sociais e 95% acessam *sites* de compartilhamento de vídeo.
- 88% passam mais de 2 horas por dia navegando na Internet.
- 50% de todo o tempo empregado na pesquisa por instituições de ensino superior é passado online e 22% nas mídias *offline*.
- 67% dizem que pesquisam informações sobre educação superior diretamente nos *sites* das instituições de ensino.
- Mais de 80% dos entrevistados afirmam que a qualidade do curso, dos professores e a excelência acadêmica na área de especialização são muito importantes quando consideram uma instituição de ensino superior.
- 74% dizem que o custo da mensalidade é muito importante quando se escolhe onde se candidatar.
- 70% são mais propensos a considerar uma instituição que forneça mais informações sobre ajuda financeira aos alunos.
- 52% dos entrevistados revisaram seus planos e expectativas. originais de educação e formação no final do processo de pesquisa.
- 37% completaram a inscrição para o processo seletivo.

2. O processo de pesquisa por um curso de graduação ou pós-graduação é longo e demanda muita análise por parte dos consumidores

- 54% dos entrevistados que procuram por educação superior estão no processo de pesquisa há mais de 6 meses.
- As buscas pela palavra "vestibular" acontecem o ano todo e o patamar mínimo do volume de buscas é aproximadamente 40% do volume máximo.

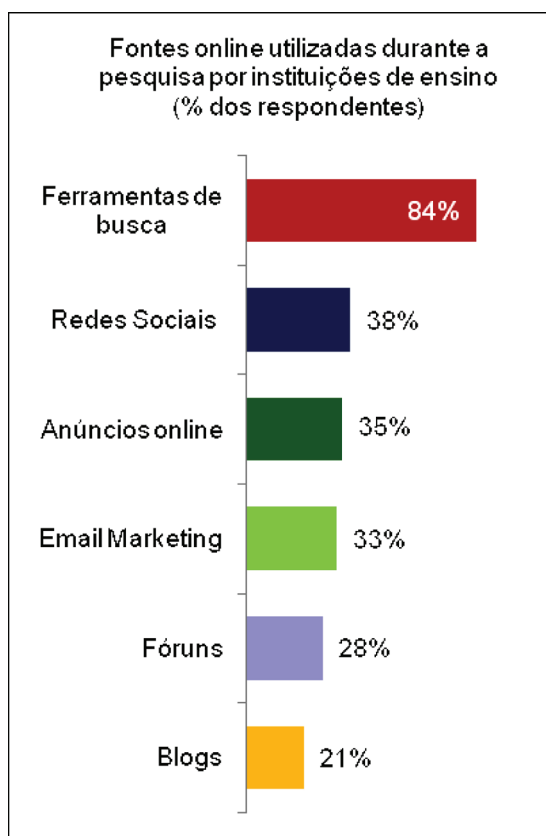
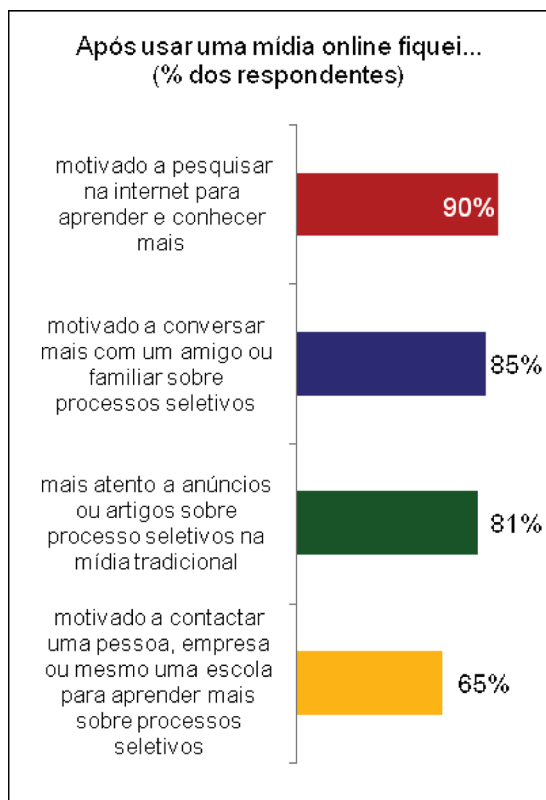
3. Os anúncios online aumentam o nível de consciência em relação a instituição de ensino e aos serviços oferecidos, além de ajudar no processo de decisão

- Entre os anúncios *online*, 71% prestam mais atenção nos anúncios animados, 68% nos anúncios de vídeo e 68% nos links patrocinados.
- Os anúncios *online* entretêm, ajudam a gostar e conhecer mais os serviços educacionais oferecidos pelas instituições de ensino superior.
- 63% afirmam que os anúncios *online* ajudam a conhecer novidades sobre a instituição de ensino superior.
- 67% dos entrevistados dizem que estão mais inclinados a clicar em anúncios *online* quando estão fazendo uma pesquisa genérica.
- Apenas 5% afirmam que nunca clicam em anúncios *online*.

¹ Dados baseados na pesquisa realizada pela Media-Screen em Julho de 2008 com 603 pessoas no Brasil. Perfil da amostra representativo do universo de usuários de Internet no Brasil.



O Papel da Internet na Pesquisa por Instituições de Ensino, Cursos de Graduação e Pós-Graduação¹



4. Os anúncios em mídia *online* e em mídia *offline* se complementam, aumentando o interesse pela instituição, curso ou processo seletivo

- 29% dos entrevistados consideram as feiras universitárias a fonte *offline* mais valiosa na pesquisa por processos seletivos.
- Anúncios em jornais, externos e em revistas são considerados muito valiosos por cerca de 10% dos entrevistados.
- Após usar uma mídia tradicional, 86% dos entrevistados dizem que ficaram mais conscientes dos anúncios *online* ou foram *online* para procurar por mais informações.
- Após usar uma mídia *online*, 90% dizem que estão motivados para aprender mais *online*, 85% a conversar mais com um amigo ou familiar e 81% afirmam que estão mais atentos aos anúncios sobre o processo seletivo na mídia tradicional.
- Após usar uma mídia tradicional, 52% usam os *sites* das instituições e 51% as ferramentas de busca para saber mais sobre o processo seletivo.
- 31% afirmam que os *sites* das instituições de ensino são as fontes *online* mais valiosas quando pesquisam por educação superior.

5. As ferramentas de busca são as principais fontes para a pesquisa sobre educação superior na Internet

- 84% dos entrevistados usam ferramentas de busca quando pesquisam *online* por universidades, faculdades ou instituições de ensino superior.
- As ferramentas de busca são muito importante em todas as etapas do processo de pesquisa-decisão por uma instituição de ensino superior.
- 82% consideram as ferramentas de busca muito importante durante a pesquisa geral, e 73% consideram as ferramentas de busca muito importante durante a decisão sobre qual instituição de ensino se candidatar.
- 54% dos entrevistados acessam os sites das instituições de ensino por meio de uma ferramenta de busca, e 38% digitam diretamente o endereço.
- 96% dos entrevistados que utilizam ferramentas de busca usam o Google; 77% afirmam que o Google é muito importante.

5. As ferramentas de busca são as principais fontes para a pesquisa sobre educação superior na Internet

- Google é o mecanismo de busca mais popular do Brasil, atingindo mais de 83% dos usuários de Internet no país, com mais de 760 milhões de visitas e 28 milhões de páginas vistas por mês².
- As soluções de marketing do Google permitem a veiculação de *links* patrocinados no *site* de busca do Google e em *sites* parceiros de busca, além de oferecer alternativas de anúncios *online* como texto, *banners* estáticos e animados, imagens, vídeo e *gadgets* que podem ser veiculados na Rede de Conteúdo do Google, composta de milhares de sites parceiros.