

# Crear marca educativa ya no va de aparecer más

El reto es cuánto cuesta que un alumno te recuerde, te lea y confíe.

FB

Fernando Bacaicoa  
Co-CEO · Educaedu

Problema

→ Regla

→ Protocolo

→ Control

→ Impacto

## 01 EL PROBLEMA

## ⚠ Pagamos demasiada visibilidad inútil

- El CPM no mide recuerdo real
- Gran parte del impacto se pierde en audiencias no cualificadas
- La ceguera de banner obliga a repetir hasta agotar presupuesto

*"No importa cuántos te ven. Importa cuántos alumnos te recuerdan."*

## 02 LA REGLA DE ORO

## 💡 La métrica clave es el umbral de consciencia

- Mide el coste de entrar en la mente del alumno
- Una segmentación real, atención y repetición necesaria
- Transforma el branding en una métrica de eficiencia

*"Crear marca no es comprar impresiones, es generar umbral de consciencia en la mente de nuestros alumnos."*

## 03 EL PROTOCOLO

## 🎯 Las 3 variables que encarecen el recuerdo



### Efficiency GAP

#### Desperdicio de inversión

- Impresiones fuera del público objetivo
- Segmentación imperfecta por canal
- Presupuesto diluido antes de generar marca



### Repetición

#### Impactos para ser recordado

- 40 impactos en redes sociales
- Hasta 50 en display o prensa
- 30 impactos en YouTube



### Atención

#### Visibilidad que el alumno sí procesa

- Menos scroll automático
- Más contexto de decisión
- Mensaje en el momento de búsqueda

*"El Gran Problema: La imposibilidad de realizar segmentaciones de audiencias de manera correcta y así llegar solamente a tu público objetivo es un despilfarro de recursos que las instituciones educativas no se pueden permitir."*

## 04 CÓMO ACTIVARLO

## 🚀 Del CPM al coste de ser recordado

1

### Calcula el Efficiency GAP

identifica qué parte de tu inversión impacta realmente a alumnos cualificados

2

### Mide el umbral de consciencia

estima cuántos impactos necesita cada canal para generar recuerdo de marca

3

### Prioriza canales de alta intención

concentra inversión donde el alumno está buscando formación, no entretenimiento

4

### Activa reputación real

convierte valoraciones y confianza en el argumento central del impacto

*"El objetivo no es aparecer más veces. Es ser recordado antes y con menos desperdicio."*

## 05 EL IMPACTO EDUCAEDUBRAND. UNA ALTERNATIVA SUPERIOR PARA CONSTRUIR MARCA

## 📊 De Impresiones a Consciencia Real



1,50 €

Coste estimado de crear consciencia con EducaeduBrand



100%

Impacto sobre público objetivo definido



1 impacto

Umbral de consciencia en WhatsApp



+ Recuerdo

Marca visible en el momento de decisión

**"La marca no se construye con más ruido. Se construye con relevancia en el momento exacto."**

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu