

Costruire brand educativo non significa apparire di più

La sfida è quanto costa che uno studente ti ricordi, ti legga e si fidi.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Regola

Protocollo

Controllo

Impatto

01 IL PROBLEMA

⚠️ Paghiamo troppa visibilità inutile

- Il CPM non misura il ricordo reale
- Gran parte degli impatti finisce su audience non qualificate
- La cecità da banner obbliga a ripetere fino a esaurire il budget

"Non conta quanti ti vedono. Conta quanti studenti ti ricordano."

02 LA REGOLA D'ORO

💡 La metrica chiave è la soglia di consapevolezza

- Misura il costo di entrare nella mente dello studente
- Unisce segmentazione reale, attenzione e ripetizione necessaria
- Trasforma il branding in una metrica di efficienza

"Fare brand non è comprare impression: è generare soglia di consapevolezza nella mente dei nostri studenti."

03 IL PROTOCOLLO

🎯 Le 3 variabili che rendono caro il ricordo



Efficiency GAP

Spreco di investimento

- Impression fuori dal pubblico obiettivo
- Segmentazione imperfetta per canale
- Budget disperso prima di generare marca



Ripetizione

Impatti per essere ricordati

- 40 impatti sui social
- Fino a 50 su display o stampa
- 30 impatti su YouTube



Attenzione

Visibilità che lo studente elabora davvero

- Meno scroll automatico
- Più contesto decisionale
- Messaggio nel momento della ricerca

"Il Grande Problema: L'impossibilità di effettuare segmentazioni di audience in modo corretto e raggiungere solo il proprio pubblico obiettivo è uno spreco di risorse che le istituzioni educative non possono permettersi."

04 COME ATTIVARLO

🚀 Dal CPM al costo di essere ricordati

1

Calcola l'Efficiency GAP

identifica quanta parte del tuo investimento raggiunge davvero studenti qualificati

2

Misura la soglia di consapevolezza

stima quanti impatti servono a ogni canale per generare ricordo di marca

3

Dai priorità ai canali ad alta intenzione

concentra l'investimento dove lo studente cerca formazione, non intrattenimento

4

Attiva la reputazione reale

trasforma recensioni e fiducia nell'argomento centrale dell'impatto

"L'obiettivo non è apparire più volte. È essere ricordati prima e con meno spreco."

05 L'IMPATTO EDUCAEDUBRAND. UN'ALTERNATIVA SUPERIORE PER COSTRUIRE MARCA

📄 Da Impression a Consapevolezza Reale



1,50 €

Costo stimato per creare consapevolezza con EducaeduBrand



100%

Impatto sul pubblico obiettivo definito



1 impatto

Soglia di consapevolezza su WhatsApp



+ Ricordo

Brand visibile nel momento di decisione

"Il brand non si costruisce con più rumore. Si costruisce con rilevanza nel momento esatto."

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu