

El lead fantasma no se arregla llamando más

La captación educativa necesita menos registros baratos y más intención real de matrícula.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Regla

Protocolo

Control

Impacto

01 EL PROBLEMA

Tu CRM crece, pero admisiones no consigue hablar

- El teléfono ha perdido eficacia por spam, filtros y cambio generacional.
- Los leads baratos llenan el CRM de contactos sin intención real.
- Llamar tarde o insistir sin contexto deteriora la experiencia del alumno.

“El problema no es solo la contactabilidad: es seguir usando un canal roto como primer contacto.”

02 LA REGLA DE ORO

El primer contacto útil gana la matrícula

- El alumno no pide una llamada: pide información concreta de un programa.
- Responder tarde multiplica la pérdida de oportunidad comercial.
- El asesor debe llamar con contexto, no para descubrir qué quiere el lead.

“La velocidad importa, pero la utilidad del primer mensaje importa todavía más.”

03 EL PROTOCOLO

Las 3 claves para recuperar la conversación



WhatsApp First

Primero valor, después llamada

- Programa solicitado
- Temario o PDF inmediato
- Vídeo, agenda y opción de matrícula



Fricción positiva

Menos volumen, más calidad

- Fecha prevista de matrícula
- Nivel de estudios actual
- Filtro de intención real



Llamada con contexto

El asesor ya sabe qué ha hecho el alumno

- Prioriza leads de marca
- Llama tras interacción positiva
- Usa el comportamiento como argumento

“No se trata de perseguir leads. Se trata de activar intención antes de llamar.”

04 CÓMO ACTIVARLO

Rediseña el funnel desde la intención

1 Sustituye la primera llamada por un WhatsApp automatizado y personalizado

2 Entrega valor inmediato
temario, vídeo, agenda y vías de matrícula

3 Añade campos de cualificación que filtren intención antes de entrar al CRM

4 Reserva la llamada para leads de marca o contactos que ya han interactuado

“La llamada deja de ser persecución y se convierte en continuidad de una interacción útil.”

05 EL IMPACTO

De Lead Fantasma a Conversación Real



+ Apertura

WhatsApp desbloquea el primer contacto con valor inmediato



+ Calidad

La fricción positiva reduce registros sin intención real



+ Contactabilidad

El equipo llama solo cuando existe contexto e interés medible



+ Matrículas

Marketing y admisiones dejan de medir leads y empiezan a medir conversión

“El futuro no es generar más leads: es generar conversaciones que puedan convertirse en matrícula.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu