

Il lead fantasma non si risolve chiamando di più

L'acquisizione educativa ha bisogno di meno contatti economici e più reale intenzione di iscrizione.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Regola

Protocollo

Controllo

Impatto

01 IL PROBLEMA



Il CRM cresce, ma admissions non riesce a parlare

- Il telefono perde efficacia tra spam, filtri e nuovi comportamenti generazionali.
- I lead economici riempiono il CRM di contatti senza intenzione reale.
- Chiamare tardi o insistere senza contesto peggiora l'esperienza dello studente.

"Il problema non è solo la contattabilità: è usare un canale rotto come primo contatto."

02 LA REGOLA D'ORO



Il primo contatto utile vince l'iscrizione

- Lo studente non chiede una telefonata: chiede informazioni su un programma.
- Rispondere tardi moltiplica la perdita di opportunità commerciale.
- Il consulente deve chiamare con contesto, non per scoprire cosa vuole il lead.

"La velocità conta, ma l'utilità del primo messaggio conta ancora di più."

03 IL PROTOCOLLO



Le 3 chiavi per riaprire la conversazione



WhatsApp First

Prima valore, poi chiamata

- Programma richiesto
- Piano di studi immediato
- Video, agenda e iscrizione



Attrito positivo

Meno volume, più qualità

- Periodo previsto di iscrizione
- Livello di studi attuale
- Filtro di intenzione reale



Chiamata con contesto

Il consulente sa già cosa ha fatto lo studente

- Priorità ai lead di marca
- Chiamata dopo interazione positiva
- Comportamento come argomento

"Non bisogna inseguire i lead. Bisogna attivare l'intenzione prima della chiamata."

04 COME ATTIVARLO



Ridisegna il funnel a partire dall'intenzione

1

Sostituisci la prima chiamata con un WhatsApp automatico e personalizzato

2

Offri valore immediato

programma, video, agenda e opzioni di iscrizione

3

Aggiungi campi di qualifica che filtrino l'intenzione prima del CRM

4

Riserva la chiamata ai lead di marca o a chi ha già interagito

"La chiamata smette di essere inseguimento e diventa continuità di un'interazione utile."

05 L'IMPATTO



Da Lead Fantasma a Conversazione Reale



+ Apertura

WhatsApp sblocca il primo contatto con valore immediato



+ Qualità

L'attrito positivo riduce i contatti senza reale intenzione



+ Contattabilità

Il team chiama solo quando esistono contesto e interesse misurabile



+ Iscrizioni

Marketing e admissions misurano conversione, non solo lead

"Il futuro non è generare più lead: è generare conversazioni che possano diventare iscrizioni."

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu