

Cuando todos venden lo mismo solo la marca evita competir por precio

La diferenciación educativa ya no está en el temario: está en el contexto que solo tu institución puede ofrecer.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Regla

Protocolo

Control

Impacto

01 EL PROBLEMA

⚠️ La oferta educativa se está comoditizando

- Los programas se parecen demasiado entre sí.
- Los anuncios repiten las mismas promesas: profesores, prácticas y empleabilidad.
- Cuando no hay marca, el alumno decide por precio, cercanía o descuento.

“Si tu propuesta puede copiarse en un anuncio de la competencia, tu marca está en riesgo.”

02 LA REGLA DE ORO

💡 No vendas contenido: vende contexto diferencial

- El plan de estudios ya no basta para diferenciarse.
- El branding reduce dependencia de Google, Meta y descuentos.
- El valor real está en lo que el alumno no puede conseguir en otro lugar.

“La marca empieza cuando el mercado entiende por qué no eres sustituible.”

03 EL PROTOCOLO

🚀 Las 3 palancas contra la comoditización



Networking

De centro formativo a ecosistema de talento

- Comunidad profesional visible
- Eventos y conexiones reales
- Alumni como prueba de valor



Empleabilidad

De bolsa de empleo a acelerador de carreras

- Resultados transparentes
- Evolución laboral medible
- Acompañamiento post-matrícula



Experiencia

De servicio académico a vivencia memorable

- Momentos propios de marca
- Soporte y plataforma cuidados
- Hitos que no se pueden copiar

“No se trata de prometer más. Se trata de construir algo que el mercado no pueda reemplazar.”

04 CÓMO ACTIVARLO

🔍 Haz la prueba de la existencia

1 Elimina logos y colores de tus anuncios y comprueba si siguen siendo reconocibles

2 Audita qué parte de tu propuesta no podría ofrecer otro centro mañana

3 Sustituye claims genéricos por pruebas reales comunidad, datos y experiencia

4 Reequilibra inversión menos dependencia exclusiva de performance y más construcción de marca

“La pregunta no es cómo bajar un 5% el CPL, sino qué perdería el mercado si desaparecieras.”

05 EL IMPACTO

📈 De Commodity a Marca Insustituible



+ Margen

Reduces la presión de competir solo con becas y descuentos



+ Preferencia

El alumno te elige por valor percibido, no solo por precio



- Dependencia

Necesitas menos performance para sostener la captación



+ Reputación

Construyes una posición que el algoritmo no puede quitarte

“Si tu institución desapareciera mañana, ¿qué perdería el mercado que nadie más pudiera ofrecer?”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu