

El last click está ocultando tus matrículas

EducaeduBrand demuestra que la marca genera demanda antes de que Analytics la vea.

FB **Fernando Bacaicoa**
Co-CEO · Educaedu



01 **EL PROBLEMA**

 Medimos el clic, pero no el origen real de la decisión

- El last click atribuye valor al canal equivocado.
- SEO y branded search se llevan méritos que no siempre generaron.
- El impacto de marca queda invisible en los dashboards tradicionales.

“Si solo mides el último clic, estás gestionando con una parte de la verdad.”

02 **LA REGLA DE ORO**

 La marca activa búsquedas que después parecen orgánicas

- Un impacto por WhatsApp puede provocar una búsqueda posterior en Google.
- La recomendación basada en reviews crea intención antes de la visita.
- El tráfico de marca debe atribuirse al estímulo que lo originó.

“La atribución correcta empieza antes del clic visible.”

03 **EL PROTOCOLO**

 El experimento de la Escuela del Pastelero


Marca cero
Un centro fantasma para medir sin ruido

- Sin SEO previo
- Sin campañas activas
- Sin histórico de búsqueda


Impacto único
WhatsApp en el momento de decisión

- 10 días tras el lead
- Mensaje con reputación real
- Canal de alta atención


Atribución real
Separar clic visible de búsqueda inducida

- 13% tráfico directo
- 36% tráfico indirecto
- ~50% termina visitando la web

“Cuando aislas la variable de marca, descubres cuánto tráfico estaba oculto.”

04 **CÓMO ACTIVARLO**

 Mide la marca como generadora de demanda

1 **Etiqueta el enlace directo de WhatsApp con UTMs limpias**

2 **Monitoriza búsquedas de marca tras cada impacto publicitario**

3 **Cruza tráfico directo, orgánico y branded search con ventanas temporales**

4 **Atribuye el valor al estímulo que creó la intención, no solo al último clic**

“No optimices solo el canal que captura la demanda. Invierte en el que la crea.”

05 **EL IMPACTO**

 De Branding a Matrículas Rentables



13% Directo

Usuarios que pinchan desde el enlace del mensaje de WhatsApp



36% Indirecto

Usuarios que buscan la marca u opiniones después del impacto



10% Lead

Tráfico cualificado que convierte en contacto con alta intención



1/15 Matrícula

La recomendación entre iguales acerca el tráfico al cierre

“EducaeduBrand no nace para darte más leads, sino para demostrar qué marca genera las matrículas más rentables.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu