

Il last click sta nascondendo le tue iscrizioni

EducaeduBrand dimostra che il brand genera domanda prima che Analytics la veda.

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



01 **IL PROBLEMA**

 Misuriamo il clic, ma non l’origine reale della decisione

- Il last click attribuisce valore al canale sbagliato
- SEO e branded search ricevono meriti che non sempre hanno generato
- L’impatto del brand resta invisibile nei dashboard tradizionali

“Se misuri solo l’ultimo clic, stai governando con una verità incompleta.”

02 **LA REGOLA D’ORO**

 Il brand attiva ricerche che poi sembrano organiche

- Un impatto WhatsApp può generare una ricerca successiva su Google
- Le recensioni reali creano intenzione prima della visita
- Il traffico brand va attribuito allo stimolo che lo ha creato

“La corretta attribuzione inizia prima del clic visibile.”

03 **IL PROTOCOLLO**

 L’esperimento della Scuola del Pasticcere



Brand zero
Un centro fantasma per misurare senza rumore

- Nessuna SEO pregressa
- Nessuna campagna attiva
- Nessuna storia di ricerca



Impacto unico
WhatsApp nel momento della decisione

- 10 giorni dopo il lead
- Messaggio basato su reputazione reale
- Canale ad alta attenzione



Attribuzione reale
Separare clic visibile e ricerca indotta

- 13% traffico diretto
- 36% traffico indiretto
- ~50% visita il sito

“Quando isoli la variabile brand, scopri quanto traffico era nascosto.”

04 **COME ATTIVARLO**

 Misura il brand come generatore di domanda

1 Tagga il link diretto WhatsApp con UTM pulite

2 Monitora le ricerche brand dopo ogni impatto pubblicitario

3 Incrocia traffico diretto, organico e branded search con finestre temporali

4 Attribuisi valore allo stimolo che ha creato l’intenzione, non solo all’ultimo clic

“Non ottimizzare solo il canale che cattura domanda. Investi in quello che la crea.”

05 **L’IMPATTO**

 Da Branding a Iscrizioni Reddizie



13% Diretto

Utenti che cliccano dal link nel messaggio WhatsApp



36% Indiretto

Utenti che cercano il brand o le recensioni dopo l’impatto



10% Lead

Traffico qualificato che diventa contatto ad alta intenzione



1/15 Iscrizione

La raccomandazione tra pari avvicina il traffico alla conversione

“EducaeduBrand non nasce per generare più lead, ma per dimostrare quale brand crea le iscrizioni più redditizie.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu