

Del no interesado a la matrícula

El lead de febrero no está perdido: necesita nurturing hasta que llegue su momento.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Regla

Protocolo

Control

Impacto

01

EL PROBLEMA



El CRM archiva leads antes de tiempo

- Los leads antiguos se etiquetan como no interesados.
- El equipo deja de acompañarlos antes del verano.
- En julio se vuelve a pagar por captar demanda ya conocida.

“El lead no desapareció: la institución dejó de estar presente cuando aún no había llegado su decisión.”

02

LA REGLA DE ORO



Nutrir no es perseguir: es llegar a tiempo

- Sustituye no interesado por en maduración.
- Asocia cada lead a una fecha real de reactivación.
- Aumenta la presión cuando se abre la ventana de matrícula.

“El calendario académico debe gobernar el CRM, no la impaciencia comercial.”

03

EL PROTOCOLO



Las 3 palancas del nurturing educativo



Segmentación

Ordena antes de activar

- Programa y modalidad
- Maduración e intención
- Origen y campaña



Multicanal

Cada canal cumple una función

- Email para profundidad
- WhatsApp para cercanía
- Llamada para el cierre



Prueba social

Reduce miedo y acelera decisión

- Testimonios de alumnos
- Casos reales de éxito
- Reputación que reactiva

“El nurturing eficaz combina datos, canales y prueba social en el momento adecuado.”

04

CÓMO ACTIVARLO



Convierte tu base histórica en matrículas de verano

1

Crea estados de maduración y fechas automáticas de reactivación

2

Actualiza el lead scoring según comportamiento y proximidad al verano

3

Coordina email, WhatsApp, retargeting y llamadas en una sola cadencia

4

Prioriza en verano los leads que muestran señales y aplica urgencia real

“En verano, reactivar un lead comprado en febrero suele ser más rentable que captar uno nuevo.”

05

EL IMPACTO



De Base Dormida a Demanda Activa



Coste casi 0

Reactivación de leads ya adquiridos



9/10

Valoración del nurturing multicanal



10/10

Prueba social como palanca de reactivación



< 1 semana

Maduración en la ventana estival

“El nurturing no acompaña a la venta: la crea.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu