

Da non interessato a nuova iscrizione

Il lead di febbraio non è perso: va coltivato fino al momento giusto.

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



01 **IL PROBLEMA**
 Il CRM archivia i lead troppo presto

- I lead vecchi vengono segnati come non interessati.
- Il team smette di accompagnarli prima dell'estate.
- A luglio si ricompra una domanda già acquisita.

“Il lead non è scomparso: l’istituzione ha smesso di esserci prima della decisione.”

02 **LA REGOLA D'ORO**
 Nutrire non significa inseguire: significa arrivare al momento giusto

- Sostituisci non interessato con in maturazione.
- Associa ogni lead a una data reale di riattivazione.
- Aumenta la pressione quando si apre la finestra di iscrizione.

“Il calendario accademico deve guidare il CRM, non l’impazienza commerciale.”

03 **IL PROTOCOLLO**
 Le 3 leve del nurturing educativo



Segmentazione
Ordina prima di attivare

- Programma e modalità
- Maturazione e intenzione
- Origine e campagna



Multicanale
Ogni canale ha una funzione

- Email per approfondire
- WhatsApp per la vicinanza
- Chiamata per chiudere



Prova sociale
Riduce il rischio e accelera la scelta

- Testimonianze degli studenti
- Casi reali di successo
- Reputazione che riattiva

“Il nurturing efficace combina dati, canali e prova sociale nel momento corretto.”

04 **COME ATTIVARLO**
 Trasforma la base storica in iscrizioni estive

1 **Crea stati di maturazione e date automatiche di riattivazione**

2 **Aggiorna il lead scoring in base ai segnali e alla vicinanza all'estate**

3 **Coordina email, WhatsApp, retargeting e chiamate in un'unica cadenza**

4 **In estate, dai priorità ai lead attivi e usa un'urgenza reale**

“In estate, riattivare un lead acquistato a febbraio è spesso più redditizio che acquisirne uno nuovo.”

05 **L'IMPATTO**
 Da Database Dormiente a Domanda Attiva



Costo quasi 0

Riattivazione di lead già acquisiti



9/10

Valutazione del nurturing multicanale



10/10

Prova sociale come leva di riattivazione



< 1 settimana

Maturazione nella finestra estiva

“Il nurturing non accompagna la vendita: la crea.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu