

# Los mejores leads ya están dentro de tu CRM

El crecimiento no depende de comprar más registros, sino de escuchar mejor las señales de los que ya tienes.

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

Problema

Regla

Protocolo

Control

Impacto

## 01 EL PROBLEMA



### Captamos más, pero seguimos llamando a ciegas

- Los leads antiguos quedan congelados con su puntuación inicial.
- El equipo comercial prioriza por fecha, no por intención real.
- El emailing masivo satura sin detectar señales de reactivación.

“Un lead dormido no está perdido: puede estar esperando el momento adecuado.”

## 02 LA REGLA DE ORO



### El comportamiento manda sobre la antigüedad

- Abrir un WhatsApp puede valer más que ser un lead nuevo.
- Visitar becas o financiación revela intención inmediata.
- La prueba social reduce miedo y acelera la decisión.

“No llames al lead más reciente. Llama al que acaba de levantar la mano.”

## 03 EL PROTOCOLO



### Las 3 palancas que reactivan matrículas



#### Scoring dinámico

Actualiza la prioridad en tiempo real

- Suma puntos por aperturas
- Prioriza leads calientes
- Ordena la agenda comercial



#### Omnicanalidad

Coordina cada impacto con el calendario

- WhatsApp para activar
- SMS para urgencia
- Llamada para cerrar



#### Prueba social

Deja que tus alumnos reduzcan la fricción

- Testimonios relevantes
- Vídeos de alumni
- Reputación Online

“Segmentar, impactar y priorizar. así se convierte una base dormida en ingresos.”

## 04 CÓMO ACTIVARLO



### Convierte las señales en tareas comerciales

1

Segmenta la base por programa, intención y fecha de decisión

2

Recalcula el lead scoring después de cada interacción

3

Activa alertas automáticas para señales de alta intención

4

Sincroniza WhatsApp, SMS y llamadas con los hitos del calendario

“La automatización no sustituye al asesor: le dice a quién llamar y cuándo.”

## 05 EL IMPACTO



### De Base Dormida a Matrículas



#### + Prioridad

Los asesores llaman primero a quien acaba de mostrar interés



#### + Contactabilidad

WhatsApp y SMS reabren conversaciones que el email perdió



#### + Conversión

Los leads antiguos vuelven al funnel en su momento real de decisión



#### + ROI

Rentabilizas registros ya pagados sin elevar el presupuesto de captación

“Las instituciones líderes no compran más leads, escuchan mejor a los que ya tienen en su CRM.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu