

Pagar el doble por los mismos alumnos. La factura de no tener marca.

El clic sube más del doble de rápido que el mercado. La marca es la salida.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Insight

Palancas

Activación

Impacto

01

EL PROBLEMA



El coste del clic crece más rápido que el mercado

- CPC en Google desde enero de 2023: +128 % en España, +169 % en México y +185 % en la FP española
- El mercado (alumnos × precio) ha crecido en torno a un 50 %
- Creecer un 20 % en alumnos exige multiplicar por más de 3 el presupuesto de captación

“En México, la captación pasó de 20 a 33 de cada 100 pesos de matrícula.”

02

LA REGLA DE ORO



Hay dos subastas. Sin marca, solo juegas la cara

- Búsqueda genérica: diez centros, anuncios casi idénticos, gana quien más puja
- Búsqueda de marca: menos competencia, clic más barato, mejor conversión a matrícula
- Si nadie te busca por tu nombre, compras todo tu tráfico en la subasta genérica

“La solución no es optimizar las campañas. Es necesitarlas menos.”

03

EL PROTOCOLO



3 palancas para dejar de alquilar atención



Capital que se queda

Invierte en lo que permanece

- Talento: docentes y directores de programa reconocibles
- Campus, instalaciones y tecnología propia
- Marca y reputación online que siguen ahí al año siguiente



Diferenciación genuina

Que te busquen por tu nombre

- Si borras el logo y tu web es intercambiable, compites solo por precio
- Una propuesta de valor propia genera búsquedas de marca
- Más búsquedas de marca: clic más barato y mejor conversión



Canales que dejan huella

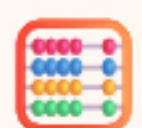
Lead + visibilidad de marca

- Prioriza canales donde el alumno ve, compara y recuerda tu marca
- Los portales de formación generan leads y efecto billboard
- El último clic no cuenta toda la historia: muchas búsquedas de marca nacen antes

“El performance alquila atención. La marca construye un foso (moat).”

04

CÓMO ACTIVARLO



Haz la aritmética que pocos se atreven a hacer

1

Calcula qué parte de cada matrícula se va a captación, año a año

2

Mide qué porcentaje de tu tráfico llega por búsquedas de marca y cuál por genéricas

3

Protege el presupuesto de marca

no es un gasto para cuadrar el trimestre

4

Revisa la atribución

identifica dónde conoció el alumno tu marca antes del último clic

“Si mañana apagas el performance, ¿cuántas matrículas seguirías consiguiendo?”

05

EL IMPACTO



De alquilar clics a construir valor



+185 %

Subida del CPC en la FP española desde enero de 2023



≈ +50 %

Crecimiento estimado del tamaño de mercado entre 2023 y 2025



20 → 33

Pesos de cada 100 de matrícula destinados a captación en México



+ Marca

Clic más barato y mayor conversión en búsquedas de marca

“La marca no es un gasto que recortar. Es lo único que te permite dejar de pagar el doble.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu