

Subir Precios sin Perder Alumnos

El precio no espanta. Lo que espanta es no saber explicarlo.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Insight

Estrategia

Decisión

Impacto

01 EL PROBLEMA

⚠ El miedo te hace bajar el valor

- Tus costes suben, pero comunicarlo da vértigo.
- Temes perder matrículas frente a la competencia.
- Y acabas subiendo precios sin una narrativa clara.

"No aleja el precio. Aleja no entender qué lo justifica."

02 EL INSIGHT

💡 El silencio destruye confianza

- Subir precios sin explicarlo es el peor mensaje.
- Hoy el silencio se percibe como opacidad.
- Cuando explicas el por qué, la resistencia baja.

"Explica el motivo. La aceptación cambia por completo."

03 LA ESTRATEGIA

🔑 Comunica la subida en 3 capas



Capa 1 · Valor

Empieza por lo conseguido

- Recuerda logros y mejoras del último año
- Demuestra resultados tangibles
- Haz visible el valor ya entregado



Capa 2 · Noticia

Di la subida con honestidad

- Comunica el nuevo precio sin rodeos
- Explica en qué se invierte el incremento
- La claridad genera más confianza que el silencio



Capa 3 · Futuro

Refuerza el ROI del alumno

- Conecta el aumento con mejoras reales
- Haz tangible el retorno esperado
- El futuro justifica la inversión presente

"Este orden importa: primero valor, luego noticia, por último futuro."

04 DECISIÓN CLAVE

⚖ Dos caminos, una mejor decisión

A

Descuentos & Becas

Subir y compensar con descuentos

- Da margen comercial para cerrar
- Permite ajustar por perfil de alumno
- Debilita la marca
- El precio parece siempre negociable
- Acostumbra al lead a esperar rebaja

B

Urgencia Real

Mantener precio actual hasta una fecha de corte

- Genera urgencia ética
- Refuerza la percepción de seriedad
- Todos pagan lo mismo antes del corte
- Pueden bajar las conversiones tras la subida efectiva de los precios
- Hay menos margen si el lead llega tarde

"La urgencia real acelera matrículas sin devaluar tu programa."

05 EL IMPACTO

📈 Precio Mejor Comunicado, Mejor Resultado



+ Conversión

Menos resistencia y más decisión de matrícula



+ Marca

Precio claro = mayor seriedad percibida



+ Lealtad

El alumno entiende, acepta y defiende



+ Cierre

La urgencia real acelera ventas

"Subir precios no debilita tu marca. Explicarlo mal, sí."

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu