

Finanziamento e Flessibilità

L'ultima miglia non si perde per mancanza di interesse. Si perde per attrito.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Cambiamento

Psicologia

Attivazione

Impatto

01 IL PROBLEMA

⚠️ Perdi iscrizioni quando erano già vinte

- Il marketing ha fatto il suo lavoro.
- Il consulente ha convinto lo studente.
- Ma il pagamento rompe la magia.

"Non perdi per prodotto. Perdi per metodo di pagamento."

02 IL CAMBIAMENTO

💡 Il finanziamento è marketing

- Non è un tema amministrativo.
- È una leva diretta di conversione.
- La chiusura dipende dall'attrito finale dei metodi di pagamento.

"Il pagamento flessibile non decora la vendita. La sblocca."

03 LA PSICOLOGIA

🧠 Il prezzo pesa meno quando cambia la cornice



Pagamento totale

Muro mentale

- 3.000€ suonano come un blocco
- Generano rifiuto immediato
- Congelano la decisione



Rata mensile

Spesa sostenibile

- 250€ suonano come un abbonamento
- Migliore adattamento alla situazione finanziaria degli studenti
- Riducono l'attrito



Rischio percepito

La barriera vera

- ISA elimina la paura iniziale
- Buy Now Pay Later avvicina il Sì
- La flessibilità amplia il mercato

"Non è lo stesso pagare il prezzo totale o una rata mensile."

04 COME ATTIVARLO

🚀 Trasforma il prezzo in chiusura

1

Offri finanziamento
digitale e immediato

2

Riduci le pratiche offline
e i tempi di attesa

3

Integra più partner finanziari
per aumentare l'approvazione

4

Fai tornare il consulente a consigliare
non a giustificare

"Se il finanziamento tarda, l'iscrizione si raffredda."

05 L'IMPATTO

📈 Meno Attrito, Più Iscrizioni



+ Conversione

Più chiusure a caldo



+ Velocità

Meno tempo tra interesse e iscrizione



+ Efficienza commerciale

Meno obiezioni sul prezzo



+ Cash Flow

Migliore flusso se finanzia un terzo

"La concorrenza a volte non ti porta via studenti perché è migliore. A volte te li porta via perché incassa meglio."

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu