

Aumentare i Prezzi senza Perdere Studenti

Il prezzo non spaventa. Spaventa non saperlo spiegare.

FB

Fernando Bacaicoa
Co-CEO · Educaedu

Problema

Insight

Strategia

Decisione

Impatto

01 IL PROBLEMA



La paura ti fa svalutare il valore

- I costi salgono, ma comunicarlo dà le vertigini.
- Temi di perdere iscrizioni a favore della concorrenza.
- E finisci per aumentare i prezzi senza una narrativa chiara.

“Non allontana il prezzo. Allontana non capire cosa lo giustifica.”

02 L'INSIGHT



Il silenzio distrugge fiducia

- Aumentare i prezzi senza spiegarlo è il messaggio peggiore.
- Oggi il silenzio viene percepito come opacità.
- Quando spieghi il perché, la resistenza cala.

“Spiega il motivo. L'accettazione cambia completamente.”

03 LA STRATEGIA



Comunica l'aumento in 3 strati



Strato 1 · Valore

Parti da ciò che hai ottenuto

- Ricorda risultati e miglioramenti dell'ultimo anno
- Dimostra risultati tangibili
- Rendi visibile il valore già erogato



Strato 2 · Notizia

Dichiara l'aumento con onestà

- Comunica il nuovo prezzo senza giri di parole
- Spiega dove viene investito l'incremento
- La chiarezza genera più fiducia del silenzio



Strato 3 · Futuro

Rafforza il ROI dello studente

- Collega l'aumento a miglioramenti reali
- Rendi concreto il ritorno atteso
- Il futuro giustifica l'investimento presente

“L'ordine conta: prima il valore, poi la notizia, infine il futuro.”

04 DECISIONE CHIAVE



Due strade, una scelta migliore

A

Sconti & Borse

Aumentare e compensare con sconti

Vantaggi

- Dà margine commerciale per chiudere
- Permette flessibilità per profilo di studente

Svantaggi

- Indebolisce il brand
- Il prezzo sembra sempre negoziabile
- Alleni il lead ad aspettare lo sconto

B

Urgenza Reale

Mantenere il prezzo attuale fino a una data limite

Vantaggi

- Genera urgenza etica
- Rafforza la percezione di serietà
- Tutti pagano lo stesso prima della scadenza

Svantaggi

- Possibile calo delle conversioni dopo l'aumento effettivo dei prezzi
- Meno margine se il lead arriva tardi

“L'urgenza reale accelera le iscrizioni senza svalutare il programma.”

05 L'IMPATTO



Prezzo Comunicato Meglio, Risultato Migliore



+ Conversione

Meno resistenza e più decisione di iscrizione



+ Brand

Prezzo chiaro = più serietà percepita



+ Fedeltà

Lo studente capisce, accetta e difende



+ Chiusure

L'urgenza reale accelera le vendite

“Aumentare i prezzi non indebolisce il brand. Spiegarlo male, sì.”

— Fernando Bacaicoa, Co-CEO · Educaedu