ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 5 - number 154 Wednesday 14 april 2021

Consigli per fissare il prezzo di un corso online

Non sai quale prezzo dare al tuo corso? Quali sono gli elementi da prendere in considerazione? È utile ridurre il prezzo o, addirittura, offrire gratuitamente un corso online?

La creazione di un corso online suppone un grande sforzo di progettazione da parte di tutti i membri del team. Naturalmente, questo impegno per creare una piattaforma e dei contenuti di qualità dev'essere poi ripagato. Tutto ciò porta alla domanda: qual è il **prezzo** del mio corso online? Non sempre è facile rispondere a questo quesito perché se da una parte deve compensare il lavoro fatto e garantire benefici, dall'altro deve permettere che un numero sufficiente di persone possa permetterselo.

Vuoi sapere quali fattori prendere in considerazione per dare un prezzo corretto al tuo percorso di formazione virtuale? Ecco qualche consiglio:

1. Prendi in considerazione la qualità e non la lunghezza

Uno degli errori più comuni è quello di far dipendere il prezzo dalla lunghezza del corso. Per questo, alcuni, durante la fase di progettazione, tendono ad allungare i contenuti per giustificare il prezzo. Anche se può essere un fattore da prendere in considerazione, il vero elemento da valutare è la qualità del corso.

2. Non farsi influenzare dalla concorrenza

Spesso, si è tentati di dare uno sguardo al mercato e di dare un prezzo intermedio al proprio corso. Osservare la concorrenza è un'ottima abitudine ma più che per fissare i prezzi per sapere ciò che offrono gli altri. L'obiettivo, infatti, è quello di presentare un prodotto migliore e diverso rispetto a quello della concorrenza.

3. Obiettivo commerciale

Non bisogna mai dimenticare che il tuo lavoro e quello del tuo team deve essere ripagato. Per questo, è fondamentale anche concentrarsi sulle aspettative economiche (e non solo) di questo corso. Qual è il tuo obiettivo? Anche se non è uno dei fattori primari per stabilire il prezzo di un corso, non bisogna mai perdere di vista questo elemento.

4. Adatta man mano il prezzo

Dopo aver fissato il prezzo e aver lanciato il corso, c'è sempre tempo per modificarlo. Una strategia è quello di aumentare il prezzo di tanto in tanto (senza esagerare e sempre nella fascia di prezzo corretta) fino a quando non si registra una diminuzione sensibile del numero delle iscrizioni. È fondamentale trovare un equilibrio tra prezzo desiderato ed esigenze dei corsisti.

Esistono casi in cui volutamente ridurre il prezzo o, addirittura, offrire il corso gratuitamente? Sì, assolutamente. I motivi per cui vendere il corso a un costo ridotto sono:

- Nella **fase di pre-lancio** quando vuoi conoscere il feedback di un piccolo campione di corsisti per poter apportare alcune modifiche prima del lancio ufficiale;
- Il momento **prima di un aumento di prezzo** è perfetto per lanciare un'offerta. Questa strategia creerà un "senso di urgenza" che porterà più studenti ad acquistare il percorso durante e dopo la promozione.
- Per non **perdere un cliente**: può essere una strategia utile, anche se è preferibile usarla in extremis, per poter acquisire un cliente importante per il futuro prossimo dell'azienda.

Quando offrire gratuitamente un corso? Essenzialmente quando si tratta di un investimento. Ciò vuol dire che si tratta di una strategia per poter avvicinarsi ai potenziali clienti, raccogliere i loro contatti e promuovere i corsi futuri.