ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 205 Wednesday 1 june 2022

10 modi efficaci per promuovere un corso online

Un elenco dei principali strumenti di marketing che ti aiuteranno a commercializzare il tuo corso online e a far crescere le vendite.

Hai appena creato un corso online e pensi che il lavoro più difficile sia stato completato? Ti sbagli. Non importa quanto il tuo corso sia completo e didatticamente valido, poiché gran parte del successo sarà determinato dalle tue strategie di promozione.

Capire come **commercializzare un corso** non è semplice: devi individuare il pubblico di riferimento, comprendere le sue caratteristiche e le sue abitudini d'acquisto e fare in modo non solo che scopra il tuo corso, ma anche che ne sia interessato al punto da acquistarlo. Facile? Tutt'altro!

In questo articolo, ti illustreremo **10 modi per promuovere un corso online** in modo efficace.

1. Content Marketing

Il **content marketing** è una tecnica di marketing volta a creare e distribuire contenuti pertinenti e di valore per attrarre e coinvolgere il proprio pubblico target. Esistono molte forme di marketing dei contenuti. Vediamone alcune.

Blog

Un **blog** consente di creare un archivio di contenuti approfonditi con cui condividere le tue competenze e attirare traffico gratuito dai motori di ricerca.

Per sfruttare al meglio le potenzialità del blog, ti consigliamo di prevedere un **piano editoriale** che tratti gli argomenti principali del corso (o dei corsi) suddividendoli in rami di pubblicazione. Ogni ramo dovrà essere composto da almeno 3-4 articoli correlati che dovranno contenere link interni finalizzati ad una migliore indicizzazione.

Tramite questi articoli, potrai quindi più facilmente **intercettare le ricerche degli utenti**, fornire loro contenuti di valore e presentare la tua offerta formativa.

Podcast

Un **podcast** è un programma audio, solitamente di natura seriale a episodi, cui si accede attraverso piattaforme online dedicate.

Dal momento che le persone amano consumare **contenuti in movimento**, il podcast è lo strumento ideale per ottenere più o meno lo stesso risultato che otterresti con il blog, ma con un mezzo diverso.Il pubblico dei podcast su piattaforme come Spotify, Google Podcasts, Apple Podcast o Audible è enorme. Pubblicando un podcast hai quindi la grande opportunità di condividere la tua esperienza con tutte queste persone facendole interessare al tuo corso. Puoi strutturare gli episodi del tuo podcast per raccontare storie interessanti del tuo campo, invitare esperti, rispondere a domande comuni o infrangere miti, tutto ciò che il tuo pubblico potrebbe trovare interessante. Alla fine di ogni episodio, menziona il tuo corso e come si collega all'argomento di cui hai discusso.

Video marketing

I **video** sono ancora oggi uno dei formati più apprezzati sul web. Anche nel caso della formazione, quindi, puoi sfruttarne le potenzialità per attirare l'attenzione del tuo pubblico e presentare i tuoi corsi. Come? Potresti creare video relativi al **"dietro le quinte" del corso**, realizzare delle brevi **video-interviste** ai docenti o agli ex-studenti, oppure costruire dei veri e propri **trailer del corso**. Creare un canale video consente di raggiungere le persone in modi molto coinvolgenti. Inoltre, una volta creato, puoi utilizzare il video per i social o per un articolo del blog.

2. Ottimizzazione SEO

La **SEO** (Search Engine Optimization) è l'insieme delle strategie volte ad aumentare la visibilità di un sito migliorandone il posizionamento nei risultati organici (non sponsorizzati) dei motori di ricerca (come Google).

Alla base di una buona strategia SEO vi è la cosiddetta "Keyword Research", cioè l'**identificazione delle parole chiave** legate all'argomento del tuo corso che il pubblico cerca sul web.Una volta individuate le parole chiave, dovrai usarle per ottimizzare le pagine del tuo sito (schede di presentazione del corso, articoli del blog, etc.) e sfruttarle nel tuo piano di content marketing. Nel farlo, ricorda che, in ambito SEO, la qualità vince sempre sulla quantità.

Per ulteriori approfondimenti, leggi anche " **Consigli SEO per vendere corsi online**".

3. E-mail marketing

L'**email marketing** è una strategia di marketing diretto che usa le e-mail come mezzo per comunicare con la propria audience.

Attuare una strategia di DEM (Direct E-mail Marketing) ti consente di costruire **relazioni stabili con il tuo pubblico** di riferimento, indirizzare loro messaggi specifici e coltivare la loro fiducia. Questo, ovviamente, a patto che sia incentrata su contenuti di valore.Un altro grande vantaggio dell'email marketing è che puoi **testare regolarmente i contenuti** che maggiormente attraggono il tuo pubblico. Monitorando le percentuali di apertura, i clic-through e le percentuali di risposta, puoi infatti verificare quali contenuti funzionano meglio e usare queste informazioni per creare contenuti interessanti per la tua audience.

Per ulteriori approfondimenti sulle potenzialità delle newsletter per la vendita di corsi eLearning, leggi anche " **Come promuovere i tuoi corsi online con l'email marketing**".

4. Webinar

Il **webinar** è un evento che si svolge online che consente di raggiungere un pubblico su larga scala.Creare webinar gratuiti ti consente di approfondire argomenti chiave e fornire **contenuti di grande valore** al tuo pubblico. Allo stesso tempo, creare webinar live ti dà la possibilità di **mostrare le tue capacità** di insegnamento e di dare ai tuoi futuri studenti un assaggio di ciò a cui avranno accesso se acquisteranno il tuo corso.

Scegli un argomento caldo che interessa tutti e prepara una breve lezione con informazioni utili e suggerimenti pratici. All'inizio del webinar, dì qualche parola su di te e sul tuo corso. Infine, valuta la possibilità di offrire un buono sconto a coloro che sono rimasti fino alla fine.

5. Pubblicità online

Con la **pubblicità online** puoi mostrare il tuo annuncio solo alle persone interessate al tuo corso, escludendo quelle che non sono il tuo pubblico di destinazione. Inoltre, hai il controllo completo delle tue spese e puoi monitorare facilmente l'efficacia delle tue campagne.

Social Advertising

I social offrono **metodi di targeting (e retargeting)** molto sofisticati grazie ai quali hai la certezza di mostrare il tuo annuncio a persone con determinati interessi, dati demografici e comportamenti.Grazie alle inserzioni sui social puoi quindi inviare messaggi specifici a determinate persone in linea con il tuo pubblico target.

Google AdWords

Ad oggi, **Google** è lo strumento più usato dagli utenti che hanno una domanda da porre o un problema da risolvere. Grazie alle campagne a pagamento della Rete Ricerca di Google, puoi mostrare i tuoi contenuti ogni volta che gli utenti cercano parole chiave correlate ai tuoi argomenti e **indirizzare le persone pertinenti verso i contenuti del tuo sito**.

7. Partnership

Non importa quale sia il tuo settore, ricorda che non sei solo: avrai sicuramente concorrenti, ma anche una serie di realtà che possono completare ciò che fai e costituire **partner strategici per la tua attività**. Ad esempio, il tuo corso potrebbe essere in linea con il libro di un autore o la conferenza di un podcaster. Un'ottima strategia di marketing consiste proprio nel trovare partner con cui organizzare eventi condivisi (ad esempio webinar dal vivo) o una promozione incrociata. Questo ti consentirà di **raggiungere un nuovo pubblico** e generare interesse nei confronti dei tuoi corsi.

8. Community

Un'altra strategia per raggiungere pubblico in target è quella di sfruttare le **comunità online** esistenti: gruppi Facebook, gruppi LinkedIn, Quora e altre piattaforme come queste ospitano sicuramente persone in linea con le caratteristiche del tuo cliente ideale.

Cerca quindi di attirarli e portarli verso il tuo sito/contenuto ma, nel farlo, evita di vendere o promuovere direttamente il tuo corso, perché il rischio è che i tuoi contributi vengano percepiti come spam. Piuttosto, condividi la tua storia e fornisci valore. Questo ti aiuterà a **conquistare la loro fiducia** come esperto della materia e a consolidare il vostro rapporto.

9. Social

I **social network** sono luoghi perfetti per parlare del tuo corso in un'atmosfera rilassata e informale. Una corretta promozione sui social media può aiutarti a creare credibilità e ad attirare il pubblico giusto.La potenziale copertura dei post sui social una volta che sono stati apprezzati, commentati o condivisi da altri professionisti ti consente di raggiungere fino a dieci o anche cento volte le dimensioni della tua rete. Unendoti a gruppi e condividendo i contenuti del blog, puoi raggiungere in un istante decine di migliaia di altri professionisti del tuo settore.

Per ulteriori approfondimenti sulle potenzialità dei social, leggi anche " **Come usare i social media per promuovere corsi online**".

10. Recensioni

Uno dei fattori chiave che determinano il nostro comportamento è la **prova sociale**, un concetto psicologico secondo cui le persone seguono le azioni di altre persone. Ecco perché devi mostrare ai tuoi potenziali acquirenti che il corso si è già rivelato utile per molte persone.

Chiedi agli studenti che hanno completato il tuo corso di raccontare la loro esperienza e condividi il loro feedback con il tuo pubblico potenziale.

Attenzione però: la maggior parte degli utenti è diffidente rispetto all'autenticità delle recensioni che legge online. Per questo, ti consigliamo di registrare il tuo corso su **piattaforme di recensione di terze parti** (Trustpilot, LinkedIn Learning, etc.) e di invitare i tuoi studenti esistenti a recensire il tuo corso.Infine, non aspettarti solo recensioni positive. Potresti anche ricevere segnalazioni di utenti non soddisfatti del tuo corso. In questi casi, sii pronto a trovare una soluzione amichevole per gestire le **recensioni negative**.