ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 207 Wednesday 15 june 2022

4 strumenti per migliorare l'engagement dei tuoi corsi

Prima di progettare corsi in modalità eLearning per i nostri clienti o per la nostra azienda dobbiamo necessariamente fare i conti con le aspettative di riuscita del corso.

Ecco 4 strumenti di cui non potrai fare a meno per migliorare l'engagement della tua audience.

Analizzare l'audience e proporre contenuti idonei

Quando mi capita di partecipare ad eventi di matching con grandi aziende, una delle domande che mi viene spesso posta è: "abbiamo molti **corsi sulla nostra piattaforma LMS** ma facciamo fatica a farli seguire dalle persone".

Questo è uno dei punti più interessanti nella progettazione di corsi in modalità eLearning: molto spesso ci dimentichiamo che, dall'altra parte dello schermo, ci sono persone come noi che vivono emozioni di ogni tipo come noia, tristezza, entusiasmo, allegria o insoddisfazione.

Inoltre, non tutte le persone hanno lo stesso background socio-culturale o, analogamente, possono non essere interessate a un determinato argomento.

Come fare, dunque, a **proporre contenuti che ingaggino le persone** e permettano di **convertire le esperienze di eLearning in risultati utili all'azienda**?

La prima, utile, attività è sicuramente quella di **analizzare le metriche** a disposizione. Se disponiamo di un LMS possiamo sicuramente renderci conto del **tasso di completamento di un corso** o di un gruppo di corsi appartenenti alla stessa area formativa (ad esempio le competenze per la gestione della sicurezza informatica in azienda o per il primo soccorso in mare).

Questi dati sono davvero utili per la verifica dei gruppi di *learner* che hanno avuto modo di seguire il corso ma, soprattutto, per coloro che, pur iscritti alla piattaforma, non hanno ancora avuto modo o volontà di farlo.

Esistono perciò, in questa sede, due criticità: la prima è relativa alla necessità di completamento di un corso; l'altra è invece relativa alla capacità di coinvolgere e, soprattutto, convincere le persone a seguire un determinato corso in modalità eLearning.

Per quanto riguarda la prima criticità, ovvero la necessità di completare un corso, i dati possono dirci su quale unità formativa abbiamo un maggior tasso di abbandono: si tratta di contenuti troppo "pesanti"? Oppure le persone non hanno abbastanza stimoli a completare il corso perché si tratta di competenze che hanno già a disposizione?

Oltre ai dati messi a disposizione dalla piattaforma, puoi immaginare di intervistare, con un breve sondaggio, le persone che hanno partecipato ai tuoi corsi in modalità eLearning e verificarne i **feedback**, chiedendo quali sono le criticità che hanno riscontrato e se hanno suggerimenti per il miglioramento.

La seconda criticità, ovvero la necessità di portare le persone a *iniziare* il corso, ci stimola a creare una vera e propria campagna di marketing interno. Innanzitutto, va creata nelle persone il *senso di necessità*, ovvero di *awareness*, rispetto ai temi trattati nel corso. Un video trailer del corso può invogliare le persone a conoscere i rischi del non corretto utilizzo degli strumenti web in ufficio: mostrando una serie di immagini di possibili attacchi informatici o, semplicemente, ciò che potrebbe accadere in caso di errore, abbiamo la possibilità di anticipare i temi del corso e di creare curiosità.

Non sottovalutare quindi il potere dei social e dei gruppi interni della tua azienda o di quella dei tuoi clienti: questi gruppi sono *abitati* da persone che possono non avvertire la necessità di formarsi semplicemente sfogliando il catalogo di un LMS. Le persone vogliono essere coinvolte e sentirsi parte dell'azienda e contribuire al miglioramento.

La **piattaforma DynDevice LMS di Mega Italia Media** ti consente di avere un valido strumento in più per le tue misurazioni: stiamo parlando del **Performance Management Tool** che permette di gestire il **processo di valutazione delle risorse umane** interne all'organizzazione, secondo una logica che è orientata allo sviluppo.

Costruire contenuti coinvolgenti

Che tu sia un instructional designer freelance o lavori in un'azienda che produce corsi in modalità eLearning, dovrai aggiornarti continuamente per garantire contenuti che seguano i migliori trend e che si adattino alle richieste del mercato.

Creare contenuti coinvolgenti per la tua audience significa utilizzare almeno tre importanti "ingredienti" che dovrai imparare a governare e, soprattutto, aggiornare nel tempo:

- Storytelling
- Grafica accattivante
- Interattività

Storytelling

Sulle pagine di questo blog abbiamo spesso parlato di **Storytelling**, ma la vera sfida è quella di creare contenuti che siano coinvolgenti e ingaggino i nostri *learner*. Per raggiungere questo obiettivo, una volta raccolti tutti i materiali dal nostro cliente, dobbiamo necessariamente trasformarli in un prodotto che riesca a colpire, pragmaticamente, l'attenzione delle persone.

La realizzazione di un buon storytelling è un lavoro di scrittura e di *riscrittura* e, soprattutto, di analisi e feedback della cultura aziendale, oltre che della necessità di rendere le storie inclusive e rispettose di tutte le persone.

Realizzare una storia è un'operazione sicuramente più complessa di presentare una serie di slide animate: abbiamo bisogno di scrivere la linea della storia, gestire eventualmente una serie di episodi, scrivere le battute di attori o di personaggi animati, gestire tutte le possibili ramificazioni del racconto e, cosa non da poco, adattare tutti i contenuti forniti dal cliente o dal committente in un nuovo formato.

Lo storytelling, però, è un *ingrediente* per la realizzazione di corsi in modalità eLearning che ti darà grandi soddisfazioni in termini di engagement: creare un personaggio in cui le persone si riescono a identificare ti permetterà di creare una serie di avventure che troveranno spazio nel cuore e nell'attenzione dei tuoi *learner*.

Grafica accattivante

Ciò che non dovrai mai dimenticare di gestire all'interno delle tue produzioni eLearning è la capacità di creare contenuti *belli da vedere*. L'errore che, spesso, viene fatto da chi realizza corsi in modalità eLearning è limitarsi al "basta che funzioni". Spoiler: un corso funziona anche, e soprattutto, se è piacevole da guardare.

Per questo motivo, uno dei principali effort che richiedo ai miei collaboratori è di studiare le linee grafiche dei clienti e di proporre soluzioni in compliance ai trend grafici: cosa funziona negli USA? Cosa in Europa? Quali sono le ultime novità in fatto di design delle **interfacce grafiche**? Quali sono le ultime novità in fatto di design delle motion graphics? Evita di proporre librerie grafiche aggiornate al 2012, siamo ormai nel 2022. E, se proprio non puoi farne a meno, prova a renderle più moderne con nuovi elementi grafici e un design minimale.

interattività

La piattaforma di creazione di contenuti DynDevice consente di creare contenuti per i tuoi corsi sfruttando una serie di **tool per le interazioni**.

Quando crei corsi in modalità eLearning cerca di pensare al corso come uno strumento interattivo più che a una somministrazione passiva di contenuti: il risultato che otterrai sarà molto più ingaggiante!

Le persone potrebbero avvertire la tua proposta di seguire un corso come un *mero obbligo* formativo, niente di più sbagliato! Un corso senza interazioni potrebbe ottenere come risultato la riproduzione passiva dei contenuti senza un vero coinvolgimento delle persone: stiamo creando contenuti perché ci è stato richiesto o perché dobbiamo *effettivamente creare valore intorno a quelle informazioni*?

La prossima volta che progetti e sviluppi corsi in modalità eLearning chiediti come puoi mantenere sempre attiva l'attenzione dei tuoi *learner*.

Re-ingegnerizzare i contenuti

Gary Vaynerchuck è uno dei più interessanti imprenditori nella scena internazionale. La sua *fortuna* è stata la capacità di comprendere la sua audience e di offrire i contenuti giusti al momento giusto.

Uno dei suoi "*trucchi"* che mi affascina da sempre, e che voglio condividere con te, è la **capacità di produrre un contenuto**, di de-strutturarlo e di ricostruirlo per un nuovo utilizzo e un canale alternativo.

In poche parole: una lunga intervista o un lungo convegno per un evento tech può diventare, grazie al giusto editing, un podcast di 20 minuti su temi tech o una serie di 5 video di pochi secondi in formato verticale che utilizziamo sui social per mettere a fuoco una particolare citazione o contenuto interessante per la nostra audience.

Realizzare corsi in modalità eLearning è esattamente questo: prendere un contenuto e trasformarlo più volte, fare delle prove, A/B test sulla nostra audience, ricostruirne le grafiche, utilizzare parti del corso per aumentare l'awareness sui social media, creare storytelling su un contenuto che potrebbe risultare lungo e noioso.

Prova a prendere una lunga lezione frontale di un professore che presenta una serie di slide statiche e trasformale in materiale dinamico e graficamente accattivante. Ti renderai conto del valore che il contenuto può ottenere semplicemente trasformandolo.

Utilizzare tecnologie innovative

Uno degli strumenti che abbiamo a disposizione è, in poche parole, l'innovazione. Sono tantissime le startup che propongono nuovissimi strumenti che permettono, soprattutto grazie all'**intelligenza artificiale** e al **machine learning**, di realizzare cose che qualche anno fa potevamo soltanto osservare nei film di fantascienza.

Prova a partecipare a fiere di settore, studia il mercato e non accontentarti degli strumenti che utilizzi tutti i giorni: il web è pieno di nuove soluzioni che ti permetteranno di creare video interattivi, soluzioni in cloud che ti consentono di produrre contenuti automatizzati, librerie di immagini prodotte da intelligenza artificiale e assistenti virtuali di ogni tipo.

Siamo nell'epoca della **rivoluzione industriale 4.0**, non limitarti a proporre soluzioni lineari ai tuoi *learner*, la tua fantasia può aprire strade inaspettate per le persone che coinvolgerai con i tuoi corsi in modalità eLearning.

Quale sarà il tuo prossimo strumento per migliorare l'engagement dei tuoi learner?