ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 2 - number 46 Wednesday 14 november 2018

5 buoni motivi per organizzare la prevendita di un corso online

È possibile ricevere degli ordini per un corso online prima di finirlo? La risposta è che non solo è possibile, ma anche necessario, se si vuole trarre il massimo dall'e-learning.

Esiste un modo per evitare di trascorrere giorni e mesi a scrivere un corso online che non interessa a nessuno: fare una prevendita del corso prima ancora di realizzarlo. Può sembrare una mossa azzardata, ma vendere un corso prima che sia completo comporta degli evidenti vantaggi. Ecco i motivi per cui vale la pena fare una prevendita del proprio corso online.

1. Dettagliare il contenuto del corso online

Fare una prevendita di un contenuto di e-learning significa chiedere ai potenziali clienti di comprarlo prima che esca sul mercato. Per chiedere tanto è fondamentale avere le idee chiare sul corso che si vuole realizzare. Solo così si può creare un indice puntuale degli argomenti da trattare. Con la prevendita non si tratta più di scrivere avendo in mente una Persona, un prototipo di cliente, ma farlo per un utente in carne e ossa che ha già acquistato il contenuto di e-learning.

2. Avere una chiara idea del proprio utente e-learning e fidelizzarlo

Conoscere il proprio target e sapere quali sono le necessità formative da coprire è una cosa, ma sapere con certezza che i potenziali clienti acquisteranno il corso che si è preparato per loro è un'altra. Con una prevendita del corso online questa incertezza viene risolta. Il cliente fa davvero un acquisto e si ha la conferma che il corso progettato dal formatore ha un riscontro positivo. La prevendita di un corso online, di norma, ha una durata limitata nel tempo e ha un prezzo scontato. Può servire quindi, anche a fidelizzare un cliente che può acquistare dei contenuti di cui ha bisogno a un prezzo vantaggioso.

3. Raccogliere fondi prima di completare un corso online

Fare una prevendita porta ad avere in anticipo del capitale che può essere usato per coprire le spese di progettazione e scrittura di un corso online. Una piattaforma e-learning, un software per disegnare i corsi online sono tutte spese che un formatore deve affrontare in anticipo. Con la prevendita di un corso, tutto questo viene rovesciato: prima si hanno i fondi e poi si realizza il corso.

4. Imparare a costruire una landing page per presentare il corso online

La parte più complicata della prevendita è raggiungere i propri clienti e convincerli a fare l'acquisto all'istante. Ecco allora che il formatore che conosce bene la propria clientela, ha tutto l'interesse a mettere in atto alcune strategie di marketing, come la creazione di una landing page. Può trattarsi di una semplice pagina dove si presenta il corso, il target a cui è rivolto, gli obiettivi da raggiungere. L'importante è dare le informazioni chiave che spingano il cliente ad agire, ossia acquistare il proprio corso.

5. Validare la propria idea e-learning

Se la prevendita di un corso online non dovesse andare a buon fine si sarà comunque raggiunto un buon risultato, ossia capire i gusti dei propri clienti. Se sono in molti a non sfruttare il periodo di prevendita per acquistare a prezzi vantaggiosi un corso, si possono fare dei piccoli questionari per capire i motivi per cui non hanno completato l'acquisto. Dalle risposte si possono trarre insegnamenti che aiutano ad aggiustare il corso e tentare con una nuova prevendita, tutto questo senza perdere tempo prezioso.

Fare la prevendita di un corso online è, in sostanza, uno strumento utile per darsi i mezzi materiali e immateriali per soddisfare al meglio le richieste dei propri clienti.