ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 2 - number 44 Wednesday 31 october 2018

Come commercializzare un corso e-learning?

Preparare un impeccabile corso online non è sufficiente. Come per ogni altro prodotto, bisogna saperlo commercializzare. Ecco come fare.

Disegnare corsi online adatti a rispondere a una riposta formativa e alle preferenze dei propri studenti non basta. Bisogna anche essere in grado di raggiungere quegli studenti pianificando fin dall'inizio una strategia di vendita. Tutto questo, senza tralasciare i più moderni strumenti di marketing a partire dai social media.
Queste sono alcune delle strategie da mettere in atto per commercializzare i propri corsi online.

1. Costruirsi un proprio sito internet per l'offerta e-learning

La presenza online è fondamentale sia che si tratti di società specializzate nell'e-learning sia di freelancer che offrono corsi di formazione online. Il sito web ha smesso da tempo di essere soltanto una vetrina con la merce o i servizi esposti. Attraverso il content marketing, delle tecniche di vendita basate sulla creazione di contenuti che interessano al proprio target, si possono convertire dei lettori in fruitori dei propri corsi online. Il content marketing prevede la scrittura di articoli che riportano delle parole chiave, ossia i termini più cercati dai potenziali clienti: e-learning, corsi online sono solo gli esempi più scontati. Nella progettazione o acquisto del sito è fondamentale che sia anche responsive, adatto ad essere supportato dagli smartphone, uno degli strumenti più vicini agli utenti.

2. Usare i social network per promuovere i corsi online

Nessuna strategia di vendita del 2018 può fare a meno dei social media. Non si tratta solo di essere presenti sui social, ma di scegliere lo strumento giusto per arrivare al target giusto. Ad esempio, si possono usare Youtube e Instagram per i più giovani, LinkedIn per i professionisti e le aziende, Twitter per il mondo dei media. I social sono di facile accesso dal proprio smartphone e lo studio delle abitudini del consumatore aiuta a capire in che momento della giornata bisogna postare alcuni contenuti.

3. Diversificare gli strumenti per la promozione dei corsi online

Non solo i video, il gaming e le immagini sono diventate parti essenziali di un corso online, ma supportano anche la vendita dei prodotti di e-learning. Quindi, oltre a un bell'articolo che introduce un corso online, bisogna pensare ad altri strumenti che possano rafforzare la sua azione. Un podcast e un breve video sono l'ideale per raggiungere un pubblico in movimento, magari nel tragitto casa-lavoro. Pillole o micro-learning non a pagamento possono servire a incentivare un potenziale studente a iscriversi al corso. Anche in questo caso, il cellulare è uno dei supporti più diffusi.

4. Creare un piano editoriale

La presenza online è più efficace se c'è una strategia integrata per condividere contenuti sul proprio sito o sui social. Un piano editoriale serve proprio a organizzare la pubblicazione di articoli, video, podcast. Anche la calendarizzazione gioca un ruolo importante perché aiuta a promuovere il corso giusto al momento giusto. Se i corsi online vengono offerti in cloud tramite un LMS, learning management system, non possono essere rintracciati dai motori di ricerca. Per questo un piano editoriale coerente organizza i contenuti sul proprio sito e sui canali social in modo che gli utenti possano trovare il corso che cercano senza difficoltà.
Tutte le strategie per la vendita dal sito web ai social media al piano editoriale con contenuti multimediali, per essere davvero efficaci devono essere adattati a uno degli strumenti più usati in tutto il mondo: lo smartphone.