ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 2 - number 44 Wednesday 31 october 2018

Come dare avvio a una carriera nell'e-learning

Formatori ed esperti di ogni settore possono aprirsi un nuovo ambito professionale dando corsi online. Basta saper sfruttare le enormi potenzialità dell'e-learning.

Il settore dell'e-learning è in forte ascesa e sono sempre di più i formatori e i professionisti in Italia che sfruttano le potenzialità della rete per condividere le proprie conoscenze. Come si fa a dare vita a una carriera nell'e-learning? Ecco alcuni consigli su come avviare la propria attività di formatore online.

1. Analisi delle proprie competenze e del mercato dell'e-learning

La prima cosa da fare è valutare le proprie competenze, gli ambiti di esperienza e offrire un servizio che può interessare i settori più coinvolti dall'e-learning. Per questo è importante analizzare il mercato dell'e-learning e vedere quali sono le tendenze. In Italia, i settori dove la formazione online è più usata rispetto al classico corso frontale sono il settore bancario, il settore metalmeccanico e le telecomunicazioni.
Un andamento positivo lo ha anche il settore dell'istruzione privata, in particolare corsi di lingue e corsi di recupero per materie scolastiche.
In ogni settore i corsi richiesti riguardano sia le competenze tecniche sia le cosiddette soft skills come la capacità di lavorare in gruppo o di leadearship. Per avvicinarsi al settore bancario, per esempio, si possono avere competenze specifiche nei mercati finanziari oppure competenze trasversali, come quelle sulla sicurezza o sul project managment.

2. Pensare a un'idea di corso online in base al profilo dei propri studenti

Una volta identificato un ambito dove sono richieste le proprie competenze, si può pensare a un'idea di corso sulla base dei potenziali clienti. I fruitori di un corso online possono essere neoassunti o manager di un'azienda, dipendenti che hanno bisogno di sviluppare competenze professionali e relazionali, altri formatori, studenti. Conoscere il proprio target significa capire quali sono i bisogni formativi e le modalità di apprendimento che preferisce. In base al profilo dell'utente si può decidere non solo il contenuto della formazione online ma anche il modo di erogarla: sul posto di lavoro, tramite il cellulare, a richiesta ecc.

3. Avere gli strumenti per la progettazione di corsi online

Gli strumenti per la progettazione dei corsi online sono la base del lavoro di un professionista dell'e-learning. La maggior parte delle case produttrici di software per e-learning e LMS, learning management system, offre una versione demo gratuita. In questo modo si possono provare l'interfaccia, le diverse funzionalità e scegliere il prodotto più adatto al proprio settore.

4. Lanciare un prototipo e raccogliere il feedback

Ideare un corso di formazione online richiede ottime capacità di analisi, organizzazione e tempo. Il procedimento per creare un corso online dovrebbe partire sempre dai potenziali studenti proprio per evitare di lavorare su un prodotto che non è poi così richiesto. Per questo è importante cominciare con un prototipo del proprio corso, farlo provare ai beneficiari e raccogliere le loro impressioni, perplessità, suggerimenti. Lo scopo è quello di correggere il corso in base al feedback ricevuto e offrire un prodotto che risponde davvero a una necessità.

5. Creare delle strategie per la commercializzazione

Chi ha maturato esperienza nella formazione tradizionale ha tutto l'interesse a raccogliere il materiale prodotto e divulgarlo al maggior numero possibile di utenti. Questo è il più grande vantaggio dell'e-learning. Per far conoscere i propri corsi online,

però, bisogna mettere in conto delle strategie di vendita attraverso email, social media, copywriting ecc.
L'industria dell'e-learning in Italia, come nel resto del mondo, mette a disposizione di formatori ed esperti un potente mezzo per raggiungere un numero altissimo di studenti. Per sfruttare al meglio le potenzialità dell'e-learning è bene conoscere le proprie competenze, il mercato, i propri studenti, gli strumenti di lavoro e le strategie di vendita.