ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 3 - number 55 Wednesday 06 february 2019

# Come promuovere i corsi online dal copywriting al video marketing

***Basta scrivere dei testi accattivanti per aumentare il numero di studenti iscritti al proprio corso online oppure ci sono altre strategie di marketing che si possono applicare all'e-learning?***

La scrittura può fare davvero la differenza nella vendita online. Tuttavia, trattandosi di e-learning, il copywriting non si può limitare a vendere con la scrittura, ma deve anche sfruttare il carattere educativo e multimediale della formazione online tramite content e video marketing.

## Il copywriting nella presentazione di un corso online

Fare copywriting significa scrivere dei testi accattivanti per vendere un prodotto. Nel caso dei corsi online, si tratta di scegliere le parole giuste nel titolo e nella descrizione del corso. Per una scrittura efficace si può sempre usare il vecchio modello AIDA, un sempreverde della comunicazione che spiega come attirare potenziali clienti creando:

- **A- Attenzione**. Una domanda o affermazione iniziale deve centrare esattamente il problema che il corso vuole risolvere.
- **I- interesse**. Bisogna mettersi dal punto di vista degli utenti e spiegare quali sono i vantaggi che il corso offre.
- **D- Desiderio**. In questo momento il lettore si deve calare nella situazione e immaginare di risolvere il proprio problema grazie al corso online.
- **A- Azione**. La conclusione naturale dei precedenti passaggi è che il lettore agisca e compri finalmente il corso online che lo aiuterà a risolvere i propri problemi.

Nell'usare questo modello bisogna fare attenzione alla scelta delle parole, che siano positive, accurate e non ingannevoli. Basta questo per creare nuovi studenti per i propri corsi online?

## Il content marketing per l'e-learning

In realtà il web ha portato il copywriting su un altro livello. Si parla in questo caso di content marketing che non ha solo lo scopo di vendere, ma anche di informare e convertire i lettori in utenti, attraverso un blog, per esempio. Grazie ai motori di ricerca si hanno dati precisi sulle parole più cercate dagli utenti. Usare queste parole chiave nel titolo e nella descrizione del proprio corso significa aumentare la propria posizione con il SEO, search engine optimization. E' più facile iscriversi a un corso che compare nella prima pagina di un motore di ricerca. Ogni articolo del blog dovrebbe usare le parole più cercate inserendole in punti strategici:

- Nei diversi titoli e sottotitoli di un testo
- Nella prima riga del corpo dell'articolo
- Nella descrizione delle foto
- Nelle tag da inserire all'articolo

Per sfruttare al meglio la potenza della scrittura bisogna prevedere un piano editoriale che tratti gli argomenti principali legati al corso online suddividendoli in rami di pubblicazione. Ogni ramo è composto da 6-7 articoli sullo stesso tema che poi vengono legati l'uno all'altro con una serie di link per aumentarne l'indicizzazione. Grazie al content marketing si può informare e invogliare il lettore a saperne di più iscrivendosi al corso online.

## Il video marketing per la formazione online

Infine, trattandosi di e-learning, è facile sfruttare il trend del momento, ossia la promozione di prodotti tramite il video

marketing. Dal 2016 la maggior parte degli utenti online viene a conoscenza di nuovi prodotti attraverso i video che trova sui social o su Youtube. Si possono quindi creare dei brevi trailer per mostrare alcuni contenuti del proprio corso. Come con la scrittura, anche il video marketing ha bisogno di programmazione, copywriting e sapiente uso delle parole chiave nel titolo e nei sottotitoli.

Il copywriting è la base di ogni strategia di marketing che voglia comunicare un messaggio e trasformare un lettore in uno studente. Per promuovere i corsi online nel modo più efficace, però, bisogna affiancare ai modelli tradizionali di comunicazione e SEO anche i file multimediali tramite una strategia coerente di content e video marketing.