ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 3 - number 94 Wednesday 18 december 2019

Come promuovere un corso aziendale online tramite testimonial e recensioni di ex-clienti

Il passaparola è e rimane una valida tecnica di vendita in ogni settore. Nell'eLearning può essere attivato tramite i testimonial o gli ex studenti. Ecco come trasformare gli ex clienti in promotori e aumentare le vendite di un corso online.

Il mondo di internet è costellato da utenti che hanno utilizzato dei prodotti o dei servizi e lasciano delle recensioni. I corsi online non fanno eccezione e possono accogliere sia le esperienze di ex studenti sia quelle di veri e propri testimonial che possono influenzare un pubblico più vasto. Vediamo come gestire le recensioni sul proprio sito di eLearning e come convincere ex-clienti di fama pubblica a diventare testimonial della propria formazione aziendale.

1. Spronare le recensioni su un corso online tramite le e-mail

Ci sono essenzialmente due modi per ottenere delle recensioni per un corso online: aspettare che gli ex clienti lascino un feedback in maniera autonoma, o chiedere loro di esprimere la propria opinione alla fine del corso. Si può impostare un'e-mail automatica alla fine del corso o di un modulo in cui gli studenti vengono invitati a dare la propria opinione. Questo strumento aiuta a stimolare i commenti nei corsi online rivolti al grande pubblico, dove gli studenti non si conoscono tra di loro o seguono il corso in momenti diversi e per motivi diversi.

2. Usare le recensioni spontanee su un corso online tramite i social network

Per avere delle recensioni più spontanee, si potrebbero usare i commenti lasciati sui social media o i forum di discussione presenti all'interno del LMS, Learning Management System. Questa modalità è particolarmente adatta quando gli studenti si conoscono tra di loro, fanno parte della stessa organizzazione o azienda e sono incentivati a interagire tramite il social learning. Il formatore può selezionare dei commenti lasciati su Twitter e altri social e postarli sulla pagina del corso. Quando si scelgono le recensioni è sempre bene includere qualche feedback negativo: includere la veridicità delle recensioni aumenta la fiducia dei futuri studenti e si ottengono spunti per migliorare il corso online. Ciò che fa la differenza, infatti, è la risposta che il formatore dà pubblicamente, mostrandosi propositivo nel rispondere alle criticità.

3. Come avere dei testimonial per corsi in modalità eLearning

Quando il corso online è specifico e rivolto a un'azienda conosciuta nel proprio settore, il formatore può parlare con i responsabili aziendali o il reparto ricerca e formazione per chiedere una formale testimonianza. In questo caso, il formatore può concordare con il proprio testimonial delle modalità più interattive e complesse per lasciare il proprio feedback. Per esempio, si potrebbe organizzare una video intervista con alcuni dei beneficiari del corso, oppure scrivere un vero e proprio caso studio. Il materiale ottenuto può essere pubblicato sia sul sito del formatore, che lo usa per dimostrare l'impatto dei corsi online, sia sul sito dell'azienda che dimostra al proprio pubblico l'attenzione alla formazione e al miglioramento continuo.

Il punto di vista di chi ha seguito un corso online è importante per convincere altri studenti e altre aziende a scegliere quel corso. Se si tratta di una formazione online generica e rivolta al grande pubblico si possono ottenere recensioni inviando delle e-mail alla fine del corso o monitorando i social e il forum del LMS in cerca di commenti da pubblicare sul proprio sito. Nel caso della formazione aziendale ad hoc si possono prendere accordi con il cliente che diventa un vero e proprio testimonial raccontando i benefici della formazione online sotto forma di video o approfondimento da pubblicare su entrambi i siti, quello del formatore e quello dell'azienda stessa.