ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 5 - number 171 Wednesday 8 september 2021

Come usare i social media per promuovere corsi online?

I social media sono un potente strumento di marketing per il settore eLearning. Come sfruttarli per promuovere e vendere corsi online?

I **social media** costituiscono un canale prezioso sia per acquisire nuovi clienti, sia per interagire con quelli già esistenti. Ma non solo. Il social media marketing funziona molto bene anche per rafforzare altri canali di marketing, come le e-mail e il blog aziendale.

Se consideriamo che l'utente medio trascorre circa il 15% del proprio tempo sulle piattaforme social (We Are Social, 2020), appare evidente come i social network siano uno degli **strumenti di marketing** più allettanti disponibili.

Eccoti, quindi, alcuni consigli per **promuovere i tuoi corsi online sui social**.

1. Scegli le piattaforme social giuste per il tuo pubblico

Per prima cosa, è molto importante valutare su quali piattaforme social concentrare i tuoi sforzi per promuovere i corsi online. Non tutte le piattaforme, infatti, generano lo stesso coinvolgimento o raggiungono lo stesso target. E non è assolutamente necessario essere presenti ovunque.

Ogni social network ha un pubblico diverso, che si evolve continuamente. Se prima **Facebook** aveva il primato assoluto su tutte le fasce d'età, adesso i più giovani si sono spostati su altre piattaforme come **Instagram e Tik Tok** e l'età media degli utenti con un profilo Facebook si aggira intorno ai 35 anni.

Fai quindi un'attenta analisi del tuo **pubblico di riferimento** e studia le demografiche dei vari social network per individuare le piattaforme più adatte per raggiungerlo.

2. Ottimizza i profili social della tua azienda

Fai in modo che l'immagine del profilo e la copertina della Pagina siano professionali e facilmente riconducibili al tuo brand.

Inoltre, ti consigliamo di ottimizzare i tuoi profili sui social media per **rendere ben visibile la tua offerta formativa**. Ad esempio, puoi aggiornare la sezione "Informazioni" della tua pagina o, qualora la piattaforma lo preveda, compilare le sezioni Prodotti e Vetrina.

3. Condividi informazioni utili per il tuo target

Una pagina social ottimizzata serve a poco se non hai un **calendario editoriale** vario e ben curato.

Negli ultimi anni, la **portata organica dei post** sui social network, ossia il numero di persone raggiunte da un contenuto in modo naturale (senza avvalersi di inserzioni a pagamento), sta calando bruscamente.

Gli algoritmi dei social network sono impostati in modo da fornire agli utenti la migliore esperienza possibile all'interno della piattaforma, mostrando loro contenuti rilevanti in base alle loro azioni e ai loro interessi. Tieni quindi presente che ogni piattaforma farà vedere i tuoi contenuti solo a quegli utenti che riterrà davvero interessati a ciò che hai pubblicato.

Ti consigliamo pertanto di creare **contenuti informativi** (articoli, infografiche, podcast, video, etc.) che possano destare l'interesse del tuo pubblico di riferimento, in modo da far crescere la portata organica della tua pagina, e di limitare i contenuti di tipo puramente promozionale. È completamente inutile, se non addirittura penalizzante, condividere continuamente post

considerati "spam" per invitare i tuoi follower ad acquistare il tuo corso o visitare il tuo sito.

E, se non riesci ad occuparti della creazione di questi contenuti, valuta la possibilità di condividere contenuti altrui rilevanti per il tuo settore o per l'argomento del tuo corso. In questo modo, avrai maggiori probabilità di ampliare il tuo pubblico e di attirare nuovi follower.

Una volta individuato il contenuto giusto, pubblicalo con #tag e @menzioni per **ottenere la massima visibilità**.

4. Partecipa ai Gruppi social

Per raggiungere un pubblico potenzialmente interessato ai tuoi corsi, valuta la possibilità di sfruttare a tuo vantaggio i Gruppi che si occupano di argomenti affini al tuo settore o al tuo corso. I Gruppi nascono generalmente allo scopo di aiutare gli utenti a connettersi su uno specifico argomento di interesse comune e, per questo, costituiscono un ottimo strumento per **raggiungere pubblici target**. Tuttavia, tieni presente che non dovresti mai unirti ad un gruppo esclusivamente per promuovere il tuo corso: rischieresti infatti di essere espulso dal gruppo o di risultare poco professionale.
Il tuo obiettivo dovrà invece essere quello di diventare un partecipante attivo, offrendo consigli e diventando, agli occhi degli altri partecipanti, una "voce autorevole" su quel determinato argomento. Solo così potrai ottenere credibilità e **acquisire follower interessati alla tua attività** sui social media.

5. Attira l'interesse del pubblico prima ancora del lancio di un corso

La promozione di un corso online dovrebbe iniziare prima ancora della sua pubblicazione. In quest'ottica, inizia a creare entusiasmo e attesa sul tuo corso prima del suo lancio ufficiale. Come? Illustra ai tuoi follower sui social un'anteprima di cosa potranno aspettarsi dal corso, crea appositi countdown e usa tutti gli strumenti a tua disposizione per stimolare il loro interesse. Ad esempio, **racconta il dietro le quinte** che ha portato alla realizzazione del corso, pubblica foto del set o qualche bozza dello storyboard. E ricorda: in questa fase, il tuo obiettivo dovrà essere quello di **incuriosire il tuo pubblico** e portarlo a interagire con i tuoi contenuti, non quello di vendergli il corso.

6. Attiva campagne social a pagamento

Per sopperire al calo della copertura organica dei post, non puoi fare a meno di investire in **campagne pubblicitarie** a pagamento. Avviare una campagna pubblicitaria sui social media ti consente di raggiungere nuovi utenti ed espandere il tuo pubblico. Inoltre, quando crei un annuncio, puoi determinare esattamente qual è il tuo **utente ideale** in base a dati anagrafici, interessi, abitudini d'acquisto, etc. Ma non solo. Puoi anche **impostare specifici obiettivi** (traffico sul sito web, acquisti, acquisizione di follower, di lead, etc.) e fare in modo che la campagna raggiunga gli utenti che sono maggiormente propensi a quel tipo di azione.

Mostrare i tuoi contenuti alle persone giuste è una parte fondamentale del processo di marketing e risulta cruciale per evitare sprechi di tempo e risorse. Assicurati quindi di comprendere appieno il tuo pubblico e targetizza i tuoi annunci in base a ciò che impari.

Contrariamente a ciò che molti pensano, il costo di gestione di una campagna di advertising sui social media è molto conveniente: è infatti possibile **impostare un budget** giornaliero o un importo fisso per l'intera durata dell'annuncio e tenere sotto controllo i **risultati raggiunti** per valutare eventuali correzioni.

E, se ti stai chiedendo se la pubblicità sui social è davvero efficace, dai un'occhiata a queste statistiche elaborate da Hootsuite:

- Il 59% dei consumatori globali utilizza i social media come fonte di ispirazione per gli acquisti.
- Il 97% dei consumatori digitali ha utilizzato i social media nell'ultimo mese.
- Il 52% delle scoperte di marchi online avviene nei feed social.

7. Condividi le testimonianze e le recensioni degli studenti

Le testimonianze degli studenti forniscono **prove sociali** che sono incredibilmente utili nella vendita e nel marketing dei tuoi corsi. Oltre a includere le testimonianze degli studenti nella pagina di vendita del tuo corso online, ti consigliamo di condividerle anche sui social media, in modo da suscitare la curiosità dei potenziali studenti e indirizzarli al sito web.

E ricorda: le **testimonianze video** sono particolarmente potenti, ma anche quelle scritte funzionano bene.

8. Sfrutta le potenzialità del video marketing

Guardare video è una delle attività principali che le persone svolgono sui social media. Inoltre, dal momento che le lezioni online sono in gran parte basate su contenuti video, il materiale che sviluppi per i tuoi corsi può essere facilmente riproposto per la promozione sui social media.

Crea **brevi clip accattivanti** che offrono una panoramica del tuo corso o che ne anticipino i contenuti in modo da stimolare l'interesse del tuo pubblico.

9. Stimola la conversazione con i tuoi follower

Dai ai tuoi follower la possibilità di dire la loro e condividere i propri pensieri. Ad esempio, pubblica periodicamente nuove domande che incoraggino i lettori a **lasciare commenti**. Questo, oltre ad aumentare la portata organica dei tuoi contenuti, ti aiuterà a comprendere sempre di più il tuo pubblico di riferimento e le sue esigenze.

Un unico accorgimento: assicurati di **moderare la conversazione** in modo che i follower si sentano a proprio agio nell'esprimere le proprie idee e che non si preoccupino di eventuali commenti o giudizi altrui.

Un altro modo per stimolare la conversazione con i tuoi follower è quello di **organizzare una diretta** su Facebook o Instagram e rispondere alle domande degli utenti: puoi usarla per presentare il corso o per affrontare tematiche affrontate nel tuo corso che sai che desteranno l'interesse del tuo pubblico.

10. Offri una demo gratuita del corso

Quale modo migliore per convincere i tuoi follower ad iscriversi al corso se non quello di attivare una demo gratuita? Se la tua piattaforma eLearning lo prevede, invita i tuoi follower sui social ad attivare una **demo del corso** per toccarne con mano la qualità. Questo ti consentirà di mostrare la serietà della tua proposta formativa e di far testare agli utenti sia la piattaforma di erogazione che le modalità didattiche.