ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 4 - number 126 Wednesday 16 september 2020

Consigli per scegliere il titolo perfetto di un corso online

Il titolo del corso costituisce la prima occasione per catturare l'attenzione degli utenti. Ma come scegliere un titolo che funziona?

Scegliere il **titolo di un corso online** è un aspetto estremamente importante per il successo di un percorso didattico. Il titolo è infatti il primo elemento del corso che gli utenti vedono quando scorrono il tuo sito o i risultati di un motore di ricerca (prima ancora del programma, della durata o dei docenti coinvolti) e costituisce quindi la prima occasione per catturare la loro attenzione. Un buon titolo ti aiuterà a distinguerti dalla massa di contenuti presenti sul web e determinerà se l'utente farà clic o meno sul corso.

Abbiamo già visto in questo articolo come valutare l'efficacia del titolo del corso online, ma approfondiamo la questione.

Quali sono le caratteristiche di un titolo che funziona? Un buon titolo dovrebbe essere descrittivo e interessante e riuscire a suscitare la **curiosità degli utenti**. Ma non solo: un titolo dovrebbe funzionare anche in ottica **SEO**, in modo che sia ben posizionato nei risultati di ricerca.

Scegliere il titolo perfetto è dunque un'operazione tutt'altro che semplice e allo stesso tempo decisiva per determinare il successo (o l'insuccesso) del tuo corso. Eccoti, quindi, qui di seguito alcuni **suggerimenti per scegliere il titolo perfetto per un corso eLearning**.

1. Fai un brainstorming

Qual è l'argomento del tuo corso? Inizia ponendoti questa domanda e prepara una lista di parole legate all'argomento trattato o all'obiettivo del corso. **Raccogli tutte le idee** che ti vengono in mente, anche quelle apparentemente più ridicole o curiose.

2. Analizza le query di ricerca

I motori di ricerca sono una **miniera di idee gratuita** e facilmente accessibile per scoprire cosa cercano gli utenti online. Accedi ad un qualsiasi motore di ricerca (ad esempio, Google), inizia a digitare le tue parole chiave e attendi che il **completamento automatico** suggerisca alcune frasi ricercate dagli utenti. Ad esempio, se il tuo corso è dedicato al Public Speaking, prova a digitare "parlare in pubblico" sul motore di ricerca e dai un'occhiata ai suggerimenti che appaiono (vedi sotto): vedrai subito che "ansia" e "senza paura" sono entrambi termini spesso associati a "parlare in pubblico". Perché non usarli nel tuo titolo?

Consulta sia l'elenco delle ricerche più frequenti che l'elenco delle "**ricerche correlate**" posto in fondo alla pagina (vedi sotto). Questo ti aiuterà a individuare un titolo che strizzi l'occhio alla SEO e ti consenta di ottenere un buon posizionamento nei motori di ricerca. Puoi anche scrivere un titolo impeccabile, ma se non corrisponde all'intento di ricerca del tuo target, difficilmente gli utenti troveranno il tuo corso.

Un altro utile strumento gratuito per analizzare le ricerche degli utenti è **Google Trends**, che ti consente di identificare i vocaboli e le informazioni più cercate sul web in un certo arco di tempo o in una specifica area geografica. Con questo strumento potrai anche confrontare due o più termini di ricerca, per capire se i termini da te scelti sono davvero i più quotati dal pubblico. Ad esempio, con Google Trends potrai scoprire che negli ultimi 12 mesi "public speaking" ha generato più ricerche rispetto alla query "parlare in pubblico".

Inoltre, scorrendo i grafici, potrai analizzare le ricerche per area geografica e scoprire quali sono le aree del mondo (o di una singola nazione) in cui il termine di ricerca è stato maggiormente utilizzato e quali sono le ricerche correlate a quel termine.

3. Individua il tuo pubblico

A chi è rivolto il tuo corso? Rispondere a questa domanda è fondamentale per individuare le caratteristiche del tuo pubblico e scegliere il linguaggio e lo stile ad esso più adatti. Si tratta di principianti o di professionisti? Giovani o anziani? Che conoscenza hanno dell'argomento? Meglio usare un linguaggio semplice o termini tecnici?

4. Scegli un titolo breve e memorabile

Assicurati che il tuo titolo sia facile da ricordare (in modo da favorire il passaparola). Per la lunghezza, tieni presente che Google mostra circa 50-60 caratteri nei titoli dei risultati di ricerca. Se miri a un buon posizionamento sul web, inserisci all'inizio del titolo il messaggio che vuoi fornire e lascia al sottotitolo o alla descrizione eventuali informazioni aggiuntive.