ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 207 Wednesday 15 june 2022

Creare corsi online in modo imprenditoriale - Parte 1

Considerando che il mercato dell'eLearning varrà oltre 300 miliardi di dollari entro i prossimi cinque anni, sempre più gente approccia la creazione di corsi online come un'attività imprenditoriale.

Uno dei modi migliori per condividere le proprie conoscenze con il mondo e guadagnare allo stesso tempo è creare un corso online. L'apprendimento online è la nuova normalità e la maggior parte delle aziende e delle istituzioni educative sta investendo in corsi digitali per stare al passo con l'evoluzione delle tendenze. Questo trend è confermato dalla **crescita del mercato dell'eLearning** che varrà oltre 300 miliardi di dollari entro i prossimi cinque anni.

Dato che questo mercato è in forte crescita ed offre sempre più opportunità, l'articolo che segue vuole offrire un aiuto a chi ha deciso o ha intenzione di approcciare la creazione di corsi online in modo imprenditoriale. L' articolo è la prima parte di una guida sintetica su come creare un corso online remunerativo e come approcciare il tema della creazione di corsi online da un punto di vista imprenditoriale. La prima parte della guida è dedicata al processo di ideazione e progettazione del corso, mentre la seconda sarà dedicata alla creazione e monetizzazione dei corsi.

1. Ricerca e scelta dell'argomento del corso

La scelta dell'argomento del corso è probabilmente la fase più difficile ma anche la più critica. Se create un corso che non risolve un problema o non offre nulla di nuovo per un gruppo di persone online, non avrà mai successo. Per essere più chiari, non pensate a voi stessi come a un "creatore di corsi", ma come a **un fornitore di soluzioni che ha un valore reale da offrire al mercato**.

Decidere su che argomento fare un corso online è abbastanza importante da dedicarci tempo per fare le opportune ricerche. Si possono fare corsi online su qualsiasi argomento e capire quale scegliere non è facile. La prima domanda da porsi è 'Quali sono gli argomenti di tendenza per i quali le persone sono più interessate a trovare soluzioni?' La domanda può sembrare complessa ma navigando su internet si possono trovare vari strumenti di **ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO)** che possono aiutare a capire quali sono gli argomenti nuovi ed emergenti a cui la maggior parte delle persone è interessata.

Questa ricerca permetterà di concentrarsi sull'obiettivo primario: fornire una soluzione alle persone. Infatti, non è necessario essere esperti in materia per creare un corso online, basta essere all'avanguardia rispetto al proprio pubblico di riferimento offrendo **nuove soluzioni** come un nuovo punto di vista o un approccio diverso. Ovviamente è importante scegliere un argomento che vi appassiona e può tornare utile avere una formazione formale in materia. Per esempio, un panettiere può creare corsi online di chitarra se ha le conoscenze e la passione per farli. Questo non significa che chi non ha conoscenze in una materia non può creare dei corsi a riguardo. Ci sono molti casi di persone che offrono corsi in materie su cui non hanno conoscenze e in questi casi il contenuto del corso diventa il loro percorso di apprendimento. Questa scelta facilita il processo di creazione di materiale e contenuti e la fase di produzione rendendoli più semplici e gestibili. Inoltre, la popolarità di questo 'format' sembra indicare che sia apprezzato dagli studenti.

2. Ricerca sul mercato dell'argomento

Oltre a cercare l'argomento per il vostro corso, è importante verificare se il tema che avete scelto ha una **popolarità sufficiente tra il vostro pubblico di riferimento**. Molti pensano che se l'argomento scelto ha già molti corsi disponibili, allora è più probabile che il loro potrebbe non vendere. Questo non è necessariamente vero. Se ci sono molti corsi sull'argomento, significa che c'è domanda, e questo è positivo. Infatti, per avere successo nella vendita di corsi è necessario **individuare la domanda** e **fornire soluzioni uniche e migliori**.

Per fornire qualcosa di unico è consigliabile cercare i corsi offerti online riguardo il vostro argomento e studiarli per capire **cosa non offrono che tu puoi offrire**.

In breve, nelle prime due fasi dovete trovare il punto di incontro tra un argomento che vi appassiona o che vi potrebbe appassionare, la vostra conoscenza e competenza, e la domanda. Una volta spuntate tutte queste caselle, si può scegliere l'argomento e passare alla fase successiva.

3. Costruire l'autorità

Precedentemente ho menzionato la necessità di conoscere l'argomento su cui si sta creando un corso e, allo stesso tempo, ho anche detto che non è necessario essere un esperto per creare il vostro primo corso online. Anche se queste due affermazioni potrebbero sembrare in contraddizione, non lo sono.

Infatti, da un lato è necessario avere una conoscenza di base dell'argomento del corso che si sta per insegnare, ma è anche vero che si può imparare molto man mano che si procede.

Tutto sta al **tipo di autorità** che vuoi avere nei confronti dei tuoi studenti. Se hai le **conoscenze**, la **formazione** e **l'esperienza** in un determinato abito allora puoi porti come **esperto** in materia. Ma uno dei lati belli della formazione è che non si impara solo da chi sa di più, ma anche da chi ci si può relazionare e fidare. Quindi anche se non hai alcuna conoscenza in un ambito, puoi comunque offrire dei corsi in questo ambito. In questo caso non hai l'autorità per porti come esperto ai tuoi studenti, ma come una sorta di **amico**. Una persona al loro livello, con cui possono **identificarsi** e quindi **relazionarsi**.

Questo comporta due vantaggi per chi crea corsi online:

- Risulta più facile creare materiale coinvolgente e contenuti per i corsi online.
- Col tempo si può diventare esperti nell'argomento, acquisendo più autorità e conoscenze su nicchie specifiche che potrebbero rendere i vostri corsi online più redditizi.

4. Individuate il vostro pubblico di riferimento

Una volta scelto l'argomento su cui intendete creare un corso online è il momento di capire chi è il vostro pubblico di riferimento, cioè il **gruppo demografico** a cui il vostro corso può maggiormente interessare.

La ragione per cui è importante capire a chi si sta offrendo i corsi è che non tutti gli argomenti sono adatti a tutti i tipi di pubblico. Se il vostro pubblico di riferimento è ben definito allora è facilmente individuabile ed è possibile offrire contenuti che piacciono.

Al contrario, se non si ha alcuna informazione sui partecipanti al tuo corso, cercare di attirare nuovi studenti e creare nuovi contenuti risulterà molto complesso.

Alcuni esempi di fattori demografici da tenere in considerazione quando si studia il pubblico di riferimento sono:

- **Età** del pubblico
- Il **genere** con cui il vostro corso è più popolare
- Il **livello di istruzione** medio del vostro pubblico di riferimento
- Lo **stato occupazionale** del vostro pubblico

Questi sono solo alcuni fattori, ma ce ne sono moltissimi altri e variano a seconda dell'argomento scelto.

Un consiglio utile per identificare il vostro pubblico di riferimento sono i **social media**. Cercare **gruppi** social relativi all'argomento scelto e **studiare i partecipanti** in base ai fattori demografici che ritenete importanti è un modo semplice e veloce per farvi delle prime idee.

5. Tracciare il profilo del corso online

Chiunque può creare un corso online e metterlo in vendita, ma ottenere risultati e successo richiede una seria pianificazione. Ecco perché, dopo aver individuato l'argomento e il pubblico di riferimento, è utile creare uno schema. Questo punto non è fondamentale dal momento che l'organizzazione è una cosa soggettiva che varia da persona a persona; tuttavia, una

pianificazione può tornare molto utile per costruire **coerenza** e **costanza**. Per esempio, considerare aspetti come gli **approfondimenti**, il **tono** che userete per attrarre il vostro target demografico e gli **obiettivi di apprendimento** sono aspetti importanti da avere sempre in mente.

Il tono sarà determinato principalmente dalle esigenze del vostro pubblico di riferimento. Un corso online rivolto a laureati dovrà senza dubbio avere uno stile e una profondità più professionali rispetto a un corso di yoga, che può essere divertente e stravagante.

Per quanto riguarda la creazione di una scaletta per un corso online, ci sono tantissime opzioni e possibilità. In generale, lo standard è suddividere l'argomento in argomenti specifici, obiettivi di apprendimento e segmentare ulteriormente in sotto-argomenti e lezioni mirate. Consiglio di cercare i diversi modelli disponibili in rete per la creazione di corsi online e scegliere quello che preferite.

6. Inquadrare i risultati convincenti del corso

Una volta capito come si desidera organizzare e pianificare il corso, è il momento di definire i risultati che gli studenti otterranno partecipandovi. La definizione dei risultati è importante perché rappresenta **la ragione per cui una persona dovrebbe pagare il tuo corso**.

Per definire i risultati dovete rispondere alla domanda "cosa offro e come può aiutare il mio pubblico?". Gli aspiranti studenti non lo sanno e se non riescono a farsi un'idea chiara di ciò che possono ottenere dal corso, saranno meno propensi a iscriversi.

Per questo la creazione di uno **schema chiaro** che permetta ai vostri studenti di vedere i **risultati che possono ottenere** è molto utile. Assicuratevi di includere questi risultati nella pagina del corso in modo evidente.

Un altro vantaggio della creazione di uno schema dei risultati è che garantisce che solo gli studenti realmente interessati si iscrivano al corso. Gli studenti giusti si traducono in maggiori tassi di soddisfazione e di completamento, oltre che in minori richieste di rimborso.