ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 209 Wednesday 29 june 2022

Creare corsi online in modo imprenditoriale - Parte 2

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.

L'apprendimento online sta diventando sempre più popolare e di conseguenza sempre più persone sono in grado di crearsi un lavoro in questo mondo. Questo non è scontato dato che fino a poco tempo fa l'eLearning era considerato un modo per guadagnare qualcosa in più estendendo la propria clientela o per crearsi un network, ma non una fonte di guadagno paragonabile a un lavoro più "tradizionale" o in presenza.
Questa serie di articoli vuole offrire una guida sintetica per chi ha intenzione di creare un corso online. L'obiettivo di questa guida è fare luce sugli aspetti chiave per creare un corso online remunerativo adottando le strategie che un imprenditore adotterebbe per creare la propria azienda. Nell'articolo Creare corsi online in modo imprenditoriale - Parte 1 abbiamo visto cosa è importante tenere in mente durante il processo di ideazione e progettazione di un corso per far sì che possa avere successo. Nell'articolo che segue vediamo le strategie da adottare per rendere il **corso remunerativo**.

1. Creare il materiale didattico vero e proprio

La creazione del materiale didattico da offrire agli studenti deve essere frutto di quanto deciso negli step descritti nell'articolo Creare corsi online in modo imprenditoriale - Parte 1. Se create il materiale indipendentemente dall'**argomento del corso, dal pubblico di riferimento, dall'autorità che volete assumere nei confronti del vostro pubblico, dal tono** ecc. allora il corso risulterà non coerente. Ci sono infinite possibilità di scelte per quanto riguarda il mezzo da usare per offrire i vostri corsi e sicuramente, a seconda dell'argomento, è preferibile un mezzo piuttosto che un altro. Solitamente i corsi via video tendono ad avere un impatto maggiore. Quando si crea il materiale per il corso è importante fornire materiali di studio aggiuntivi e adeguati sotto forma di presentazioni in PowerPoint, eBook, infografiche, o questionari di autovalutazione. Ogni corso sarà diverso dall'altro e avrà esigenze specifiche, ma l' obiettivo è creare materiali aggiuntivi che aiutino gli studenti a ottenere risultati ed assisterli nell'apprendimento.
Il problema più comune tra i creatori di corsi online è quello di capire quali materiali includere nel corso. Indipendentemente dall'argomento scelto, nel mondo di Internet, troverete sicuramente infinite risorse e informazioni da utilizzare. È qui che vi guideranno lo schema del corso delineato durante la fasi di creazione. Quando selezionate i contenuti da includere nel materiale didattico, assicuratevi di selezionare solo quelli allineati con la struttura del corso, il pubblico, il tono. Non abbiate timore a inviare **questionari** ai vostri studenti per ricevere **feedback** a riguardo. Queste informazioni sono linfa vitale che vi aiuterà a selezionare e semplificare i contenuti del corso e a ridurre i tempi di creazione.
Una volta che avete tutto il materiale a disposizione, è il momento di registrare i video. Non serve un professionista per creare corsi online di alta qualità e internet offre numerosi tutorial.
Un consiglio: spesso chi ha già creato contenuti su un argomento come dei webinar o dei podcast, non crede che sia giusto proporli nuovamente nei corsi. Non esitate a riutilizzare i contenuti per il vostro corso online, l'importante è rimanere in tema e fornire un valore aggiunto.

2. Monetizzare correttamente

Ora che avete creato i contenuti del corso online, è il momento di decidere come **monetizzare**, ovvero che strategia adottare per poter rendere il **corso remunerativo**. Esistono tantissime possibilità: si può offrire un corso gratuito per attirare gente che se soddisfatta tornerà, oppure si può optare su un modello basato sull'abbonamento, in cui si offrono le prime settimane o mesi a un prezzo molto competitivo. Anche in questo caso è importante effettuare delle ricerche di mercato perché il modello basato su un abbonamento potrebbe funzionare per un corso di zumba, ma non per un corso di ingegneria informatica.
Se non avete idea di come iniziare vi consiglio di cercare nelle più popolari piattaforme online di eLearning e freelancers corsi simili al vostro offerti da altre persone. Una volta identificati, avrete in mano informazioni molto utili con cui: verificare i prezzi, identificare il pubblico target e capire quali sono i tassi di iscrizione. Infatti un'informazione vitale che si può ottenere cercando corsi simili al tuo è capire la strategia di "**pricing**" più diffusa, ovvero i **piani di pagamento** più comuni dei corsi simili al tuo. Un'altra informazione importante che potete ricavare è il **potere d'acquisto del vostro pubblico target**. Questa

informazione vi fa capire qual è il prezzo ideale per un corso. Se offrite un corso il cui pubblico sono professionisti potrete permettervi di chiedere un prezzo più alto rispetto a corsi il cui target è una categoria meno abbiente. L'obiettivo è trovare il perfetto equilibrio tra redditività e convenienza.
Un'ultima cosa a proposito di prezzi: assicuratevi che il **prezzo del vostro corso online** corrisponda al **valore che state fornendo**. Se volete applicare tariffe superiori a quelle di mercato, dovrete fornire contenuti migliori rispetto alla concorrenza, altrimenti non potrete aspettarvi alti tassi di iscrizione.

3. Selezionare il canale di distribuzione appropriato

La selezione del canale di distribuzione è importante perché può avere un impatto diretto sulla redditività del corso. Per esempio, il prezzo medio dei corsi simili al tuo può variare da una piattaforma online all'altra oppure investire su un sito personale può risultare troppo per chi è alle prime armi.
In generale, esistono tre metodi per vendere i corsi online. Ognuno di questi è discusso di seguito in modo distinto.

A. Piattaforme di corsi online

Le piattaforme online sono uno dei metodi più popolari per distribuire i corsi. Esistono numerose piattaforme online dove è possibile offrire i propri corsi e queste forniscono un ambiente stabile e integrato per il caricamento, il marketing e la vendita. Se state caricando un corso per la prima volta, la portata commerciale di queste piattaforme e la ricchezza di strumenti per facilitare il contatto, gestire i pagamenti in modo trasparente e ricevere recensioni, può fare il caso vostro. Queste piattaforme infatti rendono il processo semplice e veloce e consentono di caricare testimonianze, fogli di lavoro e persino di personalizzare il contenuto del corso.

B. Sistemi di gestione dell'apprendimento (LMS)

Un LMS è un sistema di formazione online che può essere collegato al vostro sito web e funzionare come piattaforma per il vostro corso. Gli LMS rendono semplice tutto ciò che va dalla creazione di corsi online alla creazione di un'attività redditizia di corsi online: vi permette di personalizzare completamente i vostri corsi e permette di gestire ogni fase, dall'idea del corso alla creazione, distribuzione e monetizzazione in modo organizzato.

C. Plugin per siti web

Se avete un sito web personale su cui offrite i corsi online potete scegliere tra i numerosi plugin per siti web disponibili su Internet. I plugin sono sostanzialmente delle funzioni aggiuntive che si possono scaricare su internet (a pagamento) ed associare al tuo sito web. Per esempio, posso scaricare dei plug-in da internet che mi permettono di gestire le iscrizioni degli studenti in modo facile e veloce. Se avete creato il sito con WordPress avrete la massima flessibilità per la creazione di un sito di formazione online dal momento che è compatibile con quasi tutti i plugin in circolazione.
Potete associare qualsiasi plugin al vostro sito, ma se volete vendere corsi online assicuratevi di disporre degli strumenti necessari per l'iscrizione e la convalida degli studenti (questo è uno degli aspetti più noiosi da gestire). Inoltre, in questo caso è molto comodo integrare la vostra piattaforma di apprendimento con i gateway di pagamento per facilitare le iscrizioni, i pagamenti ed eventuali rimborsi.

4. Creare una customer base

La maggior parte dei creatori di corsi online e startup si illude di avere un flusso costante di entrate una volta che il corso è attivo e funzionante. Questo non è affatto vero: il lavoro inizia proprio dopo aver creato e caricato il corso.
Ora dovete **fare marketing** per il vostro corso online, ovvero fare pubblicità e ricevere visibilità per attirare clienti. Un metodo gratuito ed efficace per farlo, soprattutto per chi è alle prime armi, è l' email marketing. Nonostante richieda tempo, per esperienza l'email marketing fornisce il più alto ROI (ritorno sull investimento) tra tutti i canali di marketing dei prodotti digitali.
Cos'è l'**email marketing**? Sostanzialmente consiste nel mandare email a persone sperando che siano incuriosite dal tuo corso e si iscrivano. Per quanto semplice, è un metodo estremamente efficace. Per trarre vantaggio dall'email marketing, è necessario creare una **lista di email** di persone a cui proporre il corso. Ci sono tantissimi modi di farlo e una campagna di social media marketing può essere un ottimo metodo per raccogliere le email. Oppure fate girare dei post sui social media in cui offrite gratuitamente una parte del vostro corso online per catturare i contatti.

Una volta ottenuta una lista di email scrivete un messaggio a tutti i contatti. A coloro che mostreranno interesse mandate un'altra mail personalizzata, in cui offrite un **incentivo** come per esempio uno sconto sull'iscrizione. Questo aumenterà la probabilità che i destinatari si trasformino in **clienti paganti**. Ovviamente non dovrete mandare email diverse ad ognuna di queste persone, vi consiglio di creare un paio di modelli (in cui dovete inserire solo il nome del destinatario) da inviare a seconda dell'interesse mostrato dalla persona. Ricordate che il numero di email deve essere molto alto, nell'ordine delle centinaia di persone. Questo perché su 100 persone che contatterete, 10 apriranno la mail, e di queste solo un paio saranno interessate.

5. Creare una pagina di atterraggio per le vendite

L'invio di email accattivanti o post sui social media è il modo migliore per attirare i clienti al vostro sito web o profilo di una piattaforma eLearning. Una volta arrivati, però, dovete assicurarvi che siano convinti di quello che vedano e siano disposti a pagare l'iscrizione.
Sia nel caso di un sito web sia nel caso di un profilo su una piattaforma, il modo migliore per farlo è creare una **landing page** che rifletta l'**essenza del vostro corso online**. In generale si può dire che dovete concentrarvi su alcuni aspetti:

1. una **grafica** che catturi l'occhio e ben organizzata
2. inserire tutte le **informazioni necessarie**, non solo sul corso ma anche riguardo all'insegnante.
3. sforzatevi di riportare l'essenza del corso nella grafica (se offrite un corso di zumba create una grafica più allegra e vivace, se offrite dei corsi di meditazione create una grafica che appare tranquilla e moderata.

Come sempre, quando si crea la landing page, è necessario tenere a mente diversi fattori come il tono, il target demografico, gli interessi del pubblico e l'argomento del corso.
Una cosa che aiuta è creare diverse landing page per pubblici diversi e testare quale funziona meglio.

6. Continuare la strategia marketing

Nei punti precedenti abbiamo parlato di post sui social, email marketing e landing page in punti separati. Tuttavia queste pratiche devono essere parte di un piano di marketing più ampio che dovete seguire attentamente per avere successo nel lancio del vostro corso online. Una **strategia di marketing continua** è essenziale per garantire che si parli dei vostri corsi online e questo implica un costante monitoraggio delle attività di pubblicità.
In questo caso, avete diverse opzioni da prendere in considerazione: dalle campagne sui social, alle offerte che offrono sconti interessanti, agli annunci sui motori di ricerca o sui social media. Inoltre, potete sfruttare le strategie di **content marketing** grazie alla lista di mail che avete raccolto per fare email marketing.
Non prendete alla leggera l'importanza di rendere il più visibile possibile i vostri corsi, perché nel momento in cui smetterete di commercializzare il vostro corso, smetterete di vendere.

7. Coltivare una comunità dedicata

Una volta creato, marketizzato e pubblicato il vostro corso potete concentrarvi sulla **customer retention**, ovvero la **fidelizzazione dei clienti**.
Di solito, nel caso di corsi online, la fidelizzazione avviene attraverso la costruzione di una comunità di studenti dedicata. In questa comunità gli studenti devono poter interagire con l'insegnante e tra di loro per creare dei rapporti sociali. Infatti quando gli studenti formano amicizie tra di loro, diminuisce la probabilità che abbandonino il corso. Inoltre è più probabile che seguano un altro dei tuoi corsi con il gruppo appena formato.
Sicuramente uno degli svantaggi dei corsi online è che eliminano gran parte dell'interazione diretta che si ha in un ambiente di apprendimento in classe. Tuttavia, potete facilmente ovviare a questo inconveniente utilizzando canali digitali come **gruppi sui social** media o **webinar** in videoconferenza che vi consentano di **interagire** con i vostri studenti.
L'apprendimento è un processo sociale e le persone hanno bisogno di interagire con altre persone che stanno facendo il loro stesso percorso. Queste interazioni contribuiscono a rendere più piacevole il processo di apprendimento e a promuovere un senso di comunità intorno al corso.
Un altro vantaggio di coltivare una comunità di clienti fedeli è quello di contribuire a diffondere il passaparola sul vostro corso in modo gratuito.

8. Ricordarsi di aggiornare il corso nel tempo

L'ultimo punto su cui concentrarsi per creare un corso online di successo è l'**aggiornamento del corso**. Sebbene possa sembrare scontato, molti creatori di corsi non modificano più il contenuto di un corso dopo che è stato pubblicato ed ha ottenuto successo. Tuttavia le richieste di competenze cambiano nel tempo e nuove competenze devono essere aggiunte al repertorio del corso: non si può sperare che un corso vecchio di tre anni fornisca ai vostri studenti lo stesso **valore** che aveva al momento del lancio. Dunque assicuratevi di aggiungere continuamente nuovo materiale didattico e di aggiornarlo in base alle richieste del mercato. Questo è l'unico modo per far si che il vostro corso online rimarrà attuale e continuerà a fornire valore agli studenti.

Conclusione

Con questo articolo abbiamo concluso la guida sintetica su come creare un corso online come un imprenditore. Le statistiche sul mercato dell'eLearning dimostrano che questo settore è in forte crescita, quindi entrare in questa nicchia è una buona idea. Spero che questa guida sintetica sia stata in grado di aiutarvi a comprendere l'intero processo di creazione di un corso online e le strategie da adottare per rendere remunerativo un corso. Se sarete in grado di mettere in pratica questi consigli non solo creerete reddito costante, ma avrete anche il vantaggio di condividere la vostra esperienza e pian piano di emergere come un'autorità all'interno della vostra nicchia.