ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 3 - number 92 Wednesday 04 december 2019

eLearning: i consigli dal mondo del marketing

Cosa possono imparare i professionisti dell'eLearning da quelli del marketing? Le regole base possono essere utili per migliorare la visibilità e la qualità del proprio corso online.

Il settore del marketing, così come quello dell'eLearning, è in costante cambiamento e crescita. In entrambi i casi, queste branche cercano di inviare un determinato messaggio al consumatore o allo studente. Proprio per questo, l'eLearning può ricevere alcuni consigli da chi se ne intende di marketing, in modo da coinvolgere sempre di più il proprio target. Cosa possono imparare gli esperti di eLearning dai manuali di marketing?

1. I consumatori dell'eLearning sono gli studenti

Se c'è una cosa a cui si dedica il marketing è il target di riferimento, ossia i clienti. Ciò vuol dire cercare di conoscere tutti i dettagli sulle loro preferenze, obiettivi, comportamenti, ma anche dati sull'età, il tipo di formazione, eccetera.

Proprio come avviene nel marketing, anche chi si occupa di eLearning deve dare una grande importanza al target di riferimento. A chi può interessare il corso? A che tipo di linguaggio è abituato?

Conoscere i potenziali corsisti è un vantaggio competitivo fondamentale che vi aiuterà a migliorare il corso e ad attirare gli studenti verso il percorso formativo che proponete.

2. L'importanza dello "storytelling"

Lo vediamo tutti i giorni nelle pubblicità. In pochi secondi, gli esperti di marketing cercano di presentare agli spettatori una narrazione (storytelling) che catturi immediatamente l'attenzione dei potenziali clienti.

Che insegnamento ne può trarre il mondo dell'eLearning? Semplice, che per poter mantenere alta l'attenzione dei corsisti non basta offrire una lunga lista di contenuti di qualità. In molti casi, è necessario stimolare la loro concentrazione (e immaginazione) attraverso l'utilizzo dello storytelling, ad esempio raccontando storie reali e aneddoti interessanti.

3. Mostrare il valore aggiunto

Ormai sono pochissime le imprese che non hanno al loro interno un team di marketing. Perché? Perché questo settore è d'estrema importanza per migliorare efficacemente la presenza dell'azienda sul mercato e anche i relativi benefici.

Stessa cosa vale per l'eLearning. È importante mostrare ai potenziali corsisti cosa "guadagneranno" in termini di formazione e, di conseguenza, a livello professionale dopo aver seguito il vostro percorso di formazione.

4. Raggiungere i potenziali studenti

Anche se un corso online ha tutte le carte in regola per essere un buon percorso di formazione, ciò non vuol dire che gli studenti s'iscriveranno come per magia. Un altro degli insegnamenti fondamentali del marketing è quello di "procacciarsi" i clienti. Ciò vuol dire che non basta avere un buon prodotto, bisogna anche raggiungere i clienti che potrebbero acquistarlo.

Nel caso dell'eLearning questo principio non si traduce solamente con un'opportuna promozione, ma anche facendo attenzione a elementi che possono attirare l'attenzione come il titolo o la descrizione del corso, ad esempio attraverso l'utilizzo di tecniche SEO.