ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 5 - number 186 Wednesday 22 December 2021

Enti di formazione: come vendere corsi corsi online

Strategie e strumenti di marketing per enti formativi che vogliono vendere corsi online: tutto quello che devi sapere per promuovere la tua offerta formativa.

Se lavori in un **ente di formazione**, saprai bene che una buona progettazione didattica è solo una parte del lavoro necessario per **vendere corsi online**. Gran parte del tuo successo, infatti, dipenderà dalle strategie di marketing che andrai a implementare.

In questo articolo, ti forniremo alcuni consigli utili per promuovere al meglio la tua offerta formativa e aumentare le vendite dei corsi online. In particolare, parleremo di:

- SEO (Ottimizzazione per i motori di ricerca)
- Copywriting
- Content marketing
- E-mail marketing
- Social media marketing
- Video marketing
- Piattaforme eCommerce per la vendita di corsi

SEO per enti di formazione

La **SEO (Search Engine Optimization)** è l'insieme delle strategie volte a **migliorare il posizionamento di un sito nei risultati dei motori di ricerca** come Google. Il grande vantaggio della SEO, quindi, è quello di intercettare i bisogni degli utenti che effettuano ricerche online e indirizzarli alle pagine più pertinenti, portando **traffico gratuito e di qualità al sito**.

Ma come sfruttare la SEO per vendere corsi online? Innanzitutto, occorre **identificare le parole chiave**, cioè i termini legati all'argomento del tuo corso che il pubblico cerca sul web. Per farlo, puoi sfruttare strumenti gratuiti (come i completamenti automatici di Google e Google Trends), oppure piattaforme a pagamento (come SemRush, SeoZoom, Keyword Explorer, etc.). Per maggiori informazioni, leggi anche " **Consigli SEO per vendere corsi online**".

Il nostro consiglio, tuttavia, è quello di non concentrarti solo sulle query con maggior traffico. I termini con i volumi più alti, infatti, hanno una concorrenza più alta e sarà molto più difficile ottenere un buon posizionamento su quelle keywords. Concentrati quindi anche sulle **parole chiave con minor volume** e più specifiche. Ad esempio, se vuoi promuovere un corso di lingua inglese, la query "corso di inglese avanzato" avrà sicuramente meno traffico di un più generico "corso di inglese", ma risponderà ad un intento di ricerca più specifico e ti consentirà di convertire più facilmente.

Una volta individuate le parole chiave, dovrai usarle per ottimizzare le pagine del tuo sito (schede di presentazione del corso, articoli del blog, etc.) e sfruttarle nel tuo piano di content marketing (come vedremo più avanti). Nel farlo, ricorda che, in ambito SEO, la qualità vince sempre sulla quantità.

Infine, ti consigliamo di **sfruttare al meglio le immagini**. I contenuti visivi sono infatti un elemento sempre più importante nel web perché hanno la capacità di attirare l'attenzione dell'utente e rendere il contenuto di una pagina più gradevole ed efficace. Ma non solo. Le immagini sono molto importanti anche in ottica SEO. Da questo punto di vista, ricorda che:

- Le immagini pesanti richiedono tempi di caricamento più lunghi, compromettendo l'esperienza dell'utente sul sito. Assicurati quindi che le immagini abbiano una **dimensione** pertinente con quello che sarà il loro uso all'interno della pagina e che il peso non sia eccessivo.
- Il **nome del file** immagine deve essere pertinente sia con il suo contenuto che con le keywords per le quali vuoi posizionarti.

- Il **tag ALT** è molto importante sia per la SEO (perché aiuta i motori di ricerca a comprendere il contenuto delle immagini) sia in termini di accessibilità (perché verrà letto ad alta voce dagli screen reader consentendo a chi non può vedere l'immagine di comprenderne il significato).

Copywriting per vendere corsi online

Il **copywriting** è l'attività di scrivere testi pubblicitari allo scopo di attirare e catturare l'attenzione del target di riferimento e aumentare le conversioni. Le tipologie di testi scritti da un copywriter sono molteplici: annunci pubblicitari, brochure e cartoline, newsletter, schede prodotti su siti di ecommerce, etc.

La scrittura può fare davvero la differenza nella vendita online, soprattutto (ma non solo) nella **scelta del titolo e della descrizione di un corso**.

Il **titolo** è infatti il primo elemento 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. Ma 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. Per ulteriori approfondimenti, leggi anche " **Consigli per scegliere il titolo perfetto di un corso online**"

L'altro elemento fondamentale su cui dovrai concentrarti è la **descrizione del corso**. Essa, infatti, ha un ruolo fondamentale nel convincere (o meno) l'utente della validità del corso. Una buona descrizione dovrà essere convincente ma allo stesso tempo chiara e, soprattutto, sincera: fai in modo che gli utenti non restino delusi da una descrizione lontana da quello che realmente offre il corso di formazione. Infine, usa al meglio le keywords e assicurati che la descrizione risponda ai bisogni del tuo pubblico. Su questo tema, leggi anche " **Come scrivere la descrizione di un corso online**".

Content marketing per enti di formazione

Il **content marketing** è una tecnica di marketing volta a creare e distribuire contenuti pertinenti e di valore per attrarre, acquisire e coinvolgere una target audience chiara e definita, con l'obiettivo di guidare i clienti verso una azione redditizia (in questo caso, l'acquisto di un corso).

Per sfruttare al meglio le sue potenzialità, ti consigliamo di prevedere un **piano editoriale** che tratti gli argomenti principali del corso (o dei corsi) suddividendoli in rami di pubblicazione. Ogni ramo dovrà essere composto da almeno 3-4 articoli correlati che dovranno contenere link interni finalizzati ad una migliore indicizzazione.

Tramite questi articoli, potrai quindi più facilmente intercettare le ricerche degli utenti e sfruttare il tuo piano editoriale per informare e invogliare il lettore a saperne di più iscrivendosi ai tuoi corsi.

Email marketing per promuovere corsi online

L'**email marketing** è una forma di marketing diretto che usa la posta elettronica per inviare messaggi (commerciali e non) al pubblico di riferimento.

Nell'immaginario comune, le comunicazioni via email sono associate esclusivamente a messaggi promozionali o pubblicitari. In realtà, una buona strategia di email marketing mira a **costruire relazioni stabili con il proprio pubblico** e risponde a obiettivi ben più ampi: informare, educare, ottenere la fedeltà dei clienti, aumentare la consapevolezza del marchio, acquisire e coltivare nuovi contatti.

L'email marketing è uno dei canali di marketing più efficaci perché consente di **raggiungere un gran numero di utenti** in pochissimo tempo, a costi decisamente ridotti, e di comunicare con i tuoi clienti in tempo reale. Inoltre, puoi facilmente analizzare le statistiche di invio e monitorare i risultati delle tue campagne email. Ma non solo: raccogliendo i dati dei tuoi clienti (sia anagrafici, sia relativi alle abitudini di acquisto), potrai creare **campagne personalizzate** (ad esempio, un'offerta speciale per il loro compleanno o un messaggio sul rilascio di un nuovo corso verso il quale avevano mostrato interesse).

Evita però di abusare della fiducia di chi si è iscritto alla newsletter bombardandolo di mail non rilevanti o esclusivamente autoreferenziali, ma piuttosto:

- **identifica i pubblici** di destinazione e le loro esigenze;
- invia **e-mail ben progettate e rilevanti** per il tuo target;
- fornisci una **proposta di valore** (nel caso di un corso online, spiega con esempi pratici in che modo il corso semplificherà e velocizzerà le loro attività lavorative);
- alterna diverse **tipologie di contenuto**: notizie aziendali, offerte, lancio di nuovi prodotti, e-mail personalizzate, etc.;
- includi **inviti all'azione (call to action)** chiari e ben visibili.

Per saperne di più, leggi anche " **Come promuovere i tuoi corsi online con l'email marketing?**".

Social media marketing per enti di formazione

Il **social media marketing** è una forma di digital marketing che usa strategicamente i social per promuovere i prodotti e i servizi di un'azienda. 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.

Ma come sfruttare i social per promuovere la propria offerta formativa? Innanzitutto, ricorda che non è assolutamente necessario essere presenti ovunque. Ogni social ha un pubblico diverso e il tuo compito sarà quello di studiare le demografiche delle varie piattaforme per individuare quelle più adatte a raggiungere il tuo target di riferimento.

Una volta individuate le piattaforme più adatte, dovrai ottimizzare i tuoi **profili aziendali**: scegli accuratamente la foto profilo, l'immagine di copertina, compila la sezione Informazioni e, laddove previste, le sezioni Prodotti e Vetrina mettendo ben in evidenza la tua offerta formativa.

A questo punto, potrai predisporre il tuo **calendario editoriale per i social**: fai in modo di pubblicare con costanza contenuti informativi realmente rilevanti per il tuo pubblico, 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, condividi le testimonianze e le recensioni degli studenti, contenuti video, infografiche e qualsiasi altro formato che sai attirerà l'attenzione del tuo target.

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. Ti consigliamo quindi 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.

Per ulteriori approfondimenti, leggi anche: " **Come usare i social media per promuovere corsi online?**".

Videomarketing per vendere corsi

Dal 2016, la maggior parte degli utenti online viene a conoscenza di nuovi prodotti attraverso video che trova sui social. Anche nel caso della formazione online, quindi, un **piano di video marketing** risulta oggi estremamente efficace per ampliare il proprio pubblico e aumentare le vendite dei corsi.

Puoi creare video relativi al "dietro le quinte" del corso, per aumentare l'engagement degli utenti, oppure costruire dei veri e propri trailer. Proprio come il trailer di un film, il trailer di un corso ha la capacità di **coinvolgere ed entusiasmare il pubblico** e, nel migliore dei casi, spingerlo ad acquistare il tuo corso.

Molto usato nel cinema, il **trailer** è un breve filmato promozionale che ha lo scopo di suscitare interesse e aspettativa verso un film o, più in generale, verso un prodotto. Nel caso di un corso online, il trailer ha lo scopo di presentare in pochi minuti (generalmente meno di due) i contenuti e gli obiettivi del corso nella maniera più attraente possibile.

Per quanto breve, la creazione del trailer di un corso potrebbe richiedere molto tempo e risultare piuttosto complessa. L'aspetto più difficile sarà infatti quello di riuscire a coinvolgere il pubblico dall'inizio alla fine.

Per ulteriori approfondimenti, leggi anche " **Consigli per creare il trailer di un corso online**".

E-commerce per la vendita di corsi online

L'**e-commerce** è l'attività di acquisto e vendita di beni e servizi su internet. Tramite una piattaforma e-commerce, un ente di formazione può quindi vendere direttamente online i propri corsi, personalizzare i contenuti delle pagine del sito e gestire i pagamenti online, semplificando il processo d'acquisto degli utenti.

In alternativa ad una piattaforma e-commerce, sempre più spesso i centri di formazione ricorrono a **piattaforme LMS con e-commerce integrato**, che consentono di gestire automaticamente le iscrizioni ai corsi semplificando ulteriormente le attività gestionali legate alla vendita dei corsi. Ad esempio, con DynDevice LMS è possibile fare in modo che, quando un utente acquista un corso, il sistema generi l'iscrizione sull'LMS senza l'intervento di alcun amministratore, riducendo i margini di errore nell'inserimento dei dati.

Aumentare le vendite di corsi online con DynDevice LMS

DynDevice LMS è la piattaforma eLearning sviluppata da **Mega Italia Media** che unisce in un unico ambiente tutto ciò di cui ha bisogno un ente formativo. Utilizzata da numerosi centri di formazione in tutta Italia, offre la garanzia di un elevato standard tecnologico e consente di ottimizzare tutte le attività tipiche di chi si occupa di formazione, inclusa la parte di **marketing e vendita dei corsi**.

In particolare, DynDevice LMS è dotato di **eCommerce integrato** che consente di vendere corsi ai propri clienti direttamente dalla piattaforma eLearning. La vendita può riguardare sia i corsi online prodotti da Mega Italia Media e già presenti in piattaforma, sia quelli eventualmente creati dall'ente di formazione.

Per i creatori di corsi, DynDevice LMS mette a disposizione il proprio **CourStore**, un negozio virtuale di corsi eLearning interno al pannello di controllo. Tramite il CourStore, l'ente di formazione che crea corsi online può quindi accedere ad una potenziale rete di clienti e rivenditori (tutti utilizzatori di DynDevice LMS) a cui vendere i corsi creati e aumentare i propri profitti.

Per gli enti di formazione che si occupano di **formazione obbligatoria sulla sicurezza sul lavoro** in modalità aula o videoconferenza, DynDevice LMS offre la possibilità di allargare la platea dei propri destinatari rendendo i corsi disponibili alla vendita sul portale **Corsi Sicurezza Italia**.

Infine, DynDevice LMS è dotato di una serie di moduli aggiuntivi specifici per le attività di marketing che consentono di trasformare la piattaforma in un potente e completo strumento di promozione delle attività aziendali: dal sistema newsletter al modulo per la pubblicazione di news e articoli, fino alla creazione di campagne di up-selling e cross-selling.

Scopri tutte le funzionalità di DynDevice LMS specifiche per gli enti formativi, leggi anche " **DynDevice LMS: piattaforma eLearning per centri di formazione**" oppure **prenota una demo gratuita della piattaforma** e scopri se fa al caso tuo.