ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 193 Wednesday 9 march 2022

Format per elearning: comunicare i prodotti in modo efficace

Come preparare il format di un corso eLearning con cui presentare i punti principali del progetto e svilupparli con opportune modifiche?

Quando creiamo **corsi in modalità eLearning** per i nostri clienti o per i collaboratori della nostra azienda dobbiamo necessariamente fare i conti con il *marketing* delle nostre produzioni.

Come facciamo a vendere i nostri prodotti? Come facciamo a convincere il nostro cliente che gli stiamo proponendo la soluzione giusta per le necessità, specifiche, di formazione dei suoi dipendenti?

L'instructional design, in tal senso, non può limitarsi a organizzare i contenuti ricevuti in un *formato comprensibile all'utente*. Bisogna studiare, indagare i trend, raccogliere informazioni e sviluppare soluzioni che consentano di **mantenere alto l'engagement**, attraverso strumenti o contenuti.

Per questo motivo è necessario, a monte della produzione di corsi in modalità eLearning, saper presentare una serie di soluzioni che potranno, se vorrete, essere accompagnate da esempi, casi studio, portfolio e così via.

Cosa significa format

Prendendo in analisi la parola per il suo significato ampio, un format è una griglia di lavorazione, una descrizione di un processo standardizzante e flessibile, che ci consente di determinare i punti principali di un progetto e di svilupparli con opportune modifiche.

Non sono sempre stato un consulente per la progettazione di corsi in modalità eLearning. La mia formazione cine-televisiva, in particolare per la produzione di prodotti promozionali per festival cinematografici, mi ha introdotto al concetto di format così come viene inteso in radio e televisione.

Su questi particolari media, il format è uno schema di una trasmissione, una struttura composta da diversi elementi che si susseguono e che spesso può essere rivenduta ad emittenti di altre nazioni.

Questo prodotto ci introduce ad un altro particolare concetto, ovvero l'industrializzazione. Per chi fa start-up il concetto di industrializzazione non è certamente nuovo: si tratta di realizzare e poi *fissare* un modello che consentirà successivamente una produzione rapida e che permetterà quindi una *scalabilità del prodotto sul mercato*.

In termini più semplici: creare qualcosa di replicabile con poche modifiche **consente di fare di più e spendere di meno**, sia che si tratti di impiegare tempo o finanze su un determinato progetto per un cliente.

Le fasi di progettazione di un format

Innanzitutto, scegliamo una modalità per la presentazione di un format: la realizzazione di corsi in modalità eLearning non dispone di una forma "canonica" a differenza di media come TV e Cinema.

Per questo motivo disporremo di una certa flessibilità per la realizzazione di un format che potremo presentare al nostro cliente. Una delle mie scelte preferite è, per comodità, la presentazione in formato powerpoint, un documento che mi permette di partire da una base per poi modificare il contenuto.

Partiamo dal concept

Quando realizziamo un **format per corsi in modalità eLearning** dobbiamo permettere ai nostri interlocutori di comprendere cosa andremo a realizzare, prima di realizzarlo.

È un esercizio di stile, spesso e volentieri corredato dalla creazione di un prototipo, che dovrà essere utile ad avviare un progetto molto complesso.

Ogni volta che devo comunicare un format mi pongo sostanzialmente due regole. La prima è quella di non dare per scontato che il mio interlocutore stia nella mia testa e che abbia le conoscenze per *decifrare* tutto ciò che gli sto comunicando. Ricorda che le persone si affidano a te per la tua competenza, non devi parlar loro con un linguaggio complicato e difficile per lasciar intendere la tua professionalità nel settore. La seconda regola è essenzialmente stornare dai documenti tutte le informazioni superflue, che rendono il discorso complesso e troppo ricco. Ricorda: *less is more*, fare meno è meglio, avrai modo e tempo di approfondire con ulteriori dettagli durante la stesura del progetto.

Per questo motivo quando si parla di concept, ovvero di una descrizione del prodotto, il tuo obiettivo sarà quello di realizzare una sintesi di ciò che potrai realizzare per il tuo corso in modalità eLearning.

Se stiamo quindi realizzando un corso in modalità eLearning che illustri le funzionalità di un software un esempio di concept potrebbe essere:

Tutorial per l'utilizzo di un software per [inserire qui il software ad esempio: la gestione delle trasferte dei dipendenti aziendali]. Il corso sarà strutturato illustrando il funzionamento della piattaforma attraverso diversi step evidenziati da colori, frecce, box, elementi grafici e fermi fotogramma. Lo stile grafico è minimal, con grafiche adatte al settore business.

Questo è solo un esempio, ma ti saranno già venute in mente almeno 5 o 6 possibilità che potrai applicare alle tue produzioni.

Il titolo

Ogni format che si rispetti ha un titolo. Sapevi che alcuni chef preferiscono dare un titolo alle loro creazioni che mostri chiaramente ai loro clienti gli ingredienti chiave? Questo perché esiste, e condivido a pieno, la necessità di spiegare sin dal primo *punto di incontro*, che cosa ci sarà nei nostri prodotti. Che si tratti di corsi in modalità eLearning o di piatti di cucina stellata, poco importa. Sii chiaro già nel titolo del tuo format e struttura i contenuti del tuo corso.

La durata

Quando proponi una soluzione ai tuoi clienti, indipendentemente dalle loro esigenze, hai già chiara la durata che potrai proporre. Perché? Perché secondo la tua esperienza con altri lavori, sai che funziona.

Gli indicatori di performance possono essere molteplici: la percentuale di completamento del corso è, in tal senso, il più diffuso.

Potrai quindi validare la tua proposta con i risultati ottenuti sul campo e inserirla nella proposta di format.

La durata del format è di 30 minuti. Indicazione basata sulla percentuale dei corsi in modalità eLearning completati - il 78% dei corsisti completa corsi di questa durata.

La durata è importante per definire anche i costi per corsi in modalità eLearning da comunicare ai tuoi clienti e per definire l'effort rispetto al minutaggio: per realizzare un corso complesso da 30 minuti potrebbero essere necessari 20 giorni uomo; gli stessi giorni potrebbero essere necessari per un corso meno complesso di 60 minuti in cui è richiesta soltanto attività di montaggio lineare.

Per questo motivo è **fondamentale impostare la durata in un format**: comunicare e giustificare effort di produzione, oltre che sostenibilità del progetto e engagement sull'audience.

Seriale è meglio

Un aspetto della produzione di corsi in modalità eLearning che viene spesso trascurato è la possibilità di rendere *scalabile* e quindi *replicabile* quel corso non soltanto per l'intero mercato (replicabilità del format su diversi clienti) ma per lo stesso cliente o committente.

Per questo motivo quando presento un format, tendo a lasciare una finestra aperta per la realizzazione di un secondo, terzo o quarto episodio.

La serialità è un concetto semplice, ma va applicato ai tuoi prodotti con buone capacità di scrittura. Realizzare corsi in modalità eLearning su argomenti specifici come, ad esempio, la sicurezza informatica, ti permette di impostare il format sì in moduli e unità formative, ma soprattutto di suddividerlo in *stagioni*.

La prima stagione di un corso sulla sicurezza informatica può essere impostato su un budget del cliente per la realizzazione di 6 episodi informativi della durata di 5 minuti.

Lasciare una porta aperta alla fine del corso ti consentirà di replicare quel format per la prossima apertura del budget del tuo cliente sulla formazione e proporre così una linea continuativa per una nuova *stagione*, appunto.

La seconda stagione tratterà di argomenti nuovi o di argomenti già trattati ma attraverso un nuovo punto di vista. Questo ragionamento ti permetterà di aumentare anche il lavoro: non ti verrà richiesto solo un aggiornamento dei contenuti del corso già esistente ma la realizzazione di un corso *ex novo*.

Struttura e grafica sono replicabili

Da questo concetto è facile comprendere che la struttura dell'intero corso che abbiamo realizzato seguendo il format e tutti gli asset grafici siano velocemente replicabili.

Questo ci permette così di *industrializzare il processo*.

Ciò comporta essenzialmente: riduzione dei costi, potenziale aumento delle richieste dei clienti e capacità di aumentare i prodotti realizzati in un anno.

Realizzare un format per la struttura di corsi in modalità eLearning ha un particolare impatto anche per la gestione interna delle risorse: con l'aumento delle richieste sarà possibile impiegare nuovi collaboratori e fornire loro un ***ricettario*** **più o meno dettagliato** dal quale potranno ottenere la griglia di partenza da cui partire per la realizzazione dei prodotti.

Oltre alla struttura sarà possibile condividere con i collaboratori sorgenti dei precedenti lavori, da cui partire e, sopratutto, gli asset grafici da utilizzare per la redazione dei nuovi lavori.

Serializzare, impostare format, industrializzare significa *utilizzare* e *riutilizzare* per *ottimizzare tempi e risorse*. Significa inoltre impostare un marchio di fabbrica: i corsi in modalità eLearning da te avranno una *firma*, un timbro riconoscibile.

Nel documento da presentare ai tuoi clienti o collaboratori, inserisci esempi di grafiche che utilizzerai per i tuoi corsi in modalità eLearning.

Come rendo il corso interattivo?

È la domanda che ogni cliente ti farà, prima o poi. Cerca in tutti i modi di anticiparla, presentando le principali interazioni all'interno del tuo format per corsi in modalità eLearning.

La principale preoccupazione del cliente, a mio parere motivatissima, quando sta per spendere un budget sulla formazione in modalità eLearning, è quella di produrre un corso ingaggiante.

All'interno del documento di presentazione del format, imposta un numero di interazioni interessanti che introdurrai nel tuo corso: *domande pop-up, approfondimenti, quiz finali ecc.* e descrivine il funzionamento.

Anche in questo caso: *less is more*, sarà il tuo lavoro a parlare per te!