ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 8 - number 310 Wednesday 06 november 2024

Le migliori strategie per vendere corsi online

Scopriamo insieme quali sono i metodi più comuni e di successo per promuovere la vendita di corsi online nei mercati B2B e B2C

Con la crescita del settore eLearning, le tecniche di marketing, ovvero quelle **strategie** che servono a **promuovere la vendita di corsi online**, si sono evolute per soddisfare le esigenze dei mercati business-to-business (B2B) e business-to-consumer (B2C). Ciascun mercato ha motivazioni, processi decisionali e percorsi distinti che richiedono ai fornitori di corsi di utilizzare strategie pubblicitarie mirate per stimolare il coinvolgimento e le vendite in modo efficace. Questo articolo esplora i metodi più efficaci per pubblicizzare i corsi eLearning nei mercati B2B e B2C, identificando le strategie che producono i maggiori ritorni per ciascuno di essi.

I mercati eLearning B2B e B2C

Mercato B2B: formazione aziendale e sviluppo professionale

Il mercato dell'eLearning **B2B** riguarda la **vendita di corsi ad aziende** ed è guidato dalla necessità di sviluppo professionale, aggiornamento delle competenze e dalla formazione sulla conformità dei dipendenti in vari ruoli. Solitamente le aziende cercano **soluzioni** eLearning personalizzabili e scalabili **che si allineino agli obiettivi aziendali**.

Mercato B2C: studenti che vogliono migliorare le competenze

Sul versante **B2C**, il mercato è popolato da **individui che mirano ad acquisire nuove competenze**, a intraprendere una nuova carriera o semplicemente a perseguire interessi personali. Questo mercato abbraccia varie fasce demografiche tra cui studenti, ma anche adulti o professionisti e hobbisti, ognuno motivato da una combinazione di avanzamento di carriera e crescita personale. Le strategie B2C si concentrano quindi maggiormente su esperienze di apprendimento personalizzate e su **modelli di prezzo più accessibili**.

I migliori metodi per pubblicizzare i corsi nei mercati B2B e B2C

Sebbene i due mercati richiedano approcci diversi, esistono strategie efficaci che funzionano bene in entrambi i casi. Ecco una suddivisione dei metodi che danno i migliori risultati.

1. Marketing dei contenuti: creare autorità e fiducia

Come funziona

Il **content marketing** rimane una delle strategie più efficaci sia nel B2B che nel B2C. Creando e distribuendo contenuti informativi gratuiti di alta qualità sui social o qualunque piattaforma che dia visibilità, i fornitori di eLearning possono affermarsi come autorità nei loro settori e creare una community.

Strategie efficaci di content marketing

- **Per il B2B:** produzione di contenuti approfonditi e più formali come casi studio e report di settore che affrontano i punti critici dell'azienda e mostrano come i corsi possano risolvere varie sfide aziendali. L'organizzazione di webinar e dimostrazioni dal vivo consente ai potenziali clienti di sperimentare in prima persona il valore del corso, mostrando alle aziende come i corsi risolvono problemi aziendali reali.
- **Per il B2C:** contenuti più coinvilgenti, utili e di ispirazione. Materiali di qualsiasi genere che si rivolgano agli obiettivi degli studenti, es. la crescita professionale o il miglioramento delle competenze possono risultare efficaci. Anteprime

gratuite dei corsi, storie di successo o anche mini-corsi possono contribuire a creare interesse.

Perché funziona

Il content marketing **crea fiducia**, è in grado di posizionare e affermare i fornitori di eLearning come esperti della materia e **alimenta i contatti** in modo organico attraverso la creazione di una community. Funziona per entrambi i mercati, in quanto i contenuti formativi possono rivolgersi sia a clienti aziendali, sia a studenti in cerca di approfondimenti utili.

2. Pubblicità sui social media con targeting mirato

Come funziona

I **social media** offrono diverse opzioni di targeting e formati pubblicitari interattivi ideali per i fornitori di eLearning B2B e B2C.

Strategie efficaci sui social media

- **Per il B2B:** gli annunci sui social media consentono il targeting in base al ruolo, alle dimensioni dell'azienda e al settore. Considerate la possibilità di pubblicare annunci che promuovono soluzioni su misura per le aziende target.
- **Per il B2C:** I social sono efficaci per il targeting di individui in base a interessi e dati demografici. I contenuti interattivi, come ad esempio gli annunci carosello che mostrano i moduli di un corso, aiutano a coinvolgere potenziali clienti.

Perché funziona

La pubblicità sui social media consente un **targeting e un remarketing precisi**, rendendo facile raggiungere sia i clienti aziendali che i privati. Formati coinvolgenti come video o contenuti generati dagli utenti contribuiscono a stimolare le conversioni in entrambi i mercati.

3. E-mail marketing per raggiungere gruppi di utenti specifici

Come funziona

L' **e-mail marketing** è efficace per **costruire relazioni con i clienti** sia B2B che B2C a costi ridotti.

Strategie efficaci di e-mail marketing

- **Per il B2B:** le campagne che si concentrano sullo sviluppo di proposte di valore per i clienti aziendali sono efficaci. Queste possono includere e-mail su come un corso si allinea con gli standard del settore, testimonianze di aziende simili e casi studio.
- **Per il B2C:** flussi di e-mail che guidino i potenziali clienti attraverso il processo decisionale, dalla spiegazione dei vantaggi del corso all'offerta di sconti a tempo possono essere efficaci. La segmentazione è utile per personalizzare i messaggi in base agli interessi o al comportamento precedente (ad esempio, ricordando a chi ha abbandonato il carrello di tornare e completare l'acquisto).

Perché funziona

L'e-mail marketing permette di avere un contatto diretto con i potenziali clienti e la **segmentazione** consente la personalizzazione dei contenuti per aumentare le conversioni.

4. Sfruttare la SEO per aumentare visibilità e conversioni

Come funziona

Per i fornitori di eLearning, l' **ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO)** contribuisce a migliorare la visibilità e aumentare le conversioni.

Perché funziona

La SEO assicura che i corsi eLearning appaiano quando i potenziali clienti li cercano attivamente. Questa strategia è efficace per i mercati B2B e B2C, in quanto **un intento di ricerca mirato** può portare a tassi di conversione più elevati.

5. Testimonianze, recensioni e casi studio: costruire la riprova sociale

Come funziona

La riprova sociale comprende testimonianze di clienti soddisfatti o casi di successo e può servire per creare credibilità e reputazione.

Strategie efficaci di riprova sociale

- **Per il B2B:** presentare testimonianze di clienti aziendali o casi di studio che dimostrino risultati quantificabili (ad esempio, una maggiore produttività dei dipendenti o tassi di conformità).
- **Per il B2C:** storie di successo di singoli studenti che hanno ottenuto un avanzamento di carriera, una migliore padronanza delle competenze o altri risultati personali grazie ai corsi. Valutazioni e **recensioni** possono avere un impatto positivo sui social.

Perché funziona

La riprova sociale rassicura sia gli acquirenti aziendali sia i singoli discenti sul fatto che i corsi di un fornitore di eLearning offrono un **valore reale**, rendendoli più propensi ad acquistare il corso. Le storie di successo **attraggono emotivamente** gli individui e logicamente le aziende, rendendo questa strategia universalmente efficace.

Integrare le strategie di mercato per ottenere il massimo impatto

Data la sovrapposizione dell'efficacia di alcune strategie, i fornitori di eLearning possono massimizzare i loro sforzi di marketing sfruttando un approccio integrato.

- **Proposta di valore per due pubblici distinti:** sviluppare una proposta centrale che risuoni sia con il B2B che con il B2C, adattando la messaggistica in modo specifico. Ad esempio, entrambi i mercati possono dare valore all'"avanzamento di carriera" ma con una formulazione e una comunicazione diversa.
- **Presenza social:** costruire una presenza multicanale, dai social media alle e-mail ai motori di ricerca. Questo assicura una maggiore visibilità del brand.
- **Utilizzo di dati analitici:** il monitoraggio delle prestazioni delle campagne sulle varie piattaforme consente di apportare modifiche in tempo reale e aiuta a identificare le strategie che producono il ROI più elevato su entrambi i mercati.

In un panorama in espansione come quello dell'eLearning, il successo della pubblicità richiede un approccio equilibrato che faccia leva su più canali.

Ciascuna strategia offre vantaggi diversi per i mercati B2B e B2C, ma se efficacemente integrata, può **aumentare significativamente la visibilità e le conversioni**. Concentrandosi su strategie personalizzate ma versatili, i fornitori di eLearning possono catturare l'attenzione, ispirare fiducia e stimolare il coinvolgimento sia dei singoli discenti sia dei clienti aziendali.