ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 2 - number 12 Wednesday 14 january 2018

Less is more ... anche nell'eLearning

Per massimizzare l'efficacia del tuo prodotto eLearning molto spesso è sufficiente esaltare la sua semplicità.

Vuoi presentare il tuo prodotto eLearning come il migliore? Non sempre è necessario che il tuo prodotto offra maggiori funzioni (in termine numerico) degli altri. E' invece fondamentale che sia presentato con semplicità, come la soluzione migliore ai problemi reali.

Come fare emergere il tuo prodotto eLearning

L'eLearning è un business mondiale fiorente, in continua e rapida crescita. Proprio per questo motivo **i player nel mercato crescono** numericamente e la competizione si fa più aspra. Di conseguenza, le aziende coinvolte si chiedono sempre più spesso come far emergere i propri prodotti rispetto a quelli dei competitors.
La risposta non è semplice e può variare a seconda del caso specifico. In linea di massima, abbracciare la soluzione "creare prodotti che cercano di fare tutto, per tutti" potrebbe non funzionare e non essere la risposta corretta.
Questa soluzione potrebbe **far apparire il tuo prodotto come generico, poco significativo**. Inoltre, creare aspettative esagerate (e non realistiche) nel cliente non rende la vita più facile: il tuo prodotto potrebbe essere percepito addirittura come inaffidabile.

Semplificare, semplificare, semplificare

Nel mondo dell'informatica, non esistono prodotti perfetti (è necessario un continuo lavoro di aggiornamento), ma il tuo prodotto può e deve avere un obiettivo chiaro e definito se vuole soverchiare i competitors. Sarà necessario spiegare il prodotto in modo semplice (del resto lo scopo del tuo prodotto è semplificare il lavoro degli utilizzatori), mettendo l'accento sugli aspetti che determinano un valore aggiunto (a breve e a lungo termine) per il tuo cliente.

Procedi per passi (e con i piedi per terra)

Per ridurre i vantaggi competitivi sei tentato di emulare gli altri ed incorporare nel tuo prodotto le funzionalità dei concorrenti. Ma ne vale la pena? **Considera che le funzionalità presentate dai tuoi concorrenti potrebbero aver richiesto anni di sviluppo, rodaggio e perfezionamento.** In linea di massima, copiarli non ti darebbe alcun vantaggio in termini di sviluppo e quota di mercato.
Non a caso, lo studioso dei sistemi, John Gall ha formulato una legge che recita: "*Le applicazioni costruite come un sistema complesso non funzionano quasi mai. I sistemi complessi che funzionano sono invariabilmente costruiti come sistemi semplici che vengono poi estesi col passare del tempo per includere aspetti più complessi*".
Quindi, è sempre meglio iniziare in modo semplice e evolversi nel tempo partendo da quello che si è già costruito.
Se provi a creare un prodotto "passepartout" dal nulla, oltre a sovraccaricare il tuo team di lavoro, corri il rischio di sviluppare funzioni che non rispondono alle reali esigenze e richieste dei tuoi clienti. Insomma, funzioni inutili su cui la tua azienda dovrà spendere risorse preziose per lo sviluppo, il perfezionamento, la promozione ...

Dedicati alla conquista di una nicchia di mercato con una soluzione specifica

Con il tempo, identificherai una necessità del cliente precedentemente non riconosciuta e di conseguenza fornirai una soluzione. E' un buon inizio! Ora che hai identificato un problema nuovo da risolvere e una soluzione efficace puoi puntare all'ottimizzazione della tua soluzione ... in modo che funzioni al meglio per un target definito nella risoluzione di un problema definito.

Un gran prodotto o un prodotto grande?

È impossibile non rispondere alle richieste di nuove funzionalità da parte dei clienti. Tuttavia, ogni fase dell'evoluzione del tuo prodotto dovrebbe riguardare il **miglioramento dell'offerta principale**. Quindi è importante imparare a valutare le richieste ed eventualmente rifiutare quelle che non rispondo a scopi chiari: considera sempre quale valore specifico aggiunge al tuo prodotto ogni caratteristica nuova in relazione al costo delle risorse necessarie ad implementarla e piazzarla sul mercato.

Leggi l'articolo completo...