



Guía de ventas de cursos online



1. IDENTIFICA TU AUDIENCIA

Este es el primer paso para establecer un negocio exitoso de capacitación en línea. Incluso si utilizas las actividades de marketing más avanzadas, no tendrás ningún impacto si hablas con las personas equivocadas. Algunos aspectos que debes tener en cuenta son:

- Metas y objetivos
- Necesidades y puntos débiles
- Intereses
- Demografía
- Preferencias

Comienza creando una encuesta en tu portal o comunícate con tus usuarios directamente a través del correo electrónico.



2. CREA UN BLOG

Mantener un blog activo es una de las prácticas más efectivas para comercializar cursos en línea. Actualizar tu blog con regularidad (cuanto más a menudo, mejor) con contenido interesante que se aplique a las necesidades de tu audiencia puede hacer milagros en términos de atraer visitantes al portal. Plataformas como p. Ej. WordPress puede ser bastante útil de usar para ese propósito y aquí hay una guía completa sobre cómo hacer que tu blog se destaque.



3. OFRECE RECURSOS GRATUITOS

Ofrecer recursos de aprendizaje gratuitos a tus usuarios siempre es una gran idea. Puedes ofrecer información a tu audiencia sobre la experiencia que recibirían al asistir a tus cursos y motivarlos a unirse. Estos pueden variar en contexto y formato según el área de

especialización, pero algunos de los más comunes con utilidad probada son:

- eBooks
- Whitepapers
- Informes de la industria
- Infografías
- Cursos de muestra cortos
- Plantillas
- Hojas de trucos



4. REDES SOCIALES

Se ha demostrado que las redes sociales son un canal muy útil cuando se trata de compartir y promover tu contenido. Tener una estrategia de redes sociales bien pensada requiere que comprendas a tu público objetivo (como se mencionó anteriormente). Cada plataforma (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.) tiene su propio tono de voz y personalidad y es probable que no todos se apliquen a tus objetivos y contexto empresarial, por lo que elegir el canal es crucial.



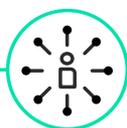
5. EMPEZAR UN BOLETÍN INFORMATIVO

¿Qué mejor manera de mantener informados a tus alumnos que utilizando plataformas de e-mail marketing como MailChimp y Campaign Monitor? Puedes promocionar entre tus usuarios (de forma gratuita) cualquier cosa que desees compartir, desde nuevo material de aprendizaje y cursos, hasta cupones y descuentos. Algunos de ellos, como MailChimp, por ejemplo, también se pueden integrar fácilmente con tu LMS. Dependiendo de la frecuencia, puedes establecer un boletín mensual o semanal. Algunas ideas para adquirir una lista de usuario inicial:

- Ejecución de un concurso en tu portal
- Solicitar direcciones de correo electrónico a los usuarios al ofrecer recursos gratuitos
- Usar pop-ups en tu portal: con intención de salida sería menos disruptivo
- Uso de widgets y opciones en la página, como p. Ej. cajas de suscripción.

Una vez que capturas tus contactos, es hora de nutrirlos y convertirlos en clientes potenciales. Algunas formas de manejarlos de manera efectiva incluyen:

- Recursos útiles
- Paquetes, descuentos y cupones por tiempo limitado
- Cursos gratuitos
- Un período de prueba gratuito



6. CREA UN FORO

Tener un foro activo da un sentido de comunidad a tus usuarios y al mismo tiempo ofrece información sobre tus necesidades y problemas específicos. Algunos LMS ofrecen la oportunidad de crear un foro internamente, como la herramienta de debates TalentLMS.



7. INFLUENCERS

Dependiendo de tu industria, es valioso reconocer a las personas con experiencia comprobada, como personas influyentes y líderes de opinión. Una vez que los identifiques comunícate con ellos con una oferta que no puedan rechazar. Maneras de hacer esto:

- Ofrece un contenido de alta calidad o un curso que hayas creado para que puedan compartirlo con tu audiencia
- Pídeles que colaboren en uno de tus cursos
- Organiza una entrevista o contenido (p. ej. una publicación de blog) que estén dispuestos a compartir.

De cualquier manera, no olvides que la naturaleza de la relación que deseas establecer debe ser de beneficio mutuo.



8. PUBLICIDAD PAGADA

Una vez que hayas utilizado algunas o todas las prácticas orgánicas descritas anteriormente para promocionar tus cursos, el siguiente paso para impulsar su negocio de eLearning es invertir en publicidad pagada. Se pueden colocar en varias redes diferentes, siendo las más comunes:

- Redes de Búsqueda
- Canales de video
- Redes Sociales
- Red de Display



9. REMARKETING

El remarketing (o reorientación) es una táctica común que se utiliza en la publicidad pagada. Te permite colocar tus anuncios frente a los usuarios que han visitado anteriormente tu portal pero que no se suscribieron ni compraron un curso. Igual que con los anuncios pagados, el remarketing se puede ampliar a través de varias redes diferentes agregando una etiqueta (un fragmento de código).



10. REÚNE TESTIMONIOS

Utilizando el respaldo de tus clientes existentes es una forma muy eficaz de promover tu negocio. Esto podría comunicarse en cualquier formato que tú (y tus clientes) prefieran, como:

- Citas
- Videos
- Entrevistas
- Casos de Estudio

Cuanto más distinguidos y conocidos sean tus clientes, mayor será la credibilidad que recibirá tu empresa. Es tan simple como enviarles un mail, pero puede tener un gran impacto en tu negocio de eLearning.