

**Business
in Cloud**

L'Infomarketing per far crescere il tuo business

Come iniziare con un videocorso

POWERED BY



**SOCIAL
ACADEMY**

Ciao,
sono **Andrea Genovese**, fondatore e CEO di Social Academy, la startup innovativa che ha lanciato la prima piattaforma italiana di Educational Marketing, **Business in Cloud**.

Ho alle spalle una lunga carriera come digital strategist, docente e business coach per grandi aziende. Ho lanciato Wind Business Factor, uno dei primi incubatori corporate, sono co-fondatore di Roma Startup, mentor e investitore.

Tante esperienze guidate da un unico scopo: aiutare le persone a individuare le proprie potenzialità e il proprio talento e ad acquisire le conoscenze e gli strumenti per emergere nell'economia digitale.

È per questo che ora ho deciso di lanciare Business in Cloud, la prima piattaforma italiana che aiuta piccoli imprenditori e professionisti a mettere online la propria attività, a creare business automatizzati e scalabili.



Infoprodotti: che cosa sono, come realizzarli e come sfruttare l'infomarketing per fare business online

Prima di tutto diciamo che l'Infomarketing nasce come modello di business negli USA dove, già da una decina di anni, produce straordinari fatturati. Esso si basa sulla vendita d'informazioni o, meglio, di prodotti e servizi formativi/informativi.

Più nel dettaglio, l'Infomarketing è una declinazione del web marketing rivolta a vendere prodotti informativi in rete, definiti appunto «infoprodotti», in formato digitale: ebook, video, webinar, corsi formativi ecc. In genere i prodotti di maggior valore sono quelli meno facilmente reperibili in rete, ad esempio coaching basati sull'esperienza di professionisti specializzati, che sono in grado di apportare sensibili miglioramenti alla vita degli acquirenti. A differenza del marketing tradizionale, che prevedeva di contattare fisicamente i destinatari oppure telefonicamente, l'Infomarketing sfrutta i canali della rete per vendere prodotti formativi grazie alla professionalità dei promotori.

Questa metodologia di marketing consente di raggiungere i potenziali clienti, già interessati a questo genere di soluzioni, senza attendere che siano essi a cercarci. Si tratta pertanto di una modalità molto adatta alle fasi di prevendita che si rivolge a coloro che sono davvero interessati, senza dover sparare nel mucchio e che permette di stimare da subito la consistenza della nicchia alla quale intendiamo rivolgerci.



Infoprodotti, che cosa sono

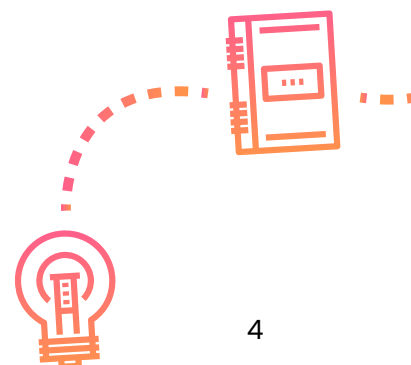
Un prodotto informativo/formativo è chiamato Infoprodotto e contiene informazioni utili a migliorare la vita delle persone, sotto l'aspetto culturale, tecnologico, spirituale, del benessere fisico o economico, ecc. Può essere realizzato in diversi formati: quelli più comuni sono video, audio e pdf, si tratta di prodotti che spiegano come svolgere qualche attività e come ottenere degli specifici risultati.

Gli Infoprodotti possono, dunque, riguardare qualsiasi settore come ad esempio:

- Crescita personale: comprendono materiali che spingono a migliorare la propria vita e il proprio benessere (corsi motivazionali, esercizi di meditazione, guide su come attingere atteggiamenti positivi verso il prossimo, guide su come migliorarsi al lavoro ecc.);
- Fitness e Benessere: ci riferiamo qui a guide su come migliorare il proprio aspetto fisico o su come sviluppare comportamenti positivi, ad es. smettere di fumare.
- Marketing: il principale settore in cui vengono sfruttati gli infoprodotti per suggerire strategie di marketing e attrarre clienti.
- Immobiliare: in questo settore si è scoperto che è più facile vendere o affittare case e immobili con gli infoprodotti.

Qualche esempio ulteriore?

- Un ebook che ti spiega come risolvere un problema;
- Un corso che ti mostra come creare un sito;
- Un report che t'illustra le migliori ricette vegetariane.

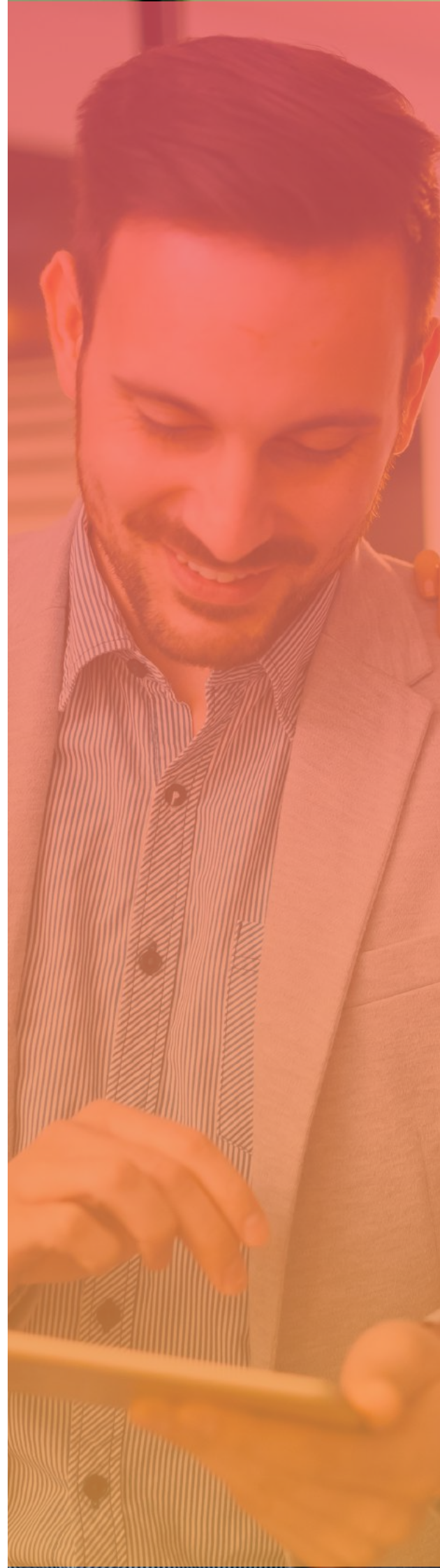


Un Infoprodotto ben realizzato e fatto circolare nel modo giusto amplifica la diffusione del tuo messaggio, la tua iniziativa, ciò che fai.

Permette di far conoscere le tue competenze a persone interessate al tuo settore. Il consiglio migliore è realizzare Infoprodotti su ciò che fai.

Qualche esempio:

- Vendi prodotti biologici? Crea report formativi che aiutino gli utenti a capire come riconoscere un buon prodotto biologico;
- Vendi prodotti per la sicurezza della casa? Crea dei video dimostrativi dei tuoi prodotti, mostrando i pericoli di un'abitazione non protetta;
- Ti occupi di medicina alternativa? Realizza dei report da far scaricare agli utenti che visitano il tuo sito, in cui fornisci informazioni approfondite;
- Ti dedichi al No Profit? Non c'è settore migliore in cui un buon ebook, che spiega per esempio le motivazioni di una raccolta fondi, può dare soddisfazioni sorprendenti. Per le cause giuste il passaparola è garantito.



Infomarketing: i vantaggi

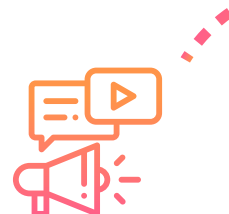
Gli Infoprodotti sono un mercato che sta vivendo una continua espansione grazie alle potenzialità della rete. Com'è possibile creare business a partire da essi? Quali sono i loro principali vantaggi?

- **Diffusione e Distribuzione:** un tempo, i prodotti formativi/informativi si vendevano in edicola o tramite posta e di conseguenza su di essi gravavano i costi della distribuzione fisica. Oggi, con i media digitali, è possibile ovviare a queste spese superflue. Questo vantaggio pratico ed economico li rende un'evoluzione molto apprezzabile dei classici libri formativi e molto adatti alle potenzialità del mercato digitale moderno, specialmente per quei settori della crescita mentale, fisica e professionale degli individui che hanno ancora margine di crescita;
- **Fruibilità:** essi possono essere consultati da PC, tablet o smartphone, perciò garantiscono una grande comodità e la possibilità di essere utilizzati praticamente ovunque;
- **Immediatezza:** questi prodotti digitali possono essere scaricati immediatamente e perciò non richiedono tempi di invio e di spedizione a differenza di quelli fisici;
- **Costi:** gli infoprodotti in genere sono più economici delle altre categorie siccome non hanno alle spalle costi di produzione fisici (stampa, rilegatura, invio), ovvero offrono lo stesso valore informativo degli equivalenti classici ma con qualche vantaggio economico in più.



In sintesi l'Infomarketing:

- Ti permette di **farti conoscere prima dal tuo potenziale cliente**, ossia hai la possibilità di raggiungere chi può essere interessato al tuo messaggio, senza attendere che lui ti cerchi;
- Ti fa capire **se il tuo Infoprodotto ha un pubblico caldo e pronto a comprare**, perché, prima di mettere in piedi tutta la struttura, farai degli studi preliminari della nicchia che ti risparmieranno la frustrazione di seguire sogni irrealizzabili;
- Attira soltanto **chi è davvero interessato**;
- Ti fa capire **quanto davvero il tuo pubblico sia interessato a te**.



Guadagnare con gli infoprodotti: si può?

Cerchiamo intanto di fare chiarezza su un punto essenziale. L'infomarketing non è semplicemente indirizzato a «vendere» i prodotti formativi, ma anche e soprattutto a utilizzarli come leva di marketing per acquisire nuovi clienti interessati ai tuoi prodotti o servizi. Oggi, infatti, siamo bombardati di notizie: siamo consumatori curiosi e affamati, abbiamo bisogno d'informazioni prima di acquistare. Occorre educare i propri potenziali clienti, offrire loro contenuti gratuiti (come appunto gli infoprodotti), dando loro contenuti di valore e facendo loro capire che siamo validi, onde convincerli poi all'acquisto. Per questo l'infomarketing ha un ruolo decisivo, anzitutto, nel rafforzare il nostro brand positioning, differenziandoci dalla concorrenza, ottenendo visibilità online e posizionandoci come punto di riferimento di un determinato settore. In questo modo sarà possibile acquisire clienti online e creare una linea di business scalabile che ti consente di avere entrate automatiche e ricorrenti.

Ciò detto, nulla toglie il fatto che guadagnare con gli infoprodotti si può eccome. Mentre nel marketing tradizionale, come detto, si sparava nel mucchio nella speranza di trovare qualcuno che rispondesse ai propri annunci, con l'infomarketing ci si rivolge a un settore di persone naturalmente interessate a questo genere di prodotti. Più che un lavoro, l'infomarketing si può concepire come un modo di lavorare che porta il potenziale cliente a conoscerti per poi decidere se fare acquisti da te.

Lavorare con gli infoprodotti significa servirsi delle proprie conoscenze e delle proprie capacità relazionali per insegnare alle persone metodi e processi a loro utili in fatto di crescita lavorativa, benessere personale, miglioramento della salute fisica.

Ovviamente, per guadagnare con gli infoprodotti, hai bisogno di **conoscere delle persone** che siano **realmente interessate** a quello che hai da insegnare. Un progetto d'Infomarketing da sviluppare con successo richiede **tempo e dedizione e una solida base di appassionati** alla materia che non abbiano già trovato appagamento nei prodotti altrui. Molto dipende dalle strategie che metti a punto per raggiungere un pubblico interessato e sottolineare il valore che i tuoi prodotti possono veicolare.

«Sì, ma quanto si guadagna con gli infoprodotti?», ti starai chiedendo. La risposta dipende dal margine che garantiscono i prodotti in questione. Indubbiamente hai bisogno di un pubblico davvero interessato ai corsi che devi promuovere e pronto a comprare queste soluzioni perché le recepisce come diverse da quelle della concorrenza. Maggiore è l'ampiezza dei tuoi contatti interessati al genere di soluzioni che devi promuovere, e maggiori chance hai di portare a casa risultati.



Il tuo primo infoprodotto: inizia dal un videocorso. Come crearlo partendo dal concept

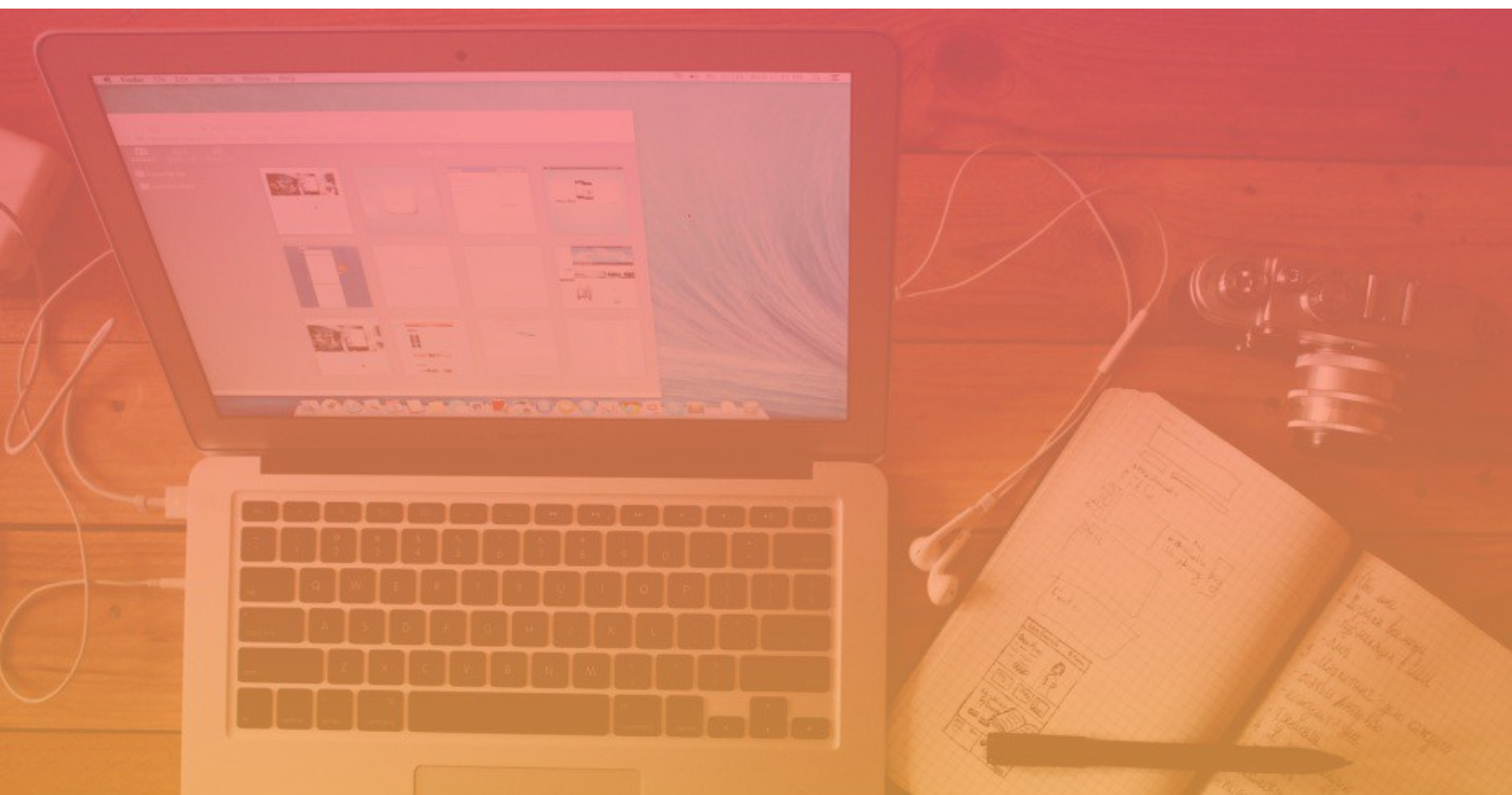
Come ideare, creare e vendere il proprio corso online?

Fare un corso richiede uno sforzo notevole, quasi come scrivere un libro.

Occorrono tempo, pazienza, determinazione, metodo, padronanza di strumenti software, le telecamere giuste, una comunicazione efficace. Solo così puoi pensare di trasformare il tuo know how, la tua esperienza, in un corso online dal forte impatto.

Come ottenere tutto questo? Inizia oggi con la nostra guida a registrare e vendere il tuo corso online. E quelli che verranno! Pronto? Partiamo con il primo step, che si declina in tre fasi, tre imperativi categorici da seguire:

- **Impegnati, applicati;**
- **Scegli un'idea redditizia;**
- **Usa le risorse della rete.**



Impegnati, applicati

Vuoi creare un corso online? Certo che sì. Perciò dev'imbegnarti. I dati parlano da soli. Un giro d'affari da \$240 miliardi entro il 2023. I creatori di corsi online possono, in effetti, guadagnare davvero molto: specie all'estero, ma anche da noi.

Esistono esempi illustri come quelli di Roberto Ceré, Mik Consentino, Big Luca, Lorenzo Ait, Gianluca Massini Rosati e molti altri che da un infoprodotto hanno costruito intere aziende.

Si possono ottenere soddisfazioni anche volando più bassi: guadagnando, ad esempio, \$500 o \$1000 al mese. E – sfatiamo un mito – non occorre nemmeno che tu sia «l'esperto». È una possibilità: non condizione necessaria e sufficiente.

Impegnarsi, applicarsi a creare un corso online, significa dunque:

- **Determinare**, capire la propria identità di docente;
- **Individuare** con cura il tema del corso.

L'esperto, il novizio

Puoi essere, come detto, il **docente esperto** della materia; ma anche il **novizio**, il **docente curioso**, su quel determinato tema. Opportunità, questa, da non sottovalutare: così, infatti, imparerai mentre insegni e ti metterai, con ciò, ancora meglio nei panni dei tuoi futuri allievi. In questo caso, dovrai preoccuparti giusto di costruire quel minimo di esperienza che, naturalmente, ti consenta di gestire il corso stesso. Non si tratta, comunque, di un compito troppo gravoso. Scegli un argomento che t'interessa, passa un weekend o due leggendo i tre libri più venduti sul tema e... Ecco che puoi già ritenerti, in buona parte, un esperto.

In altre parole, non aver paura se vuoi creare il tuo primo corso online ma non sai su che cosa, perché non ti senti, magari per insicurezza, un «esperto» su niente in particolare. Basta **imparare**.

Mentre impari, **documenta il processo**. Così puoi creare i corsi migliori su quasi tutto ciò che t'interessa. Gli «esperti» tout court, d'altronde, sono spesso vittime di quella che taluni chiamano la «maledizione della conoscenza»: saltano informazioni importanti perché troppo ovvie per loro. In tal modo, però, lo studente è lasciato indietro. Ecco perché un insegnante più esperto, sì, ma solo di poco rispetto ai propri studenti, può a volte creare un corso più prezioso.

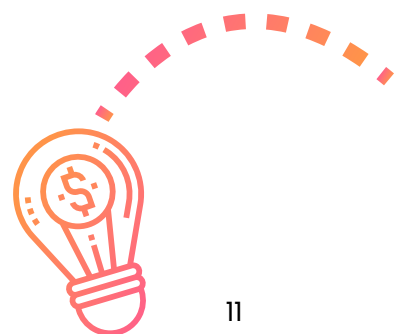
Il tema

Ora che ti sei confortato e rassicurato nel tuo «profilo di docente», occorre chiarire bene l'**argomento** del corso. Esistono videolezioni sui temi più disparati: dal «pilota di droni» all'«addestramento del cane», non sembrano esserci contenuti rimasti intoccati. Quali possono essere i tuoi?

Beh, semplice. L'argomento del tuo corso deve avere due caratteristiche:

- Suscitare il **tuo interesse**, la **tua passione**, così che tu possa **esserne un esperto** – o divenirlo «**quel tanto che basta**»;
- Risultare un'**idea redditizia**, che ti consenta di **guadagnare insegnandola**.

Il primo requisito appare ormai chiaro. Sul secondo, però, occorre ancora gettare qualche luce. Pare, infatti, più facile a dirsi che a farsi.



Come scegliere un'idea redditizia

L'errore più grande, e più spesso commesso, consiste proprio nel non essersi posti adeguatamente questa domanda. Illustri insegnanti e coach hanno iniziato creando corsi massicci e impegnativi, rimasti invenduti solo perché non ci si è chiesti davvero e fino in fondo di che cosa ha bisogno la gente. Proprio questo, infatti, è il punto: capire le necessità delle persone, intercettarle o, addirittura, «crearle» e fornire così, con il tuo corso, la soluzione al problema in questione. Colmando pertanto quell'esigenza nel modo più completo possibile.

Come riuscirci? Segui questi due semplici principi:

- Cerca l'**ispirazione** dove il mercato è più fertile;
- Fatti **tre domande chiave**.

Non aver paura di copiare (con intelligenza e misura!)

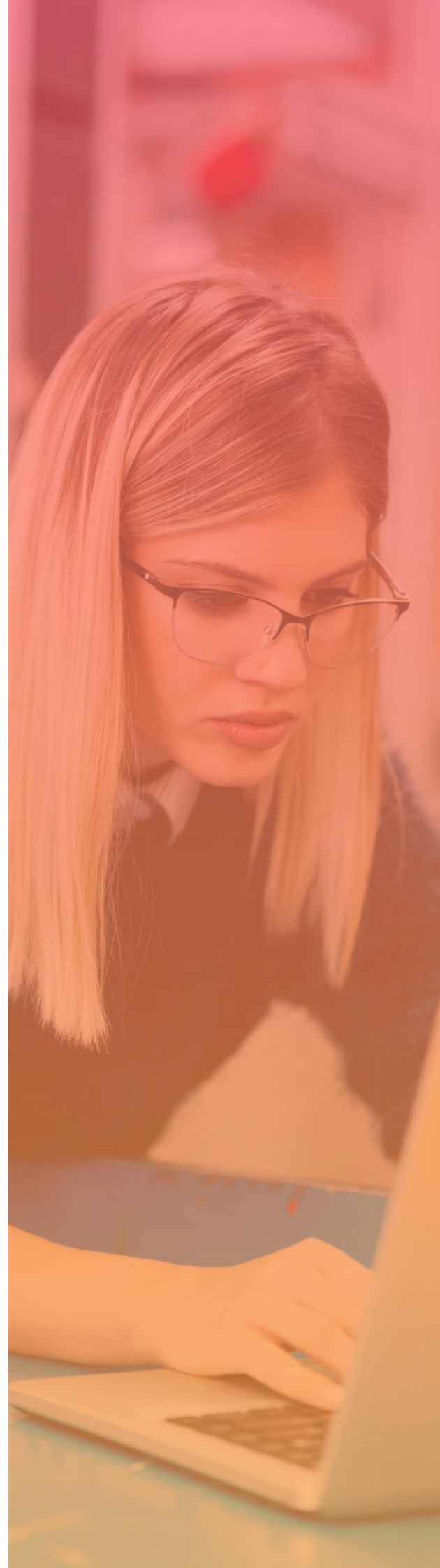
Un «comandamento» da capire e contestualizzare bene, ma che ha il suo fondamento in un dato intuitivo: se qualcuno ha già creato corsi sul tema che a te sta a cuore, non è un problema, ma una buona notizia. Significa che l'argomento è gettonato: c'è un mercato che quel tipo di settore. E, verosimilmente, potrai approfittarne anche tu. Com'è ovvio, l'originalità deve esserci: l'«imperativo choc» vale all'inizio, poi devi impegnarti per condividere contenuti tuoi. Già importante, comunque, capire che se un tema è coperto da altri, c'è comunque sempre qualcosa in più che proprio tu puoi insegnare. Una volta individuato il settore, buttati! Se c'è competizione, questo è tutt'altro che un male.

Le tre domande chiave

Accertato, dunque, che il fatto che un argomento per un tuo possibile corso online sia stato già trattato non costituisce un limite, ma un incentivo a trattarlo anche tu, come fare a orientare bene lo sguardo sul tema più giusto? Fatti queste tre domande: le relative risposte ti faranno essere vincente.

- **Su quali temi** i tuoi contatti ti fanno **più domande** o vogliono **i tuoi consigli**?
- **Su quali argomenti** i tuoi clienti o amici in rete faticano di più e hanno più bisogno della **tua assistenza**?
- **Qual è l'esigenza fondamentale** che avverti nella tua rete di contatti? Quale il loro **bisogno primario**?

Proprio l'ultima domanda si rivela decisiva e già, non a caso, l'accennavamo all'inizio. Le persone acquistano corsi perché **hanno un problema e vogliono risolverlo**. Imparare a usare un software complicato, perdere peso per rientrare nei jeans preferiti, riprendere il controllo della propria vita oltre lo stress generato dalla quotidianità, o ancora massimizzare la produttività minimizzando gli sforzi: mille sono le aree possibili e altrettante possiamo trovarne nel Digital Marketing. Tutte, però, sono accomunate



da questo tratto distintivo. Da' un'occhiata ai corsi in rete e vedrai!

In dettaglio, poi, possiamo anche aggiungere: **più specifico è il problema che risolvi, più facile sarà vendere il tuo corso.**

La strada migliore per arrivare al risultato? Farsi una tabella: a sinistra il problema, a destra la soluzione. Nella semplicità, nella chiarezza c'è la via d'uscita dalle difficoltà: risolvendo i problemi altrui, risolverai il tuo e potrai partire con la costruzione del tuo corso.

Usa le risorse della rete

Per essere certo che la tua scelta si stia definendo nel modo migliore, ed anche per prepararti a trovare il titolo migliore e le parole più adeguate per descrivere, presentare e promuovere il tuo corso online, utilizza i tool, gli strumenti e le risorse che proprio la rete ti mette a disposizione. Nello specifico, ad esempio per capire quante ricerche mensili ci siano su un determinato argomento, consulta costantemente:

- **Google Trends**, per scoprire quali ricerche si fanno nel mondo;
- **Google Keyword Planner**, per la pianificazione delle parole chiave;
- **Business Manager** di Facebook, per effettuare analoghe ricerche sulla piattaforma di Zuckerberg.

Così facendo, il resto del percorso sarà più semplice.
Come dimostrano i passi successivi.



Inizia la progettazione del tuo videocorso

Creare e vendere il proprio corso online: sì, ma come? Nel primo step, Il Concept, abbiamo visto l'importanza dell'impegno anzitutto nell'identificare il proprio profilo di docente, comprendendo se si sia e ci si voglia proporre al mercato come figura «esperta» ovvero «novizio», nonché nello scegliere il tema del proprio corso: che deve piacere e nella cui materia, naturalmente, un minimo di esperienza è richiesta, ma che, in primo luogo, deve avvicinarsi il più possibile a ciò che la gente cerca, a quello di cui realmente ha bisogno. E non importa, si diceva, se il tema sia già stato trattato egregiamente da qualcuno o da molti: in tal caso, infatti, vuol dire che il mercato c'è.

Si tratta però ora di fare un passo avanti: anzitutto mettendo alla prova la propria idea.

Prova la tua idea

La motivazione è semplice: prima di dedicare molto tempo alla creazione di un corso, assicurati di costruire qualcosa che la gente vorrà acquistare. Collaudare la propria idea, dunque, è una tappa fondamentale: da non applicare con amici e familiari, ma attraverso differenti strategie.

Strategia di test n. 1: creazione di un mini-corso gratuito

Invece di registrare ore e ore di video, fogli di lavoro e risorse aggiuntive, come un sito web o design di fantasia, crea semplicemente un mini-corso in 5 video oppure da inviare via email.



Così facendo, infatti, non solo andrai a convalidare la tua idea, ma contestualmente crederai anche un elenco email di futuri studenti per il tuo futuro corso.

Strategia di test n. 2: Pre-Vendi il tuo corso

Prima di partire in quarta con la preparazione completa del tuo corso e la sua conseguente vendita, prova a fare una prevendita ancora prima di crearlo.

Come? Due modi:

- Creando una pagina di vendita e chiedendo alle persone di prenotarsi per comprare;
- Pubblicando una pagina «Coming Soon» che spieghi quale sarà il corso. Potrai inviare il relativo link alla tua rete di contatti via e-mail o messaggi social, o ancora pubblicare annunci di advertising;
- Realizzando un pulsante fittizio «Compra Ora» e tracciando semplicemente quante persone cliccano su di esso. Non si tratta di un metodo perfetto, ma ti aiuterà a capire se la tua idea abbia il potenziale per risultare di successo.

«Ok, ma una volta testata l'idea», ti chiederai, «come creare un corso che i miei futuri studenti possano apprezzare?».

Crea una struttura del corso

È difficile creare un corso di più settimane quando lo fai per la prima volta. I contenuti da creare sono molteplici e, certo, vorrai che tutti siano di prim'ordine. Ecco perché la chiave per creare un ottimo contenuto del corso è iniziare con un contorno chiaro.

Come fare? Con molto realismo, volando bassi almeno all'inizio.

Inizia in piccolo

Spesso si pensa che sia necessario creare un corso online ampio e approfondito che copra tutto quello che sanno: questo, però, sarebbe un errore. Nonché una perdita di tempo: soprattutto se stai semplicemente iniziando.



Le singole lezioni

Come sviluppare ogni singola parte del tuo corso? Cercando di capire bene il problema che il corso risolve. Per ogni step tematico del corso, crea una singola lezione, senza sovraccaricare troppo il programma. Ognuna di esse deve avvicinare sempre più lo studente all'obiettivo finale del corso. L'importante è non caricare di troppi contenuti ogni lezione. Per un corso breve, le lezioni dovrebbero durare 5-10 minuti - sicuramente non più di 20 minuti. Altrimenti gli studenti si stancano o, peggio, ti abbandonano.

Ora che conosci lo scopo di ogni lezione, la creazione del contenuto reale diventa molto semplice. Come?

Crea il contenuto del tuo corso

La maggior parte dei corsi online sono forniti in formato video. Spesso poi s'includono fogli di lavoro, che aiutano gli studenti a mettere in pratica ciò che hanno appreso.



Come creare allora questo contenuto?

Chiariamo anzitutto un punto: il tuo primo corso online non sarà così bello. Ciò però, in maniera solo apparentemente paradossale, non

costituisce per forza un problema. Se, dopo dieci corsi realizzati, riguardassimo il nostro primo corso online, sicuramente troveremmo mille cose che non vanno bene: ciononostante può darsi che quel corso sia comunque stato un successo. Perché? Per i contenuti: forse, infatti, erano innumerevoli gli aspetti tecnici da sistemare, ma i contenuti risultavano già ottimi. L'obiettivo, dunque, diventa **concentrarsi sui contenuti**, anzitutto, e proseguire poi pian piano con tutto il resto.

La lezione dunque è: specie in principio, non impazzire troppo sulla qualità della produzione. Concentrati piuttosto sull'insegnare **contenuti di valore**, dando istruzioni pratiche e pragmatiche. E se è vero che l'esempio di Marco Montemagno docet, vero è anche che ci arriverai. All'inizio, però, concentrati su questa regola.

In tal senso, anche il formato del tuo corso non ha importanza primaria: può essere testo, audio o video. Proprio il formato video, comunque, resta la scelta più frequente.

Puoi registrare:



- Direttamente dalla videocamera;
- Riprendendo il tuo schermo mentre passi attraverso le diapositive di una presentazione.

Non è necessario assumere un videomaker di fascia alta per girare o modificare le tue video-lezioni. Puoi utilizzare il telefono e/o uno tra i numerosi strumenti e software di facile utilizzo presenti in rete.

Come realizzare il tuo corso: format e strumenti

Nelle pagine precedenti, abbiamo visto come trovare l'idea vincente e come progettare e strutturare il corso. In questo paragrafo invece entreremo più nel merito della realizzazione di un corso, andando a scoprire strumenti e modalità di "confezionamento" del tuo progetto.

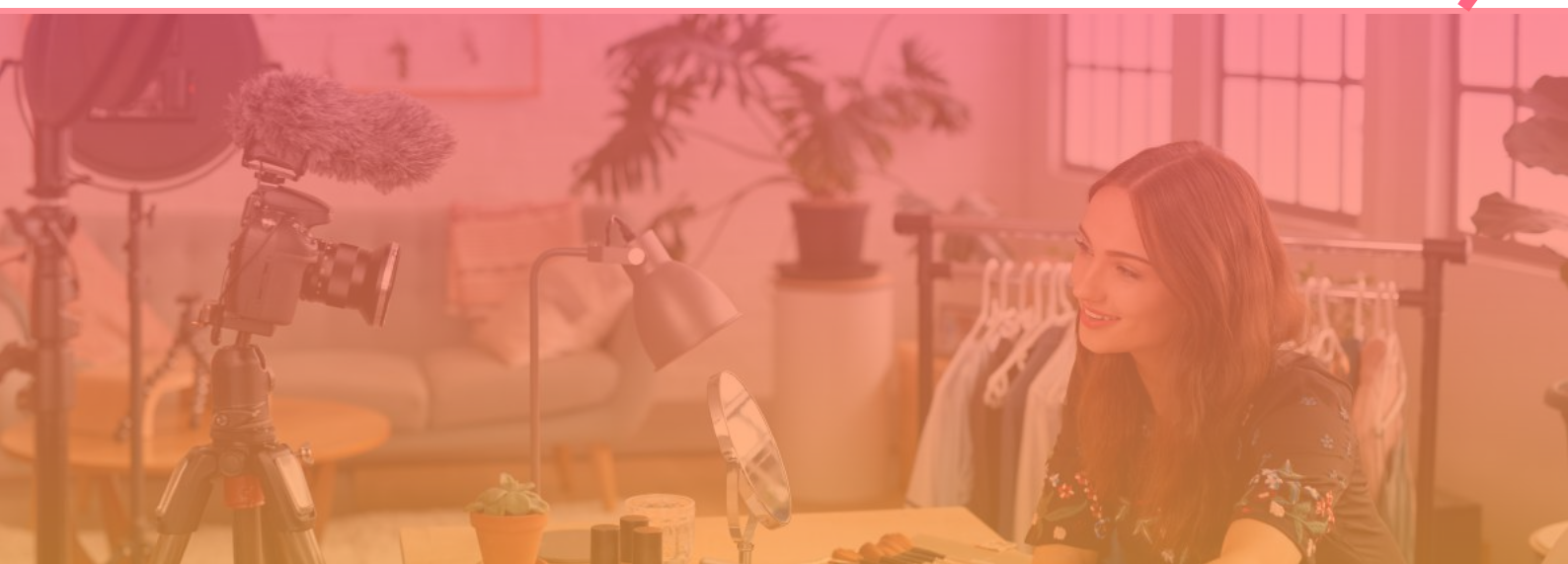
Come creare e vendere corsi online: scegli il formato

Avevamo anticipato che puoi scegliere tra diversi formati per i tuoi corsi: testo, e quindi ebook, slide e presentazioni grafiche, audio e, soprattutto, video, che è sicuramente la modalità più apprezzata, in quanto la più completa e di impatto.

Come creare un ebook, strumenti

Per creare un ebook ti occorrerà un buon programma di scrittura, ad esempio Word della suite di Office. Puoi rendere più accattivante e completo il tuo ebook incorporando anche screen, tabelle, slide e parti grafiche. Per gli screen puoi utilizzare sia il cellulare che il computer, che puoi tagliare ("croppare") con un qualsiasi programma di editing grafico, anche Paint.

Per le slide e parti grafiche del tuo ebook ti consigliamo un software online di semplice utilizzo e gratuito: Canva. Con Canva hai a disposizione moltissime risorse gratuite e template preimpostati che renderanno le tue grafiche accattivanti e professionali anche se non possiedi competenze specifiche.



Come creare un audio corso

Un buon audio corso dovrebbe durare dalle 2 alle 3 ore, con un numero di tracce da 12 a 15, della durata di circa 10-15 minuti ciascuna.

Puoi registrare le tracce con il tuo smartphone, con il microfono del tuo computer o con una comune cuffietta dotata di microfono, quelle che generalmente vengono fornite quando acquisti uno smartphone. Se scegli questa soluzione fai attenzione a non muovere il microfono e a evitare che questo sfregghi contro abiti o altri elementi, per evitare fruscii o rumori fastidiosi. Cerca anche un angolo silenzioso e lontano da rumori esterni. Per un risultato più professionale puoi acquistare un microfono esterno a pochi euro, anche da Amazon ([questo](#) ad esempio costa 10 €).

Per editare i tuoi audio puoi utilizzare **Audacity**, un software gratuito sia per Mac che per Windows. Con Audacity puoi aggiungere effetti, musica ed esportare i file in diversi formati, oltre l'mp3. Puoi tagliare, inserire pause, regolare alti e bassi.



Come creare un video corso

Andiamo infine alla parte clou dell'articolo: creare un video corso. La durata consigliata, anche qui, è di due, tre ore, da suddividere in diversi video della durata dai 3 ai 10 minuti. I vostri video devono avere una buona risoluzione (almeno in HD o 720p, come la maggior parte degli smartphone permette). Registrate in orizzontale e in 16:9, così che i tuoi video siano ottimizzati anche per la visualizzazione da smartphone o tablet.

I formati migliori sono .mp4, .avi e .mov; cerca di non superare il peso di 1,0 GB per ciascun video.

Per registrare al meglio i tuoi video puoi utilizzare la webcam del tuo computer, uno smartphone su un treppiedi, oppure una video camera esterna. Per l'audio invece meglio preferire un microfono esterno, poiché movimenti e lontananza dal microfono potrebbero far uscire un'audio poco chiaro e pulito.

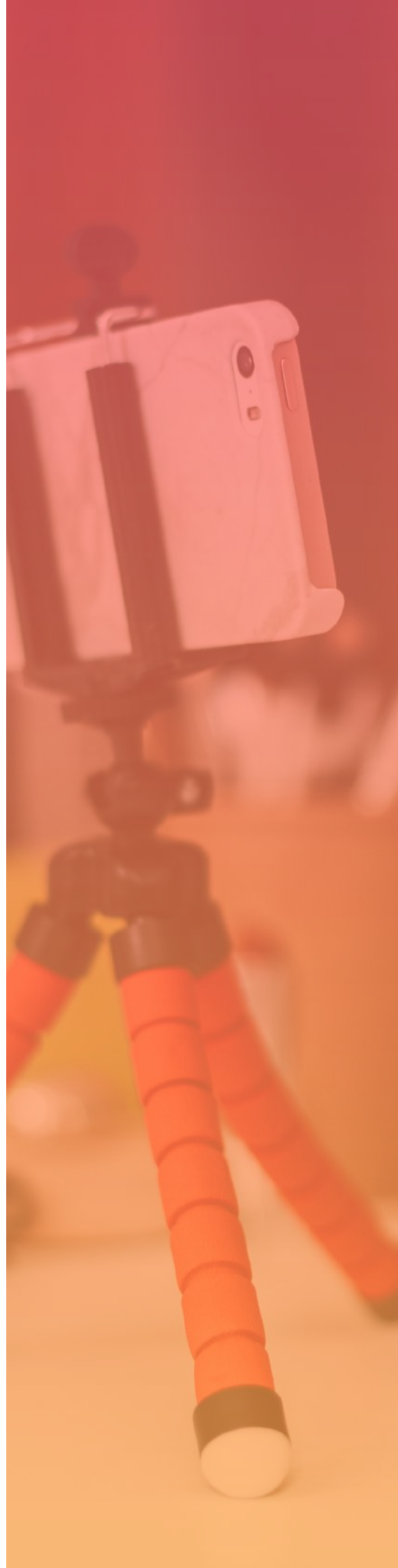
Assicurati di curare l'ambiente dove registri: niente disordine e ambienti inappropriati. Puoi acquistare uno sfondo su Amazon a qualche decina di euro, oppure trovare un angolo della casa che si possa prestare.

Inserisci piante, libri, e fai in modo che non siano visibili alle tue spalle elementi di disturbo. Al limite un lenzuolo bianco ben stirato e senza pieghe andrà benissimo.

Cura anche l'illuminazione: meglio la luce naturale, possibilmente senza la presenza di raggi del sole diretti per evitare ombre sgradevoli. L'ideale sarebbe una grande finestra posta alla tua destra o a sinistra.

L'inquadratura migliore è a mezzo busto, magari seduto alla scrivania o su uno sgabello. Puoi anche stare in piedi, l'importante è che tu ti senta a tuo agio davanti alla telecamera.

Fai in modo che la telecamera sia all'altezza degli occhi o poco più in alto. E ricordati di guardare in camera, per renderti coinvolgente e per creare sintonia con chi ti osserva.



Puoi anche decidere di non apparire in video e di registrare lo schermo del computer, magari mentre illustri con l'audio delle slide o navigando sul computer. Per registrare la schermata del computer puoi utilizzare questi programmi:

- **Quicktime** (Free)
- **Camstudio** (Free)
- **Screencast-O-Matic** (Free)
- **Screencastify** (Free)
- **Camtasia** (Free)
- **ScreenFlow** (a pagamento 129\$)

Per editare i tuoi video, tagliare e incollare, aggiungere effetti o suoni, correggere luminosità e contrasto, puoi anche qui utilizzare diverse risorse rintracciabili in rete, sia free che a pagamento. Eccone alcune free:

- **Lightworks**
- **VideoPad Video Editor**
- **Avidemux**
- **Shotcut**
- **VSDC Free Video Editor**

- **Windows Movie Maker**
- **iMovie**
- **Black Magic**

Conclusioni

Adesso conosci gli strumenti per realizzare i tuoi corsi. Come vedi il web, la tecnologia e il mondo digitale offrono sempre una soluzione a – quasi – tutti i nostri problemi. Basta cercare bene e sapere cosa cercare! Nelle prossime pagine vedremo come rendere lanciare online i tuoi corsi e successivamente approfondiremo nel dettaglio tutti gli strumenti necessari.



Inizia a vendere il tuo corso: come lanciarlo online

Dopo che abbiamo creato i nostri video rimane un ultimo ostacolo: **trovare il miglior canale per vendere corsi online** e renderli fruibili ai nostri clienti.

L'unica risposta è creare un sito che funzioni attraverso un'area membri o iscritti, dove chi viene abilitato dall'amministrazione, dopo aver acquistato i contenuti, possa accedere e visualizzare ciò per cui ha pagato, in questo caso i corsi.

Il sito deve essere gradevole a livello grafico, facilmente navigabile dall'utente (un sito "user friendly"), **responsive** (ovvero correttamente visualizzabile non solo dal desktop ma anche, e soprattutto, dai dispositivi mobili) e presentare i video al meglio, offrendo magari la possibilità di commenti, così che gli alunni possano interagire con i docenti, e anche dei quiz di auto valutazione che gli allievi potranno eseguire dopo le varie sessioni.

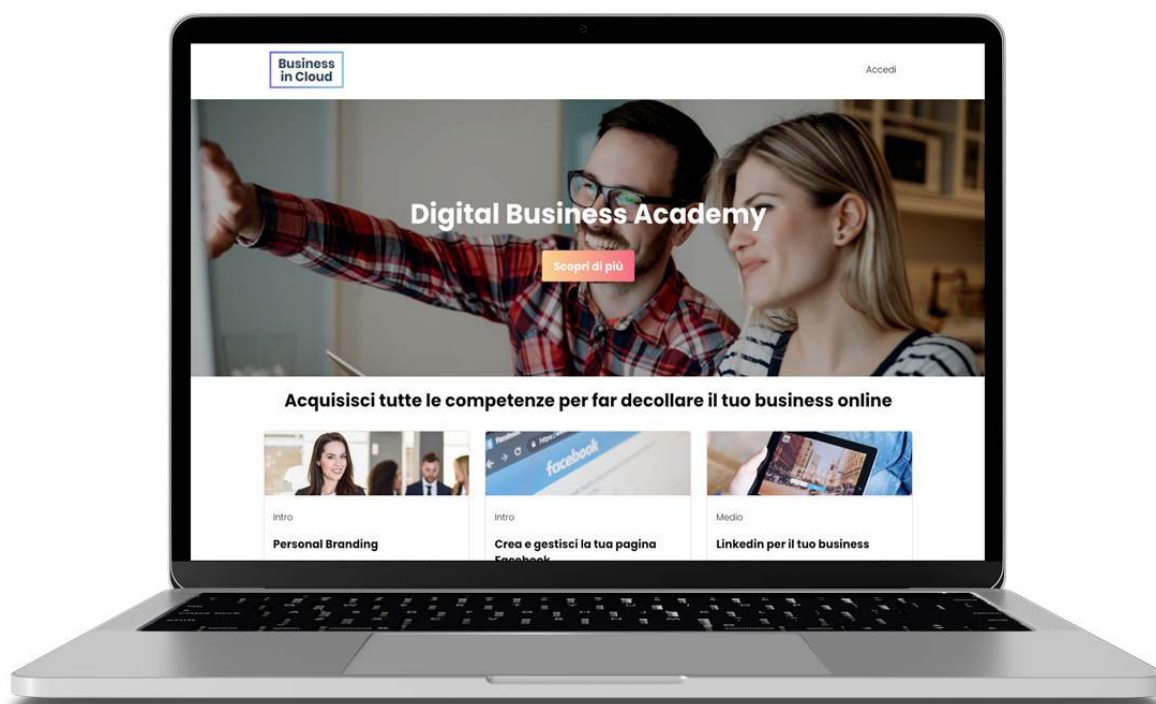
Per creare un sito del genere hai diverse possibilità: rivolgerti a un web master oppure tentare il fai da te. Dovrai imparare a utilizzare WordPress, che è il CMS più utilizzato e diffuso, e riuscire a configurare un template che si presti alle tue esigenze. Sul sito dovrai poi installare dei plug-in per gestire diversi aspetti del sito, ad esempio la possibilità di inserire un'area membri, oppure per configurare i pagamenti, o ancora per gestire le visite e dati importanti di analisi.



Oppure... c'è una terza possibilità. Ma te la diremo tra un po'. Tu rimani concentrato e non perdere il filo del discorso!

Ma come si portano i clienti sul sito?

Dopo che abbiamo confezionato il nostro bel sito, dobbiamo fare in modo che la gente ci trovi. Per promuoverlo possiamo utilizzare diverse vie: gli annunci su Google (Google AdSense), l'ottimizzazione SEO dei contenuti (leggi di più sull'articolo "**SEO copywriting: come scrivere un articolo ottimizzato per i motori di ricerca**") e la divulgazione sui social, anche utilizzando le ADV.



Per chi non ha specifiche competenze in termini di marketing, forse la promozione sui social è la strada migliore: ci sono milioni di utenti su Facebook (ma anche su Instagram), e quindi un numero variabile di possibili clienti. Per intercettare il giusto pubblico possiamo lanciare delle sponsorizzazioni, selezionando un pubblico ristretto di utenti dai profili ben definiti (per saperne di più leggi l'articolo "**Facebook ADS: guida per principianti e trucchi per utenti avanzati**").

E come facciamo ad attirare l'attenzione? **Offrendo dei contenuti gratis che siano di valore** (detti "lead magnet"). Questa strategia ci permetterà di raccogliere contatti: il download in cambio dell'indirizzo email di chi scarica il contenuto. A questo punto si entra nel pieno del marketing, poiché bisogna essere in grado di gestire questo elenco di contatti acquisiti, che dobbiamo far diventare clienti. E come? Attraverso una serie di email automatiche che partiranno con delle cadenze specifiche e studiate ad hoc.

Come trasformare i contatti in clienti

Ok, a questo punto dovremmo avere il nostro sito con i nostri video corsi, e un lead magnet che gira sui social che veicola traffico sul nostro sito web. La gente scarica il contenuto gratis e ci lascia la mail, e pian piano il nostro elenco di contatti aumenta.

Ora dobbiamo aprire un dialogo con quegli utenti, creare una connessione. E il metodo migliore sono le mail. Delle email persuasive, snelle e non noiose, che raccontino in maniera interessante quale sia il nostro prodotto/videocorso e in che modo potrebbe essere loro utile.

Le mail vanno inviate a distanza di diversi giorni l'una dall'altra (non meno di due e non più di sette), per non risultare invadenti ma nemmeno dispersivi. Devono aggirarsi intorno alle 500 parole e non perdersi in giri prolissi che faranno cliccare sul pulsante "cestina".

Per soddisfare queste esigenze ci sono dei servizi di email automatiche e newsletter che permettono la schedulazione e la profilazione dei contatti. Il più famoso è MailChimp, una piattaforma americana che permette l'automazione delle mail e l'email marketing. Molto completa, ma un po' complicata da configurare, soprattutto se non hai molte competenze tecniche. E poi è in inglese.

Offrire un'esperienza soddisfacente a chi sceglie di comprare i nostri video corsi

Ok, ce l'abbiamo fatta: l'email marketing ha prodotto i suoi risultati e la gente sta acquistando i nostri video. Ora dobbiamo offrire loro il miglior servizio possibile, per onorare la fiducia dataci e per favorire un ritorno positivo di feedback, così che le recensioni positive siano un'attrazione per altri potenziali clienti e per favorire il passaparola.

Il nostro lavoro non termina con la vendita: dobbiamo offrire assistenza, supporto, scambio di domande e risposte da parte degli allievi. Inoltre i pagamenti e le fatturazioni devono avvenire in maniera sicura: per questo dovete installare il migliore plug-in di pagamenti e fatturazioni elettroniche.

Dovete diventare un punto di riferimento, in modo che quei clienti acquisiti diventino fidelizzati.

E se non ho tutte queste competenze tecniche, né mi voglio affidare a terzi?

Quello che hai appena letto ti avrà mandato in confusione, e lo credo bene. Per fare le cose al meglio occorrono tante competenze e, spesso, anche tanti soldi.

Per non impazzire appresso a tutte queste necessità oggi in America ci sono delle piattaforme all-in-one che permettono la gestione di tutti questi processi, dalla creazione del sito all'email marketing. Difetti? Sono in inglese e un po' complesse da utilizzare. Le migliori anche piuttosto costose.

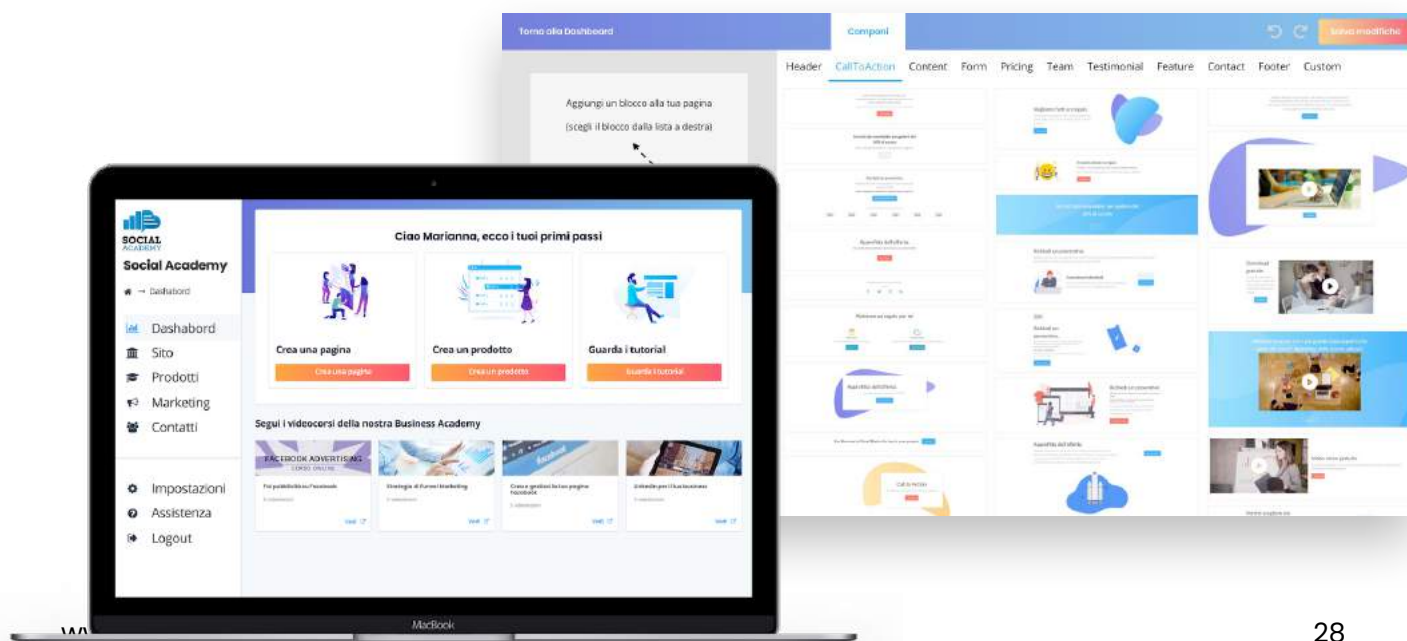
Utilizza una piattaforma tutto in uno per lanciare e far crescere il tuo business online con gli infoprodotti

Ed eccoci finalmente a svelarti la chicca finale: ti racconteremo nel dettaglio **Business in Cloud**, la piattaforma tutta italiana che ti dà ogni strumento che ti occorre per lanciare e gestire il tuo business online.

Come dicevamo sull'articolo precedente, per avviare un business incentrato sui guadagni automatici dati dai video corsi dobbiamo mettere su un sito all'altezza. Non possiamo improvvisare o fare le cose alla meno peggio, dopo tutte le fatiche per confezionare il nostro bel prodotto.

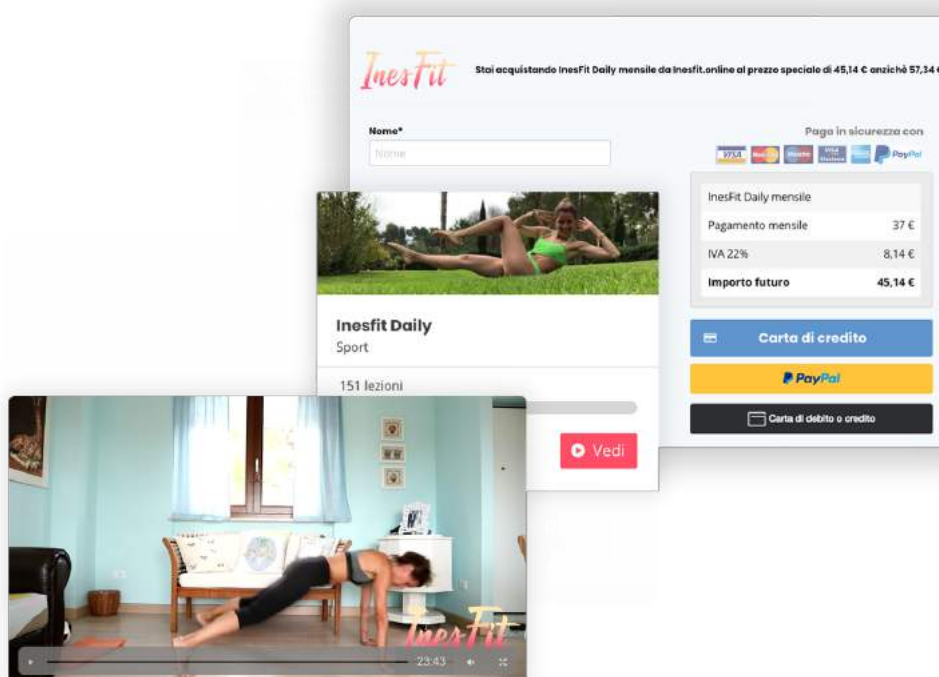
Ci serve un sito leggero, piacevole, facile da navigare. Ma anche sicuro, semplice da gestire, che integri tutti gli strumenti per organizzare le campagne e i clienti. Quindi ti racconteremo di alcune caratteristiche della piattaforma di Business in Cloud che ti aiuteranno a lanciare la tua idea imprenditoriale attraverso la fruizione di video corsi online.

Il punto è questo: puoi usare **Business in Cloud** anche se non sei un tecnico o un esperto, e se riesci ad utilizzare Facebook o se sai inviare un'email, allora sarai perfettamente in grado anche di utilizzare la piattaforma.



Business in Cloud, a differenza di tutti gli altri software e/o piattaforme, è l'unico che:

- è in italiano e ha un'assistenza clienti veloce e tempestiva, sempre in italiano;
- ti permette di avere un unico strumento che ne sostituisce tanti altri;
- è completo, perché ti permette di creare processi automatici di vendita, pagamenti automatici e fatturazioni elettroniche;
- ti guida ad inserire correttamente i tuoi prodotti, che siano prodotti fisici, servizi, libri o ebook, app o software, corsi o eventi online, video corsi o infoprodotti;
- ti permette di distribuire abbonamenti e membership, con pagamenti automatici dei quali tu deciderai la cadenza periodica, con fatturazione elettronica integrata. Gli abbonamenti verranno addebitati a intervalli regolari, e il primo pagamento verrà elaborato immediatamente dopo l'acquisto o al termine del periodo di prova;



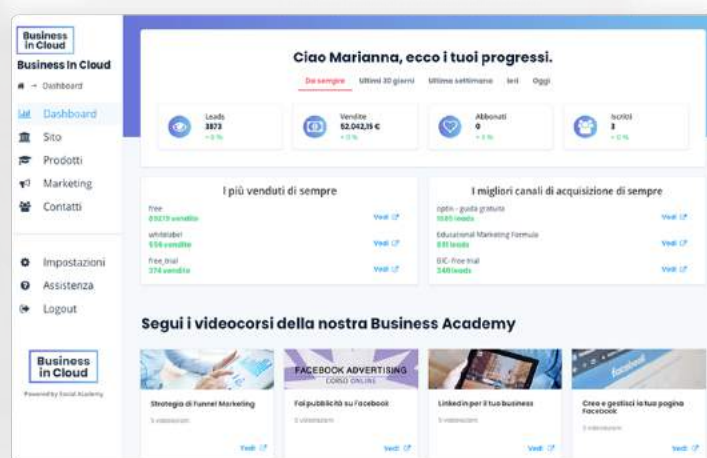
- ti guida alla creazione di campagne mail: sceglierai tu quale azione/ input farà partire la tua sequenza di mail (che sia un download, un acquisto o la compilazione di un form) e con che periodicità;
- creare dei promo code/coupon promozionali e decidere che validità o limiti hanno.



Inoltre, dalla tua dashboard, che permette una personalizzazione del tuo sito a 360° ma ti offre anche dei blocchi preimpostati e pronti, puoi gestire in ogni aspetto la tua clientela e le tue vendite. Ad esempio:

- gestire i lead (contatti) provenienti dalla vendita dei prodotti;
- gestire i lead provenienti dalle tue pagine, magari utenti che compilano form o effettuano download;
- gestire i lead provenienti da Facebook (la piattaforma ti guida ad inserire il pixel di Facebook e ad integrare Facebook ADS);

- creare il tuo sistema di email marketing;
- gestire gli iscritti;
- gestire le affiliazioni.
- gestire gli abbonati



Ma entrando nel dettaglio, per quanto riguarda l'inserimento dei video corsi, le funzionalità sono esclusive e complete, e ti permettono una gestione all'avanguardia dei tuoi allievi e dell'erogazione delle varie lezioni. Puoi:

- decidere dopo quanti giorni sarà possibile visualizzare il video successivo;
- scegliere se abilitare o meno i commenti sotto ai singoli video (funzione utile nel caso in cui i tuoi allievi abbiano domande o considerazioni);
- aggiungere dispense in pdf alla fine di ogni lezione;
- creare dei quiz a risposta multipla per ogni lezione, assegnando un punteggio alle risposte giuste e delle penalità per ogni risposta sbagliata.

Ma il nostro supporto non finisce qui: abbiamo a cuore il tuo successo, perché sarà il nostro successo. Per cui ti diamo la possibilità di **Aumentare la tua visibilità** condividendo i tuoi corsi all'interno del Marketplace di Social Academy, una community che conta oltre 60.000 utenti. Tu crei i contenuti, noi ti portiamo gli studenti.

Ma non finisce qui: Business in Cloud ti aiuta anche a produrre i tuoi video

Dopo aver visto in che modo puoi utilizzare Business in Cloud per vendere e promuovere i tuoi video corsi, vogliamo mostrarti come superare l'ultimo ostacolo che potrebbe bloccarti dall'avviare il tuo business online: non tutti, infatti, siamo in grado di produrre dei video vincenti ed efficaci, ma la buona notizia è che il nostro team ha pensato anche a questo.

Il nostro percorso **Digital Business Accelerator** nasce proprio per supportarti in ogni tuo bisogno, in ogni fase del processo che ti porterà a guadagnare in maniera automatica. Digital Business Accelerator, è l'unico percorso in Italia che ti consente di avviare da zero o rilanciare il tuo business su Internet, con la

garanzia soddisfatto o rimborsato. Ti prendiamo “per mano” e ti seguiamo personalmente fino a quando la tua attività, la tua idea è online e genera profitti.

Ti offriamo i nostri servizi per la progettazione e la realizzazione di un percorso formativo online da proporre ai tuoi clienti nella tua School, da inserire all'interno della piattaforma Business in Cloud e nei canali di Social Academy, attraverso una società di produzione e post produzione esterna.

Cosa otterrai con Digital Business Accelerator:

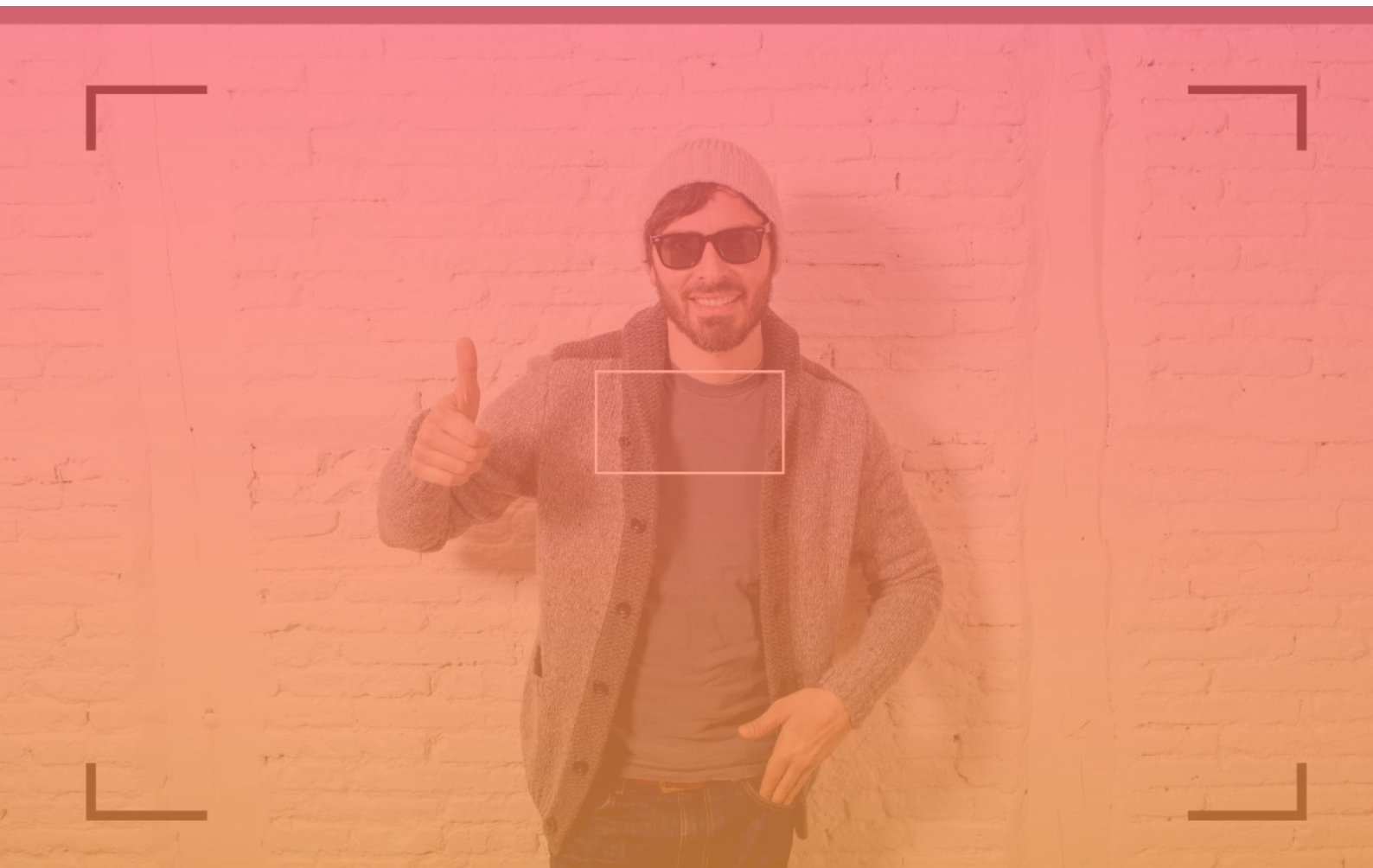
- Una presenza online strategica, capace di posizionarti come il punto di riferimento del tuo settore e di monetizzare le tue conoscenze ed esperienze;
- Dei contenuti e prodotti digitali (infoprodotti come ebook, guide, videocorsi, etc.) capaci di attrarre contatti interessati ai tuoi prodotti e servizi e differenziarti dalla concorrenza;
- Il tuo sistema di marketing e di vendita automatizzato (funnel) che potrai monitorare facilmente da qualsiasi dispositivo e che genererà nuovi clienti ed entrate ricorrenti.



I nostri consigli per registrare un videocorso perfetto in autonomia senza spendere una fortuna

Il formato e le specifiche tecniche:

- **Durata consigliata:** da 3 a 10 minuti (per singolo video)
- **Impostazioni video:** video HD o 720p (la maggior parte degli smartphone e delle videocamere attuali sono in grado di registrare a 720p). Il formato 720p ha una risoluzione 1280×720 e un aspect ratio di 16:9. Queste impostazioni fanno in modo che le tue video lezioni siano ottimizzate anche per i dispositivi mobili.
- **Estensioni video:** .mp4, .mov, .avi
- **Dimensione file video:** max 1,0 GB.



11 passi da seguire per registrare il tuo videocorso

- **Illuminazione:** Siedi vicino a una finestra, siediti con un angolazione giusta per ottenere un buon contrasto. Altrimenti illumina bene la stanza dove farai il video. Fai in modo di ridurre al minimo le ombre.
- **Background:** Allestisci lo sfondo dietro di te, utilizza piante, librerie, mobili, mantenendo comunque un ambiente semplice e pulito. Lo sfondo deve contrastare con il soggetto in primo piano.
- **Inquadratura:** riprenditi a mezzo busto, seduto su uno sgabello, o alla scrivania se devi mostrare le slide o navigare sul computer. Puoi stare in piedi, l'importante è sentirsi a proprio agio
- **Altezza telecamera:** specialmente se utilizzi la webcam del computer, assicurati di posizionare la telecamera all'altezza dei tuoi occhi o leggermente sopra
- **Prenditi il tempo necessario:** avrai bisogno di una giornata intera di riprese (8 ore) per ottenere circa 2 ore di videocorso finito
- **Fatti aiutare:** chiedi ad amici, colleghi o parenti di agire come "producer" ed affiancarti durante la registrazione, consigliarti e stare attento agli errori
- **Guarda sempre in camera:** sono i tuoi "studenti"! Guardando direttamente nell'obiettivo, sarà più coinvolgente per il tuo pubblico.
- **Controlla il linguaggio del corpo:** puoi muovere le mani facendo attenzione a non portarle davanti al viso, mantieni una postura rilassata e non impacciata, fatti controllare dal tuo "producer" mentre registri

- **Fai molte pause:** ricordati della magia della post-produzione! Non c'è bisogno di registrare tutto il videocorso interamente senza mai sbagliare. Prenditi le tue pause, se sbagli qualche parola o perdi il filo del discorso non preoccuparti, fermati, prendi fiato e riparti da dove eri rimasto.
In fase di editing sarà possibile tagliare facilmente tutti i ciack sbagliati.
- **Sii coinvolgente:** Non avere paura a dimostrare passione per l'argomento trattato, anzi questo affascinerà lo studente e renderà il tuo corso accattivante. Usa "io" e "tu" invece di "noi": utilizza un linguaggio che si riferisce direttamente a te stesso e allo studente, piuttosto che parlare in generale. Questo piccolo dettaglio crea un filo diretto con gli studenti che si sentiranno maggiormente coinvolti.
- **Introduci l'argomento:** all'inizio del video introduci sempre ciò che andrai a raccontare nella tua lezione, e concludi invogliando chi ti segue anticipando i temi della lezione successiva o invitandolo ad approfondire l'intero percorso

Gli strumenti più utili e semplici da utilizzare senza nessuna competenza tecnica:

Per registrare il tuo **videocorso** puoi utilizzare diversi strumenti.

La maggior parte degli **smartphone** e dei **computer** hanno una telecamera di buona qualità.

Assicurati di fissarli su una superficie stabile, utilizza un trepiedi se usi lo smartphone.

Evita movimenti bruschi se devi riprendere ambienti, strumenti, altre persone, per iniziare è sempre meglio procedere con riprese fisse.

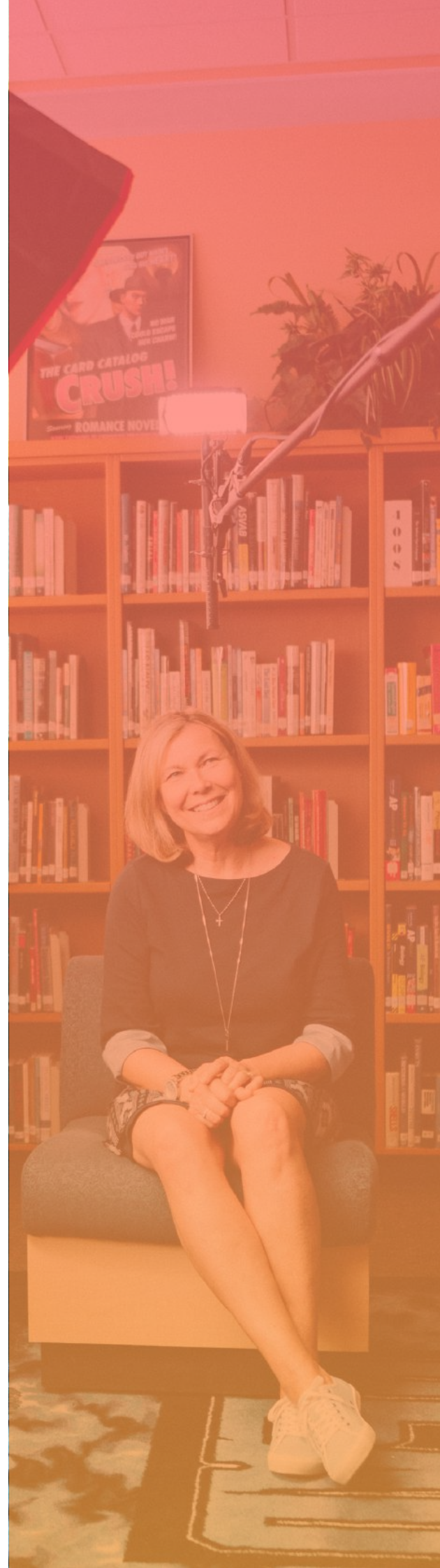
Se non vuoi apparire nel tuo videocorso puoi registrare il tuo **schermo**, le slide che hai preparato con testi e immagini.

Ti consigliamo di utilizzare un **microfono esterno**, di seguito alcuni strumenti di qualità molto utili per la produzione.

Tool per lo screen recording

Puoi realizzare il tuo videocorso registrando la schermata del tuo computer, mostrando le tue slide o navigando in internet. Qui di seguito alcuni programmi per registrare facilmente lo schermo del tuo computer:

- **Quicktime** (Free) - [Guarda online](#)
- **Camstudio** (Free) - [Guarda online](#)
- **Screencast-O-Matic** (Freemium) - [Guarda online](#)
- **Screencastify** (Freemium) - [Guarda online](#)
- **Camtasia** (Freemium) - [Guarda online](#)
- **ScreenFlow** (a pagamento 129\$) - [Guarda online](#)



Microfoni

Puoi utilizzare semplicemente il microfono del tuo computer o le cuffiette che utilizzi per ascoltare la musica e parlare al telefono purché siano dotate di microfono. Fai attenzione ai rumori esterni mentre registri e se utilizzi le cuffie fai attenzione a non muoverle per evitare rumori fastidiosi. L'ideale è utilizzare un microfono esterno, si possono acquistare anche su Amazon a poco prezzo, di seguito una lista:

- **Polisen OLM-10 Lavalier** - [Vedi online](#)
- **Rode smartLav+ Microfono Lavalier** - [Vedi online](#)
- **Blue Microphones Snowball iCE** - [Vedi online](#)
- **Blue Microphones Yeti** - [Vedi online](#)



Webcam

Queste webcam sono strumenti plug&play: le colleghi e non hai bisogno di nulla. La maggior parte sono compatibili sia con Windows che con los (Mac).

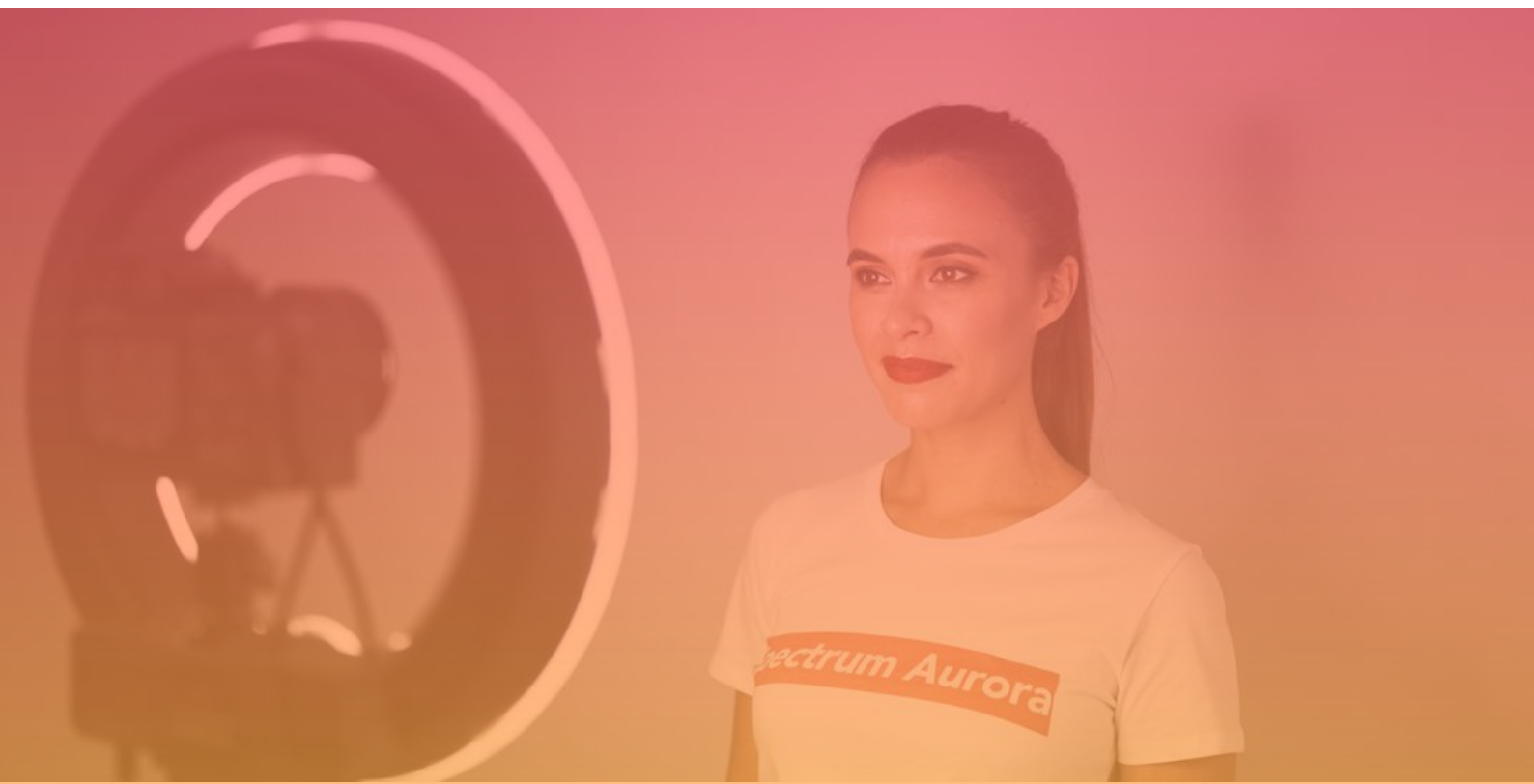
- **Logitech C920 HD Pro** - [Guarda online](#)
- **Logitech C270 Webcam HD** - [Guarda online](#)
- **AUKEY Webcam 1080P Full HD** - [Guarda online](#)



Luci

L'aspetto più sottovalutato nelle riprese per video amatoriali è la luce. Troppa luce o troppo poca luce non porta a buoni risultati. Ecco alcuni consigli. Con gli ombrelli si può raggiungere un ottimo livello. Il pannello LED è consigliato per riprese in campo ravvicinato. Una ring light è ottima, la forma ad anello consente di evitare ombre ed inoltre sarà possibile posizionare la camera nel mezzo dell'anello, il punto migliore per le riprese. Queste luci garantiscono un risultato ottimale, si può comunque registrare con luce naturale, ma assicurandosi di posizionarsi bene evitando strane ombre ed effetti.

- **Ring Light Luce ad Anello LED** - [Guarda online](#)
- **Ring Light Luce ad Anello LED** - [Guarda online](#)
- **Yongnuo YN300 Air Pro Video** - [Guarda online](#)



Social Academy è una startup innovativa del settore Education & Advertising Technology, basata nell'acceleratore Luiss Enlabs di Roma e finanziata dai fondi Lazio Innova SpA ed LVenture Group SpA. Social Academy aiuta aziende e professionisti ad accelerare i processi di acquisizione e engagement dei clienti attraverso l'Educational Marketing.

Offre una piattaforma in cloud "tutto-in-uno", **Business in Cloud**, per creare la propria brand academy, pubblicare videocorsi, ottimizzare il marketing e il customer care.

Attraverso il suo Marketplace e gli Skillgames aiuta inoltre aziende e professionisti a promuovere le loro academies e videocorsi.

Join The Education Revolution

**Business
in Cloud**

Lancia il tuo videocorso con Business in Cloud

Guarda la demo della piattaforma

Prenota una consulenza

POWERED BY

