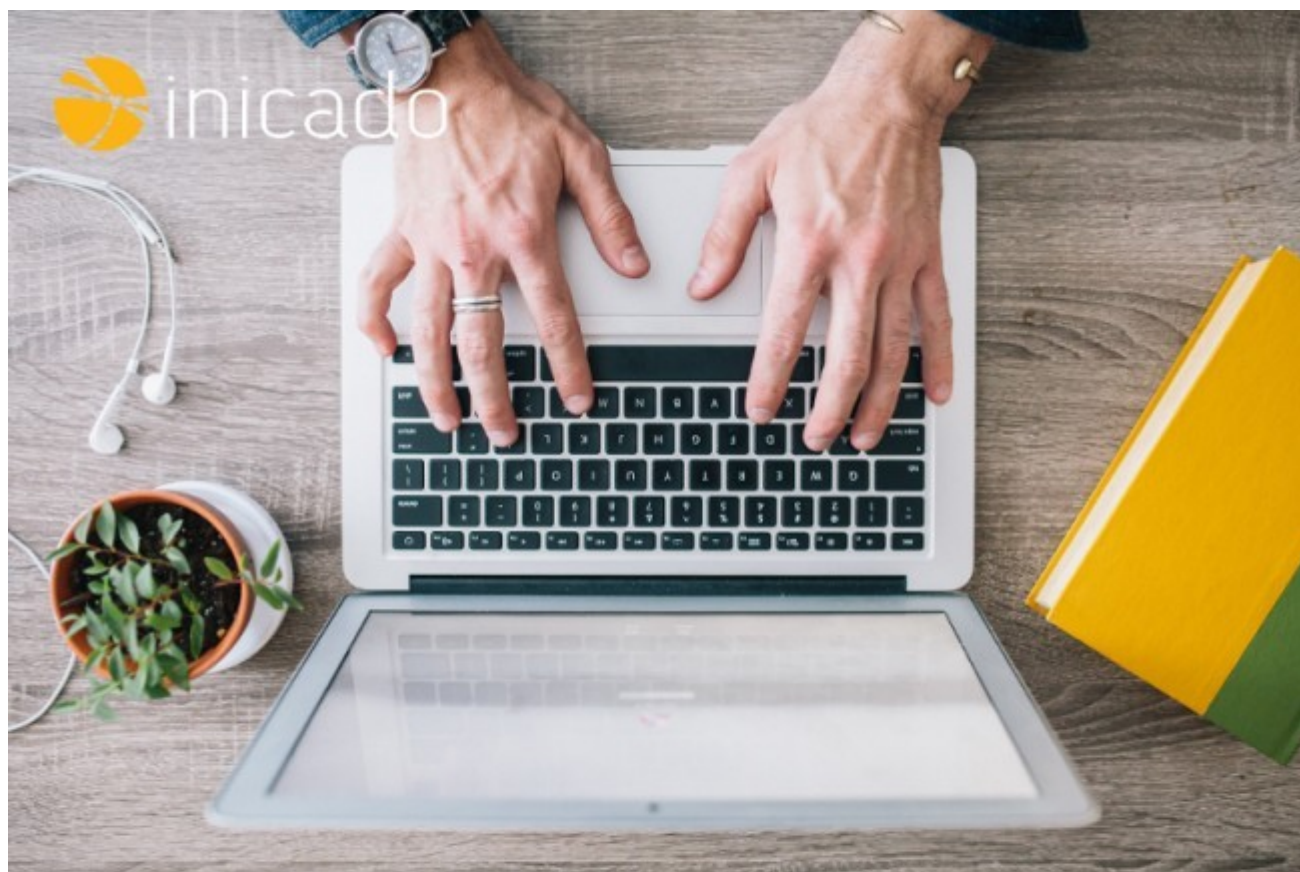


## 5 porad jak promować szkolenia w sieci

W ostatnich latach firmy szkoleniowe i indywidualni trenerzy mocno zarysowali swoją obecność w Internecie.



INNOWACYJNA GOSPODARKA  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Działanie 8.1. Dotacje na Innowacje - Inwestujemy w Waszą przyszłość

Klienci bardzo często wybierają kursy i szkolenia na podstawie informacji znalezionych w sieci. Świadomi tego konkurenci przeznaczają coraz większe środki na marketing internetowy. Jeżeli w odpowiedni sposób nie zagospodarujecie tej sfery komunikacji możemy szybko wypaść z rynku. Jak to zrobić? Mamy dla was kilka porad.

### Klienci nie ufają tradycyjnej reklamie

Przekaz o charakterze wyłącznie promocyjnym nie skłoni nikogo do skorzystania z waszej oferty. Klienci coraz częściej ignorują tradycyjne formy reklamy, wybierając szkolenia na podstawie opinii znalezionych w **mediach społecznościowych**, a także w **wyszukiwarkach i porównywarkach usług**. Kilka słów napisanych naprędce przez zadowolonego z waszych usług kursanta może przynieść większe korzyści niż artykuł sponsorowany w poczytnej gazecie, budzi bowiem większe zaufanie. Chcecie wykorzystać dobre opinie dotychczasowych klientów do pozyskania nowych i budowania pozytywnego wizerunku firmy? **Bądźcie aktywni na tego typu portalach.**

## Pamiętajcie, Internet nie kończy się na Facebooku

Zdecydowaliście się na promocję swoich szkoleń w mediach społecznościowych? Świetnie! Pamiętajcie jednak, że nie należy ograniczać się do prowadzenia profilu na Facebooku. Obecnie coraz większą popularność zyskują portale biznesowe. LinkedIn przestał być giełdą ofert pracy i stał się przestrzenią, umożliwiającą nawiązanie wartościowych kontaktów biznesowych. Dynamicznie rośnie liczba użytkowników Twittera, a boom na video marketing sprzyja coraz większej popularności portalu YouTube.

## Przyszłość należy do komunikacji wielokanałowej

Obecność w mediach społecznościowych jest ważną składową skutecznego marketingu internetowego. Nie gwarantuje jednak sukcesu. Konieczne jest **prowadzenie komunikacji za pomocą kilku kanałów**. Reklama w wyszukiwarkach, e- PR, e-mail marketing – możliwości jest naprawdę dużo. Przy wyborze kanałów komunikacji pamiętajcie, że w dzisiejszych czasach granice między nimi praktycznie się zatarły, powinniście zatem dążyć do stworzenia i wdrażania jednej spójnej strategii marketingowej.

## Najważniejsze, aby klient was polubił

Silna konkurencja na rynku szkoleniowym sprawia, że coraz trudniej wybić się ze swoim produktem. Poszczególne kursy i szkolenia z pozoru niczym się od siebie nie różnią. Na decyzję Klienta ma zatem wpływ wartość dodana usługi, czyli różnego rodzaju czynniki psychologiczne, takie jak sympatia czy zaufanie do danej marki. Innymi słowy, aby coś sprzedać trzeba sprawić, aby Klient nas polubił, zbudować z nim więź. Taką możliwość daje **personalizowany przekaz marketingowy**. Indywidualnie dobrane treści i propozycje są bardziej skuteczne niż komunikacja skierowana do wszystkich. Pamiętajcie, nikt nie lubi być traktowany instrumentalnie, a klient doskonale zna swoją wartość. Trzeba się postarać, aby zaskarbić sobie jego zainteresowanie.

## Lepiej być doradcą niż sprzedawcą

Pomoże w tym **content marketing**, czyli tworzenie wartościowych treści, dostarczających klientom użytecznych informacji. Powstrzymajcie się od sprzedawania, zostańcie doradcami, źródłem fachowej wiedzy. Możecie wykorzystać do tego własny blog, zamieszczać treści na innych portalach, wysyłać newslettery, publikować raporty i case study. Jeśli przekonacie klienta, że zależy wam na zaspokojeniu jego potrzeb i zdobyciu jego zaufania, sam zechce skorzystać z waszych szkoleń. Publikowanie przez was wartościowych materiałów doceni też Google – dzięki temu poprawi się pozycjonowanie waszej marki w wyszukiwarce.

## Od czego zacząć?

Czujecie się przytłoczeni zakresem czekających was działań? Zastosujcie metodę małych kroczków. Załóżcie profile w mediach społecznościowych. Zarejestrujcie się na kilku portalach, publikujących oferty szkoleń i skorzystajcie z oferowanych przez nie form promocji. Stwórzcie ciekawy artykuł poradnikowy i opublikujcie go w Internecie, a jeśli będziecie potrzebowali wsparcia, zajrzyjcie na [Inicado.pl](http://Inicado.pl), pomożemy wam!

**Inicado.pl to platforma dla firm, szkół oraz trenerów oferujących usługi szkoleniowe. Portal umożliwia publikację ofert kursów i szkoleń wraz z ich bezpłatną promocją w mediach społecznościowych, newsletterze oraz za pośrednictwem marketingu szeptanego. Użytkownicy mogą ponadto stworzyć wizytówkę swojej firmy, dodawać referencje i zbierać pozytywne opinie zadowolonych klientów. Inicado.pl umożliwia im ponadto bezpłatną publikację artykułów poradnikowych w bazie wiedzy, a także otrzymywanie zapytań ofertowych od działów HR i innych firm szkoleniowych, zainteresowanych organizacją dedykowanych kursów. Zapraszamy na [www.inicado.pl](http://www.inicado.pl).**

---

Autor: Inicado.pl

Artykuł pobrano ze strony [eioba.pl](http://eioba.pl)