

Corsi di formazione: ecco come riconoscere quelli FUFFA!

Per molti, se non per tutti, l'inizio del nuovo anno corrisponde ad una serie di bilanci ed analisi che inevitabilmente portano alla stesura di una lista più o meno lunga di buoni propositi.

Tra le prime voci che sicuramente tutti i professionisti del marketing inseriscono è quella, più importante per qualificarsi, della **FORMAZIONE**.

Storytelling, content marketing, lead generation sono solo alcuni dei nuovi nomi di corsi di formazione che negli anni si sono susseguiti nelle nostre caselle di posta elettronica. **Per non parlare dei tanto ammirati guru del marketing che sbucano alla velocità della luce** e che sono pronti a condividere con il mondo tutti i loro segreti.

Promesse di fama e successo sono dietro l'angolo, basta scaricare un ebook, un corso social o la guida che ti cambierà la vita. E tutto questo per pochi euro.

Bene quando vedete uno di questi annunci, ascoltate il mio consiglio, scappate alla velocità della luce... perché è solo FUFFA!

Lasciatemi passare questo termine (che forse non esiste) ma è quello giusto per indicare quello che vogliono e cercano di venderci ogni giorno, in attesa che qualche malcapitato abocchi alla fregatura dell'anno.

Attenzione non vi sto dicendo che la formazione non sia importante, anzi al contrario, per chi fa il nostro mestiere, e che quindi si trova a dover operare in un contesto che cambia alla velocità della luce, **la formazione non solo è importante è vitale**. Ma bisogna **saper scegliere e non farsi ingannare**, non per una mera questione economica, ma per non perdere il proprio tempo.

Scopri il nuovo numero > Il futuro è aperto

Un vero guru del marketing, ma ancor di più della vita, una volta mi ha detto che anche il mio tempo è importante e che quindi doveva essere impegnato nel modo migliore, altrimenti anche quella poteva essere considerata una perdita economica.

Acquistare un corso a pochi euro, certo non vi farà diventare poveri e non ammazzerà il vostro conto in banca, ma alla fine cosa sperate di imparare? Assolutamente nulla! E quel nulla non ha comportato una perdita del vostro tempo e per di più con le stesse conoscenze di quando avete iniziato?

Chi non opera in modo serio, ovvero i "falsi guru", sono coloro che copiano le tecniche di marketing da paesi stranieri, effettuandone una semplice traduzione senza prima averli provati. Se lo noti, molti di loro non hanno delle prove tangibili di quello che dicono. Non fanno vedere dati o recensioni, non c'è alcun riscontro in ciò che affermano. Ogni operazione di marketing richiede una conoscenza della rete molto profonda e mai superficiale. **Il vero guru, organizza corsi di formazione trasparenti, calibrati sul grado di conoscenza delle persone che vi partecipano**. E soprattutto non sono GRATIS.

3 sono le cose che potete analizzare prima di cliccare sul tasto acquista:

1. Accertatevi dei contenuti. Prima di acquistare un corso, siate sicuri di quali argomenti tratterà. Solo così potete capire se è davvero un corso serio e quindi strutturato. La trasparenza dei contenuti fa sì che il cliente finale possa sapere se realmente quel corso fa al caso suo, gli argomenti che tratterà ed infine il tempo che vi dovrà dedicare.

2. Fai una ricerca su Google e trova le recensioni di persone che si sono imbattute nel tuo stesso corso. Sui canali social di solito ci sono tracce di chi ha già frequentato un corso, magari puoi lasciare un appello sui tuoi canali per avere opinioni da chi ti segue. Se vi sono dei nomi altisonanti tra i partecipanti prova a contattarli o a guardare la loro storia, capirai se sono reali oppure no.

3. La formazione non è gratis. A tutti sarà capitato di dover andare a ripetizione durante l'anno scolastico. Quelle lezioni le avete pagate e più si andava avanti negli anni, i gradi della scuola aumentavano e anche i professori cambiavano la loro tariffa. Perché per i docenti di marketing non dovrebbe essere lo stesso?

Diffidate da corsi che costano pochi euro e da quelli addirittura gratis. Vi faranno perdere solo del tempo e quella sì che sarà una vera perdita economica e non solo!

Ti è piaciuto? Cosa ne pensi? Faccelo sapere nei commenti. Rispondiamo sempre.

Resta aggiornato sulle nostre pubblicazioni e sulle ultime novità dal mondo del marketing e della comunicazione.



Nome

Cognome

Email *

Consenso **Consentisci di usare i tuoi dati**

Qui, se vuoi, puoi consultare la nostra [Privacy Policy](#)

[Iscriviti alla newsletter](#)