

ESEMPIO DI CREAZIONE DI INTERESSE PER IL PROPRIO ENTE DI FORMAZIONE SUI SOCIAL MEDIA

Il terzo esempio è quello del Laboratorio delle lingue, una scuola di lingue con sede a Lecco. È un esempio efficace di promozione su Instagram perché lo fa in modo informale, utilizzando contenuti, linguaggio e stile grafico accattivanti.



Accedendo al profilo del Laboratorio delle lingue, si trova un feed equilibrato sia nello stile grafico che nei contenuti.
Da notare, inoltre, che il colore principale è quello del logo della scuola: conferisce al feed una forte identità.

I caratteri utilizzati sono accattivanti e il feed è eterogeneo in termini di contenuti, il che lo rende piacevole da guardare. I post sono curiosi e divertenti.



1



2

3

4

1 Nel presentare le novità della propria offerta, Laboratorio delle lingue utilizza domande dirette, che risultano coinvolgenti e accattivanti per il lettore.

2 Tra i contenuti troviamo filastrocche e canzoni. Il Laboratorio delle lingue dichiara di utilizzare spesso questo tipo di contenuti, soprattutto per l'insegnamento ai bambini. Sono particolarmente efficaci perché permettono di imparare nuove parole, modi di dire e di migliorare la pronuncia allo stesso tempo... il tutto in modo divertente!

3 Gli insegnanti si presentano personalmente in brevi video. Questo crea empatia e i potenziali studenti potrebbero essere più motivati a scegliere la scuola perché sentono di avere già un legame con l'insegnante.

4 Gli scioglilingua rappresentano un altro tipo di contenuto: facile, accattivante e utile. Si possono sia leggere che ascoltare.

Altri esempi di questo tipo di post sui social media

