Дмитрий Батухтин

Как создать онлайн-школу

Быстро и без денег

Приветствую вас на страницах этой небольшой книги!

Здесь всего 48 страниц.

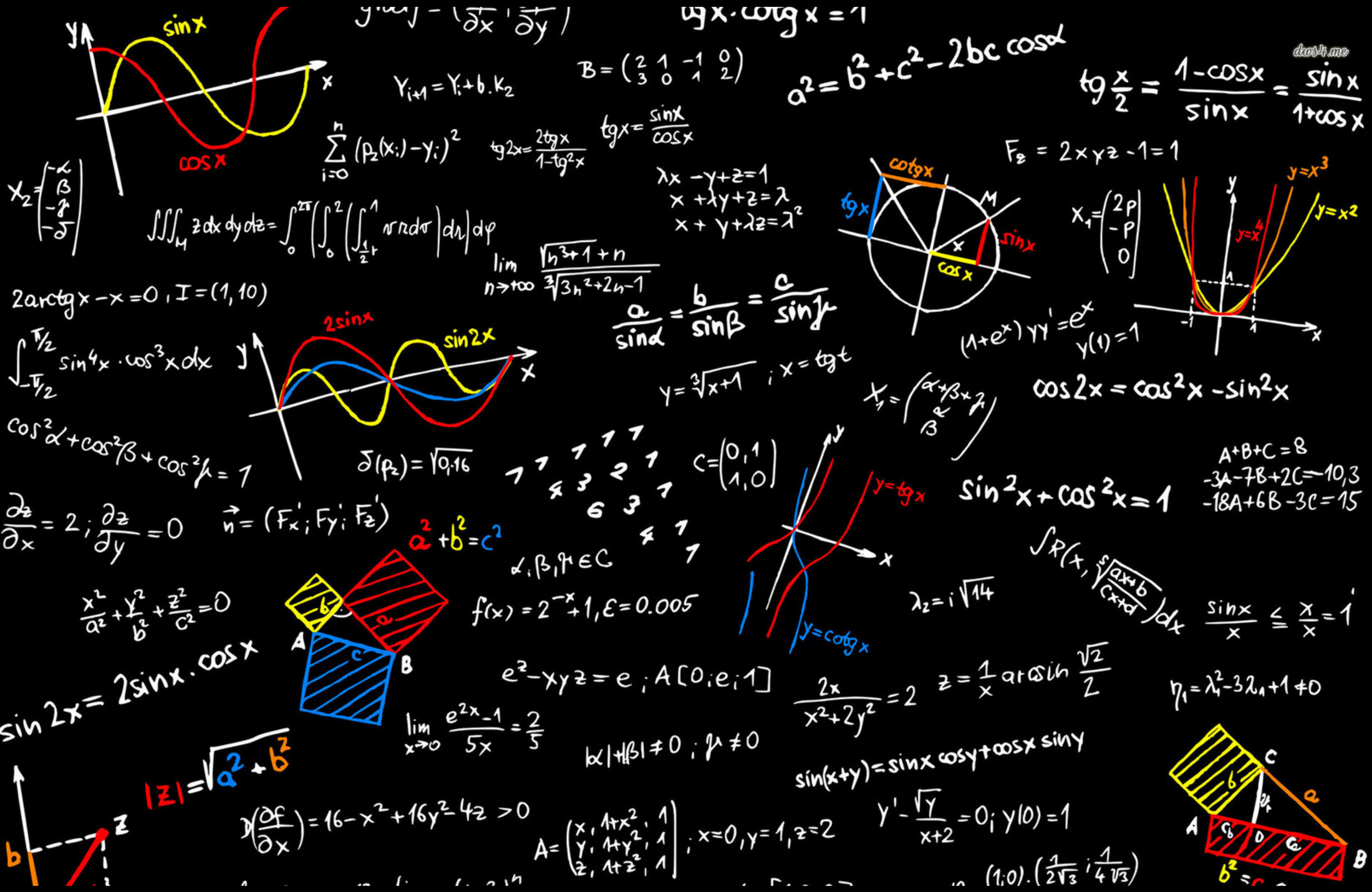
Она такая по объему потому что здесь нет пустых слов или ненужной информации.

Прочитав эту книгу, вы сможете освоить правильный алгоритм создания онлайн-школы и применить его в своем проекте.

Также вас ждет несколько инсайтов.

Полезного чтения!

Как вы видите процесс создания онлайн-школы



Как на самом деле

1 → 2 → 3

ПОЗВОЛЬТЕ ПРЕДСТАВИТЬСЯ

Меня зовут Дмитрий Батухтин.

- ❖ Владелец 4-х онлайн-школ, в которых я являюсь и продюсером и автором.

- ❖ Создал 14 онлайн-школ под заказ. Мои клиенты суммарно заработали более 5 млн. рублей.

- ❖ Я автор книги «Первый год в онлайн-бизнесе». Сейчас она в стадии доработки и скоро выйдет в свет.

- ❖ Постоянно создаю новые онлайн-школы.



Кстати, это я.

Любая онлайн-школа – это бизнес-механизм. Если вы собираете механизм неправильно, что-то меняете местами или пропускаете, то к положительному результату точно не придете.

Нельзя нарушать последовательность шагов при его создании.

Сам алгоритм состоит из 5 шагов. Его придерживаются все профессиональные продюсеры онлайн-школ.

Вот он:

1. Выбор ниши
2. Составление оффера
3. Создание продающей части
4. Запись курса
5. Масштабирование

Придерживайтесь его и вы. Тогда успех сам найдет вас.

Онлайн-школу надо делать так,
чтобы кроме вас кто-нибудь еще
захотел в ней учиться

Из инструкции по созданию онлайн-школ

Шаг №1

Выбор ниши

Прежде, чем создавать онлайн-школу, нужно понять, на какой сегмент рынка мы будем ориентироваться.

В каждом из этих сегментов покупатели интересуются разными товарами и услугами.

Существует четыре большие ниши, в которых всегда продаются, продавались и будут продаваться. В них огромный объем потенциальных покупателей и денег.

Поэтому я рекомендую ориентироваться на эти ниши.

Первая и самая большая это ниша заработка денег. В ней люди интересуются всем, что связано с получением дохода. Это освоение новой профессии, построение бизнеса, инвестирование, обучение навыкам, позволяющим повысить доход.

Вторая по значимости это ниша здоровья. Здесь люди интересуются всем, что связано с улучшением физического и психического здоровья. А также сюда можно отнести темы красоты, омоложения, развития детей.

Третья ниша – отношения. Как найти вторую половинку, как наладить взаимодействие в браке, между членами семьи.

Четвертая ниша – творчество. Здесь людям интересно все, что связано с созданием каких-либо изделий своими руками. Как написать картину, сшить игрушку ребенку, собрать красивый элемент декора.

Нишу нужно выбрать обязательно. И лучше только одну.

Например, вы специалист по эзотерике и понимаете, что пройдя обучение у вас, клиент сможет создать семью, зарабатывать больше и стать моложе.

Выберите одну нишу, к которой у вас «лежит душа» и вам она больше всего интересна. Сконцентрируйте усилия именно на ней.

Например, если вы выбрали нишу денег, то сузьте ваше предложение до такого: «с помощью вашего обучения клиент станет зарабатывать больше».

Не распыляйтесь на не сколько ниш в начале вашего пути.

Деньги

Здоровье

Отношения

Творчество

После того, как вы выбрали нишу, нужно выбрать целевую аудиторию (*ца*).

К сожалению, нельзя сделать онлайн-школу интересную всем людям на свете, так как у разных людей разные интересы. Иногда противоположные.

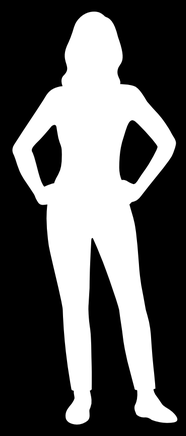
Если вы не разберетесь в своей ца, то не сможете понять как вызвать внимание человека к вашему продукту и у вас не будет продаж. Поэтому все успешные онлайн-школы выбирают одну ца и работают только с ней.

Глобально, целевых аудиторий три: женщины, мужчины, мамы.

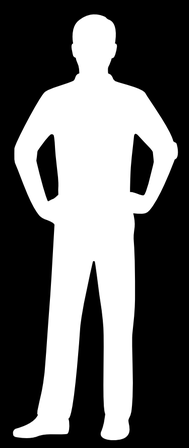
Женщинам и мамам интересны все четыре ниши. А вот мужчинам интересны только ниши денег и здоровья. Конечно, они могут интересоваться и другими нишами, но покупают там очень редко.

Чтобы точно определить свою ца воспользуйтесь приложением №1

Выбор целевой аудитории



Отношения
Здоровье
Деньги
Творчество



Деньги
Здоровье



Здоровье
Отношения
Творчество
Деньги

Шаг №2

Составление оффера

Оффер – предложение вашей услуги, сформулированное в потребностях целевой аудитории.

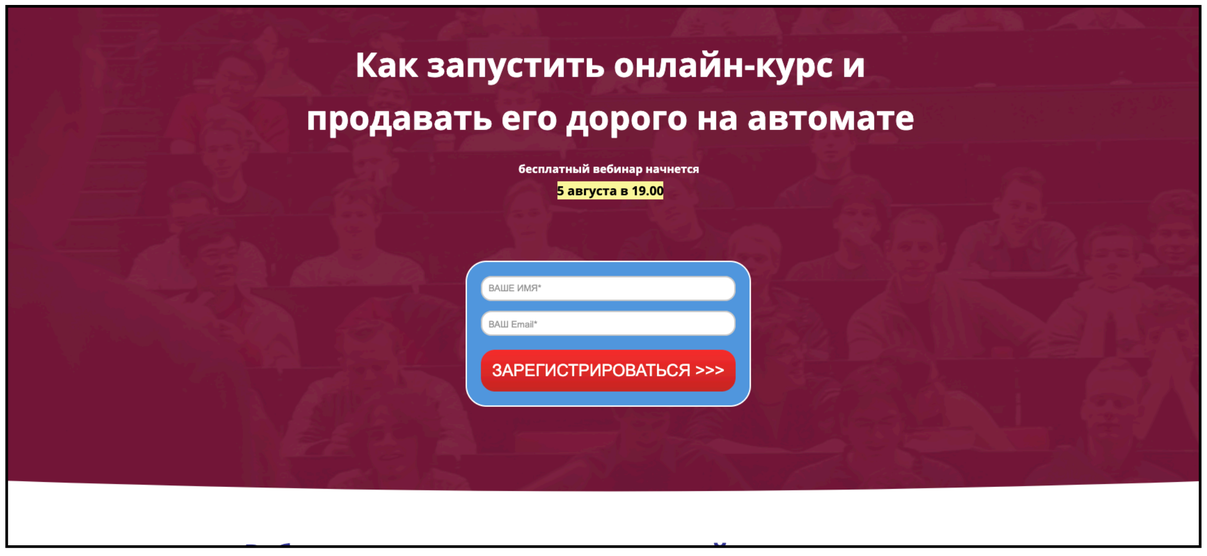
Именно оффер является мостиком, который связывает ваш бизнес с потенциальным клиентом.

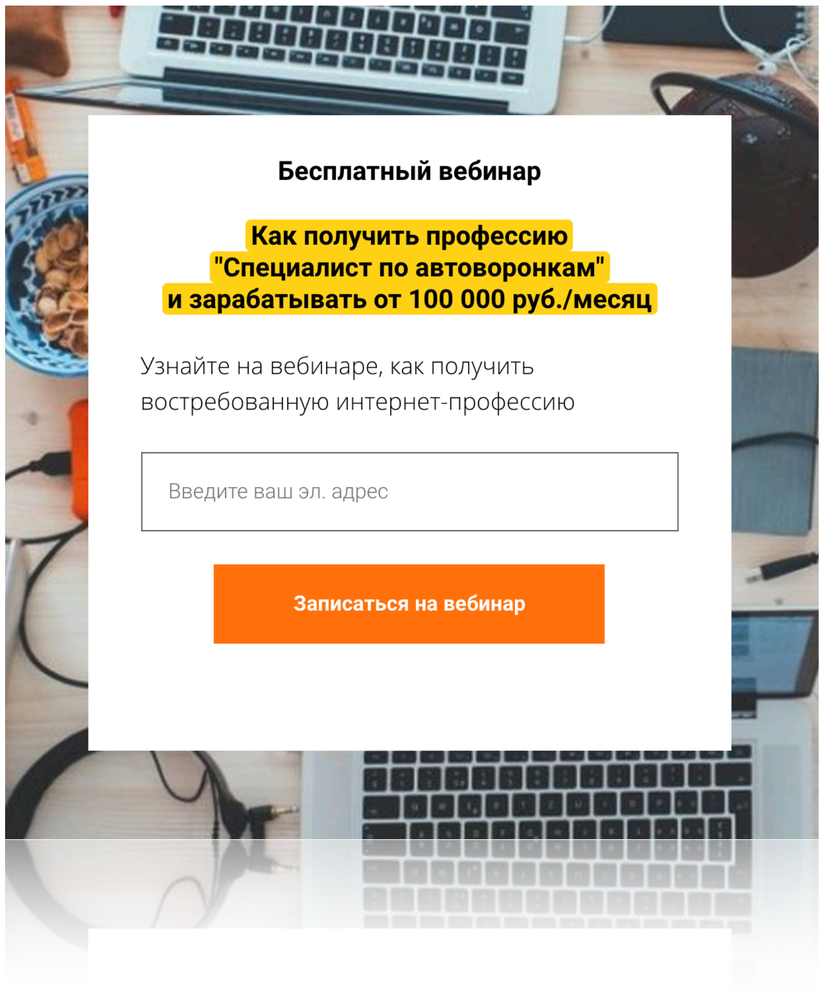
Именно оффер человек видит первым при знакомстве с вашей онлайн-школой.

Когда человек видит его, то мгновенно принимает решение, будет ли он тратить свое время на более детальное изучение вашей услуги или нет.

Если ваш оффер сделан правильно, то он будет цеплять. И тогда ваша онлайн-школа будет расти. Ею начнут интересоваться, записываться на ваши марафоны, вебинары, покупать курсы и т.д

Обычно офферы мы видим на заголовках лендингов, групп, в постах.





Существуют определенные критерии составления оффера:

Конкретный – это значит должны быть какие-то цифры, сроки и информация, которая не вызывает двоякого толкования.

Понятный – должен быть написан понятным языком, без терминов и сложных фраз.

Интересный для ЦА – это значит, что он должен быть сформулирован для ее потребностей.

Честный – не нужно придумывать в оффере то, что вы реально не можете дать. Это чревато тем, что ваши ученики и клиенты могут предъявить претензии и даже подать в суд.

Классическая формула оффера выглядит так:

Как <u>целевой аудитории</u> получить <u>результат в нише</u> и решить важную потребность

Вот примеры хороших офферов:

<u>Как маме в декрете начать зарабатывать от 30 тыс. удаленно и иметь свободное время.</u>

Здесь «мама в декрете» - это ЦА, «зарабатывать от 30 тыс. удаленно» - это ниша денег, «иметь свободное время» - важная потребность.

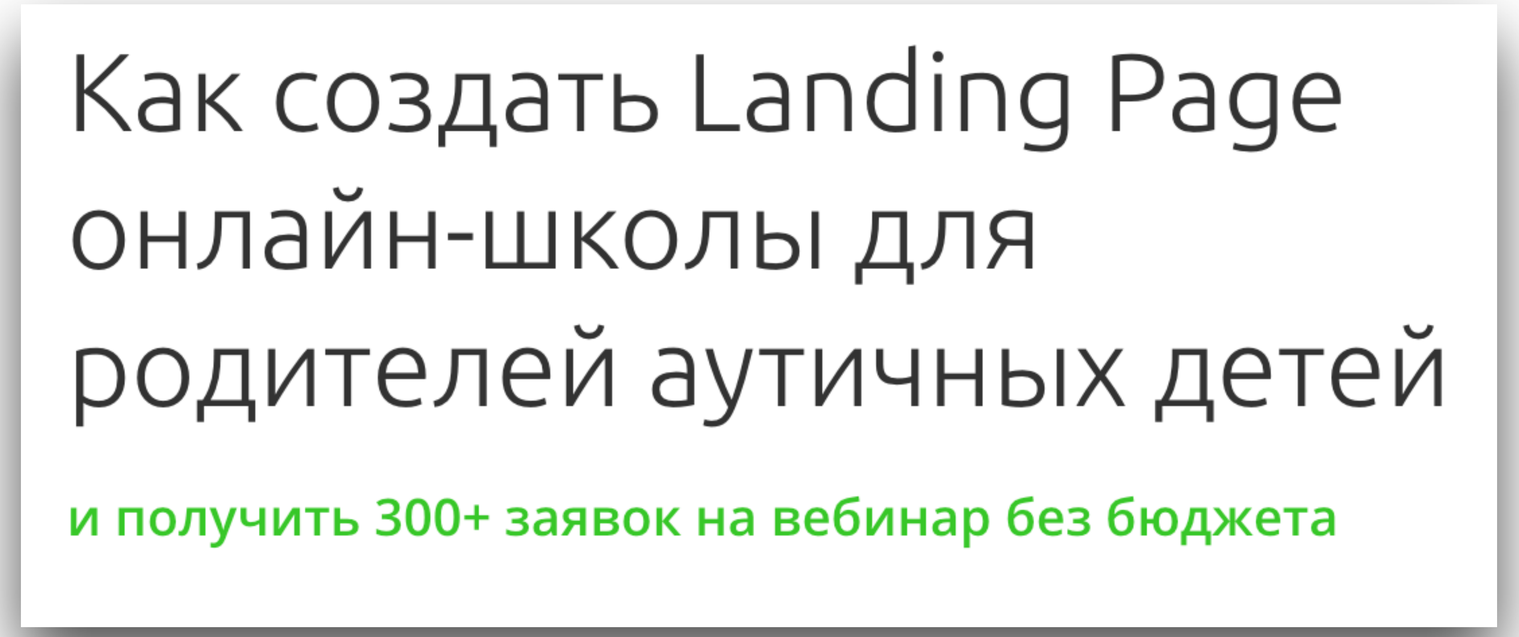
<u>Как привлекать богатых мужчин и удачно выйти замуж.</u>

Здесь опущена ЦА, но и так понятно, что это для женщин. «Удачно выйти замуж» - это важная потребность для незамужних женщин. Ниша отношений.

<u>Как избавиться от алкогольной зависимости быстро и навсегда.</u>

Это ниша здоровья. «Быстро и навсегда» - важная потребность для целевой аудитории. Целевая опущена по тем же причинам, что и во втором оффере.

Плохой оффер:



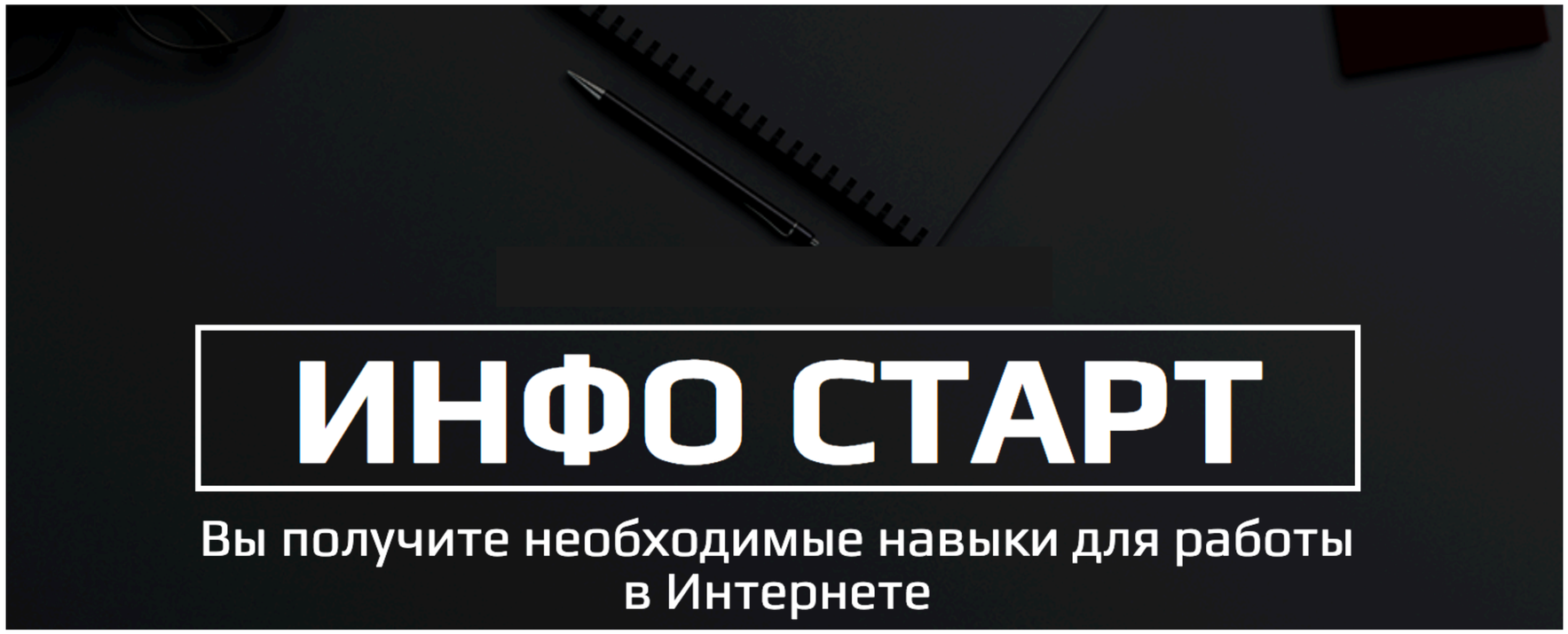
Обратите внимание, насколько он непонятен. Это возникает, в том числе, за счет использования терминов: «landing page»,«аутичных детей».

Избегайте терминов в оффера*. Пишите простым языком.

Например, этот оффер можно перефразировать так: «Как владельцу онлайн-школы собрать 300 участников на вебинар не потратив ни копейки».

*Иногда терминов избежать не удается. Тогда старайтесь упрощать.

Еще один плохой оффер:



Представьте себе ситуацию, что вы твердо решили создать онлайн-школу и осознали, что вам надо пройти обучение у эксперта.

Вы начали исследовать интернет, и наткнулись на такой оффер. Когда вы его прочтете, что первое вам придет в голову? Скорее всего, что вам это не интересно, ведь здесь обучают тому, как как правильно пользоваться компьютером, печатать на клавиатуре и открывать браузер. После чего закроете сайт.

А все потому, что оффер непонятный и неконкретный. На самом деле здесь учат именно созданию онлайн-школ.

Делайте оффер так, как нужно!

А как не нужно, делать не нужно!



Шаг №3

Создание продающей части

После того, как вы составили хороший оффер, самое время перейти к продающей части!

Не к созданию курса, а именно к продающей части. Если сейчас вы займетесь созданием курса, то допустите грубую ошибку. Почему это ошибка, я рассказываю в следующем шаге.

Итак, сначала собираем простую продающую модель вашей онлайн-школы. Без усложнений. Иначе вы потеряете много времени. А еще, если модель окажется сложной, то будет менее управляемой.

Простая модель выглядит примерно так:

1
Подготовка вебинара
2
Запуск теста рекламы
3
Проведение вебинара
4
Анализ и выводы

Шаг 1. Подготовка продающего вебинара. В этом продающем механизме вместо вебинара могут быть личные консультации, серии писем или постов.

Шаг 2. Запуск теста рекламы. Самый бюджетный, но очень эффективный способ набрать первых клиентов это приглашать друзей и знакомых, которые интересуются вашей темой. У многих возникает сопротивление: «Как же я позову друзей?» На самом деле большинство этих людей с удовольствием воспримут ваше предложение, так как они все равно интересуются этой темой. Если не вы продадите, продаст кто-то другой.

Также у многих из нас сейчас есть знакомые блогеры, которые за небольшую плату могут прорекламировать нас в социальных сетях.

Если предыдущие два варианта не про вас, то можно воспользоваться платной рекламой. Лучше начинать с небольших бюджетов (5000 руб., 10000 руб.) Вкладывайте небольшую сумму, получайте результат и только потом вкладывайте больше, причем эти деньги можно будет взять уже с прибыли.

Шаг 3. Проведение вебинара. Тут все просто. Проводим вебинар.

Шаг 4. Анализ и выводы. В случае отсутствия продаж, делаем выводы и анализируем ошибки. Выходим на второй круг. И так пока не появятся первые продажи.

Обычно эту схему приходиться прокручивать раза два, а то и три. После этого, мы понимаем, что предающий механизм создан и оттестирован.

Тогда можно переходить к следующему этапу «Создание курса».

Что продавать первым клиентам, если курс еще не создан? Так и говорите. своим клиентам: «Я только запускаюсь, набирается первый поток. Старт курса через n дней».

Вы можете отложить старт потока хоть на месяц. Люди на это абсолютно нормально реагируют. Если ваш оффер интересный, если вы хорошо сделали вебинар, если у вас живая тема, то люди будут готовы подождать.



Создайте простую продающую модель

Шаг №4

Создание курса

Переходим к созданию курса.
Нельзя создавать курс раньше продаж.
Есть две причины:

Первая. Если вы начнете создавать курс раньше продаж, то скорее всего вы **бросите до того, как запишете его**. Создание любого курса – это тяжелая работа. Если у вас не будет дышащих в спину клиентов, то вы с большой вероятностью бросите это дело. Случаев в практике просто масса.

Вторая. Вы выгорите эмоционально, если **сделаете, но не продадите** курс. Можно записать отличный курс, сделать продающее мероприятие, но оказаться не интересным рынку.
Возникнет огромное разочарование в себе, в людях. Вы можете навсегда потерять интерес к онлайн-школе. Поэтому сначала продайте курс. Если не получается, перейдите в другую нишу, на другую ЦА и продайте еще раз. Только после этого записывайте.

Сначала продай курс,
а потом создавай

Народная мудрость

Хороший курс – это не тот, который красиво сделан, а который прост для понимания и дает конкретный результат.

Чтобы у вас получился такой, необходимо соблюдать несколько условий:

- В одном уроке должна быть только одна мысль. Не нужно распыляться. Иначе у человека будет каша в голове и не сможет применить знания, а значит не получит результат.

- Видео должно быть по 5 – 15 минут. Тексты примерно на 2500 знаков. Иначе человеку будет сложно воспринимать информацию.

- Качество видео может быть обычное. Вкладываться в качество изображения, фона и в форму подачи не имеет практической необходимости. Людям это не нужно, им нужна польза. Они пришли прежде всего за ней. Поэтому не нужно делать из вашего курса шоу, мультфильм, игру актеров, или что-то еще. От этого он не станет более полезным, а наоборот, ваша подача будет отвлекать от содержания.

Но в этом правиле есть исключение. Иногда существует реальная необходимость вкладываться в подачу. Например, если вы делаете онлайн-школу по тому, как снимать качественные видео на телефон. Тогда сам курс должен быть записан на телефон и в отличном качестве.

- Обучающий кабинет не обязателен, но желателен. Когда вы в первый раз записываете курс, можно позволить себе сэкономить на обучающем кабинете. Выложите уроки в закрытой группе в социальных сетях. Людям все равно где вы их учите.

- Для того, чтобы записать хороший курс, нужно сконцентрироваться на качестве контента. Поэтому оборудование для записи можно использовать самое простое. Но очень важно, чтобы у вас был хороший микрофон. Смотрите приложение №2

Если бы хороший курс
был вещью,



то выглядел так

Для записи видео-уроков нужны специальные программы.

В основном все видео-уроки пишутся двумя способами. Первый, это когда вы показываете какую-то информацию с экрана компьютера. Второй, когда записывается выступление ведущего на камеру.
Для обоих способов подходят следующие программы:

Movavi – платная программа. Очень нравится лично мне. Хотя иногда глючит на макбуке.

Monosnap – бесплатная и отлично работает на макбуках.

OBS – здесь огромное количество функций. Я рекомендую именно ее.

Разместить уроки курса можно в закрытой группе в соц. сетях, либо на специальной учебной платформе.

Я рекомендую платформу **Bizon**. Она имеет много функций, при этом очень простая и очень дешевая.

Шаг №5

Масштабирование

Масштабирование это
когда работаешь
столько же, а денег
получаешь больше

А не наоборот

После того, как вы продали и записали курс, обязательно отпразднуйте это событие. Ведь вы создали успешный бизнес проект.

Теперь, если вы будете развивать его и вкладывать свою энергию, то он еще много раз порадует вас.

Сейчас отбросим умные фразы про то, что в масштабировании бизнес проектов есть свои правила, а методы сложные и срабатывают по разному.

Давайте сразу перейдем к сути. Онлайн-школы масштабируются 5 способами:

1. Автоматизация процессов
2. Ускорение процессов
3. Увеличение трафика
4. Точная отчетность
5. Новые курсы

А теперь подробнее:

Автоматизация процессов нужна для того, чтобы у вас появилось свободное время, а значит силы на новые свершения.

Ее нужно начинать с самых энергоемких элементов, а именно с процесса продаж и процесса обучения.

Для автоматизаци продаж лучше всего подходит автовебинар. Сейчас 90% онлайн-школ проводят свои продающие вебинары и марафоны в этом формате. И делают это так искусно, что зритель даже не понимает, что участвует не в живом мероприятии, а смотрит срежессированную запись.

В автоматизации процесса обучения поможет упаковка курса в такой формат, при котором ученик сможет проходить его без вашего участия.

Обычно это записанные видео-уроки с домашним заданием, которое проверяется куратором.

Чтобы это реализовать вам понадобится учебная платформа, например бизон, или геткурс.

Ускорение процессов. Это когда за то же время в вашем проекте делается больше, чем раньше.

Достигается это за счет найма сотрудников. Настоятельно рекомендую нанять специалиста по рекламе, так как именно эта деятельность отнимает очень много времени. Также нужно нанять специалиста по продажам, который будет общаться с теми, кто выразил желание купить ваш курс, но почему-то не оплатил.

Старайтесь делегировать все рутинные процессы. Например, костяк этой книги был сделан из видео-записи моего мастер-класса.

Я нанял специалиста, который переложил аудио в текст. Дальше, на этом каркасе я написал книгу. Таким образом, я ускорил ее написание где-то на неделю, а может и на две.

Увеличение трафика - это создание большого потока людей на ваше продающее мероприятие. Делается это тремя способами:

1. Создается страница в соц сетях, и массированная реклама идет на эту страницу.
2. Создается партнерская программа. После чего вы рекламируете ваш проект на специальных площадках владельцам баз подписчиков. Далее они пиарят вашу школу за процент от прибыли, или за деньги.
3. Создается сайт или лэндинг, который вы рекламируете по всему интернету, через сео и контекстную рекламу.

Какой конкретно метод подойдет именно вам, я не могу сказать, так как нее знаю вашего проекта. Тут много тонкостей. И в формате этой книги мы рассматривать их не будем.

Точная отчетность. Нужна для того, чтобы достоверно увидеть как развивается ваш проект и развивается ли вообще, какие есть слабые места и где происходит наибольшая потеря ресурсов. Делается это с помощью любой crm-системы, например AMO, или Битрикс.
Прежде всего crm нужно внедрять в процесс продаж, так как именно он приносит вам деньги и клиентов и является сердцем бизнеса.

Новые курсы. Лишь 20% от общего количества подписчиков на вашу онлайн-школу на самом деле готовы купить ваш курс. Остальные 80% купят просто потому, что им не на столько сильно интересна эта тема. Они будут следить за вами и проектом, но покупать не будут.

Чтобы их зацепить, нужно сделать еще один продукт, а потом еще один и еще.

Также можно в основной курс встроить дополнительный.

Например, в курс про то, как вышивать крестиком, можно встроить рекламу курса по вязанию крючком. Часть учеников его приобретут.

У всех больших онлайн-школ в портфолио несколько курсов, а иногда и несколько авторов.

Кстати сказать, не бойтесь брать других авторов в свою онлайн-школу, она от этого только выиграет. Ведь другой автор сможет продать тем людям, которым продать не получилось у вас. Онлайн-школа пополнится новыми учениками и подписчиками.

Конец.

Да, вот так внезапно.

Что делать дальше?

- [ ] Изучить приложения ниже
- [ ] Если остались вопросы, то написать мне
- [ ] Вступить в мою группу, чтобы продолжать набираться опыта
- [ ] Применить полученные знания
- [ ] Заработать миллион рублей на своей онлайн-школе
- [ ] Постоянно нести пользу миру
- [ ] Похвалить себя за прочтение этой книги

Приложение №1
Как определить свою целевую аудиторию

Чтобы выбрать ца для своей онлайн-школы, составьте три списка, ответив себе на вопросы ниже.

1. Если у вас уже есть услуга, то кто в основном ее покупает и что объединяет этих людей?
2. Подходит ли ваш продукт для таких же людей как вы? Если да, то опишите себя как целевую аудиторию.
3. Кому больше всего, по вашему мнению, подходит ваш продукт? Опишите этих людей.

После проделанной работы сопоставьте списки и у вас получится целевая аудитория.

Обратите внимание, что женщинам и мамам интересны все четыре ниши. А мужчинам интересны только ниша денег и здоровья. Конечно, они могут проявляют интерес и к другим нишам, но ничего там не покупают. Учитывайте это при выборе ца.

Приложение №1
Второй вариант

Чтобы выбрать ца для своей онлайн-школы, ответьте себе на эти вопросы, желательно в форме эссе.

1. Что общего у твоих клиентов?
2. В какой они были ситуации, когда к тебе обратились?
3. Что они хотели?
4. Какие у них были проблемы?
5. Чего они боятся?
6. О чем переживают, когда выбирают решение своей проблемы?
7. Что для них является отпугивающим в твоей услуге?
8. К кому они уже обращались? Как пытались разрешить эту ситуацию?
9. Какие у них убеждения по поводу своей проблемы?
10. Что они уже поняли о своей ситуации. А что еще не поняли?
11. Какие у них ценности?
12. Когда они ощущают свою проблему наиболее остро?
13. В каких смежных нишах они тусуются?
14. С кем из них ты сам хочешь работать?

Пример второго варианта

Моя ца это авторы - эксперты в своей теме, которые еще думают создать свою ош, но не знают с чего начать. То ли с курса, то ли с соц сетй, то ли еще с чего-то.
Некоторые из них уже пробовали делать это самостоятельно, но обожглись.
Большинство из них пугает то, что они считают себя недостаточно крутым экспертом, и еще они боятся продавать. Но мысль о выходе в онлайн образование их гложет изнутри, особенно когда они видят успех других.
Обычно данные люди это женщины, на фрилансе, зарабатывающие уже своим ремеслом в офлайне или онлайне. Деньги у них есть. Немного, но есть. Поэтому деньги считают, но если видят ценность для себя, то купят.
Хотят заработать первые 100 тыс первые 200 и первый миллион,
купить себе сапоги, одежду, отдых. Детям все. Более уютное, статусное жилье.

По факту, данная аудитория нулевая в онлайн-школах. Ничего про это не знают. Ни про лэндинг, ни про автовронку, вебинар, и т.д. И уж тем более как это соединить все в систему технически.

Они убеждены, что надо вкладываться в дизайн, в сайт, или соц сеть.
У них обычно есть некий пример, на который они ориентируются. Обычно это очень раскрученная ош или блоггер. Ошибочно считают, что надо повторять за ним.
Понимают, что надо отталкиваться от потребностей ца, но большинство не делают этого и не развивают понимание ца.
Где-то внутри понимают, что делают что-то не то, так как роста продаж нет (или вообще продаж нет).

Они не понимают:
что есть алгоритм создания ош
что можно иметь онлайн-школу без соц сетей
что не обязательно вести каждый поток учеников лично
что не обязательно быть автором одного продукта
что лайки и репосты не так важны как продажи
как перестроиться под потребности аудитории
что им на начальном этапе не нужна реклама, геткурс.
что им сначала надо протестировать идею и только потом масштабировать.

Они что-то параллельно изучают. СММ, копирайтинг, психологические марафоны по пробиванию фин блоков. Но от этого они не сильно продвигаются к своей ош, так как не понимают суть системы и не знают что надо делать в первую очередь. Большинство из них так и не начинает, боясь ошибок.

А те, кто начинают самостоятельно что-то делать, всегда спотыкаются об одни и те же ошибки начинающих. Слив денег на рекламу, записанный курс который не понятно как продать, страница в соц сетях, которая уже надоела, но ее надо вести, ведь там есть подписчики и какие-то перспективы. Страх перед видео-выступлениями.

Наиболее остро они ощущают свою проблему когда видят успехи других, когда кто-то хвастает успешным примером. Когда им говорят, что онлайн образование растет и надо срочно бежать сюда.

Ценности: Нести пользу миру, быть хорошими в глазах других, чтобы любили ученики, быть известной. Не хотят напряженно работать, хотят чтобы хобби стало основным источником дохода.

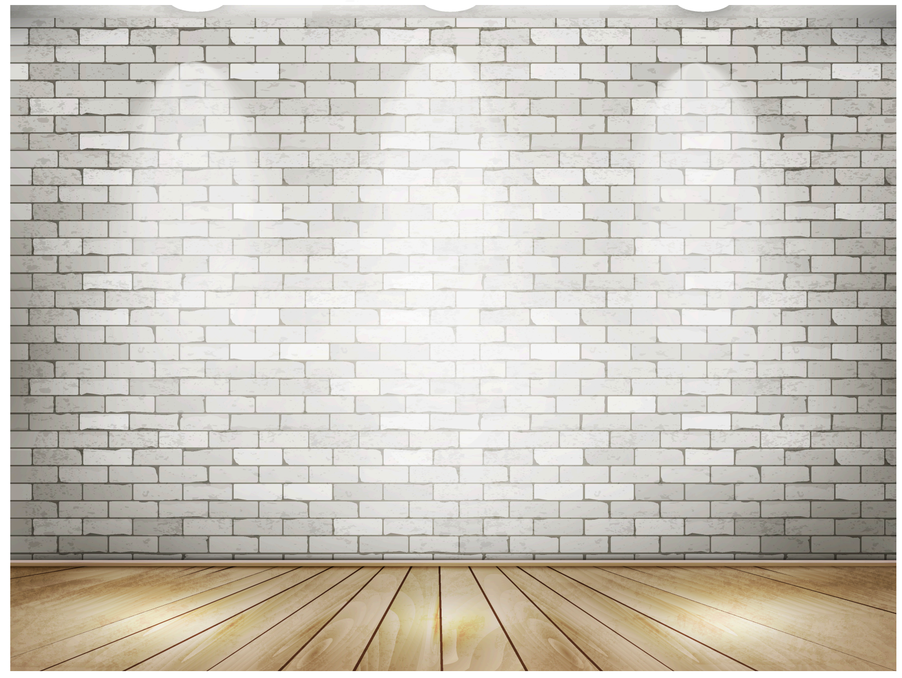
Хочу работать с теми, кто готов учиться, меняться, брать ответственность на себя, делать бизнес из взрослой позиции.

Приложение №2
Оборудование для курса









Можно обойтись веб-камерой или ноутбуком с камерой, этого будет достаточно.

Иногда нужен сотовый телефон и штатив для него

Обязательно понадобится гарнитура. Качество звука – это очень важно.

Также нужен фон. Он должен быть нейтральным, желательно просто белая стена.