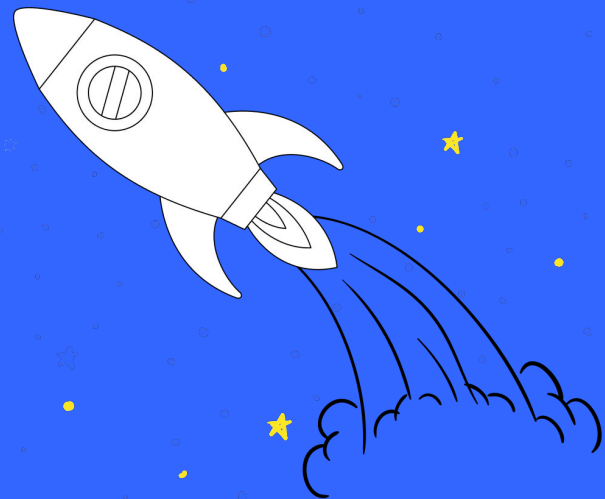




Genius Incubator

Всем привет, меня зовут Евгений Тарабанов

и мне очень приятно, что Вы решили запустить свой онлайн курс или научиться продюсировать экспертов именно на нашем курсе.





По итогу этого курса у Вас будет пошаговый план:

- Как запустить свой онлайн - курс
- Как масштабировать свою уже рабочую программу
- Как начать продюсировать экспертов



Genius Incubator

Каждый урок будет сопровождаться:



Чек-листами



PDF - файлами



Табличками



Очень важно, чтобы Вы посещали, наши сессию вопрос/ответ

И прислушивались к нашим менторам, которые будут помогать Вам достигать результатов

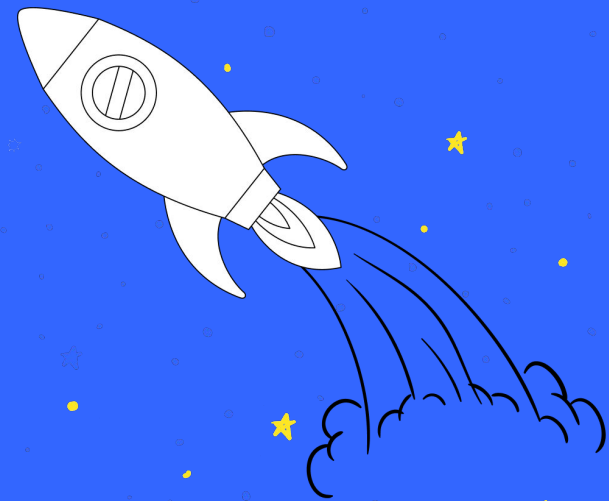




Genius Incubator

Введение

Ниша инфобиз. Перспективы, особенности ниши.





Есть 6 основных ролей в мире онлайн образования:

01

Эксперт

02

Продюсер

03

Консалтинг

04

Образовательная
компания

05

Тех.специалист

06

Подрядчики



Genius Incubator

Модель эксперт

- Вы что-то знаете и можете провести человека из точки А в точку Б
- Ваш опыт интересен, даже, если Вы знаете на 10% больше, чем Ваш студент
- Вы как эксперт все время обучаетесь (Ваши компетенции все время растут)



Genius Incubator

Модель продюсер

- Вы делаете весь маркетинг для Вашего эксперта
- Есть разные модели продвижения



Genius Incubator




Модель консалтинг

- Консультирует как улучшить проект
- Рассказывает разные гипотезы
- Делится своим практическим опытом
- Ничего не делает руками, рекомендует подрядчиков



Genius Incubator

Модель образовательная школа

-  Строите платформу с большим кол-вом курсов
-  Много курсов, много экспертов
-  Разные ниши



Genius Incubator

Технический специалист

- Человек, который разбирается во всех сервисах
- Не придумывает воронки
- Умеет реализовывать все, что придумал маркетолог или продюсер



Genius Incubator

Подрядчики

- Специалисты в узкой теме
- Помогают с запуском онлайн школы
- Берут на себя определенный ряд задач
- Оглачиваются по задачам



Genius Incubator

Продюсирование эксперта.

Как выбрать эксперта. Формат оформления отношений (партнерства)



Как выбрать эксперта?

01

Это должен
быть реальный
профессионал

02

Есть регалии и
подтвердени
я компетенции

03

Есть кейсы и
отзывы

04

Интересная
история и
наличие харизмы

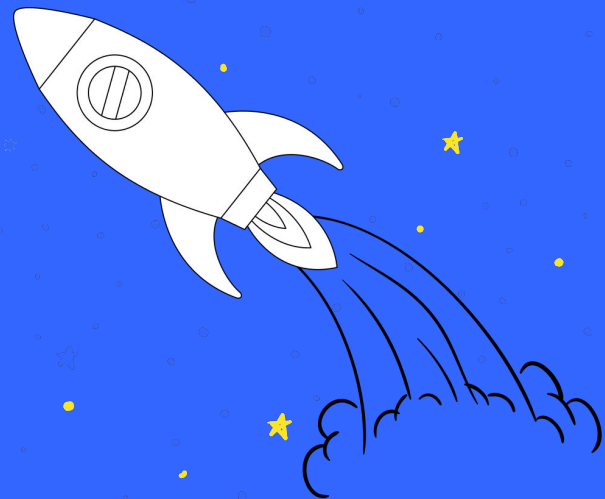


Genius Incubator

Нужно ли заключать договор? - ДА!

Его нужно сделать уже после того, когда Вы понимаете, что Вы сработались с экспертом.

Примерно через пол года, после взаимодействия с Вашим экспертом.





Возможно Вам не нужен продюсер:

- Возможно легче самому разобраться в операционке
- Маркетинге
- Самому руководить процессом
- Нанимать людей и добиваться результатов

Да! Это сложно, но в долгосрочной перспективе дает свои плоды!





Genius Incubator

Кому не нужно искать продюсеров:



У Вас есть команда, которая может закрывать большой пул задач



Если Вы сами обладаете пониманием того, как правильно выстроить маркетинг



**Часто люди ищут продюсера потому, что боятся, что не смогут
найти свою модель продвижения.**

И нужно понимать, что свои страхи Вы будете оплачивать дополнительными расходами.





Кому нужен продюсер:

- Вы понимаете, что просто не хотите заниматься продвижением своего курса
- Вы четко понимаете, зачем Вам это нужно и какую задачу будет выполнять Ваш продюсер
- У Вас нет много лишнего времени
- Ищите человека не с точки зрения страха, а с точки зрения силы, продюсер должен Вас дополнять.





Каким должен быть эксперт, чтобы с ним хотел работать продюсер:



Вы должны адекватно понимать, как работает рынок



Вы имеете опыт самостоятельных запусков и имеете четкие показатели



Вы должны обладать компетенцией в том, чем Вы занимаетесь (наличие кейсов и отзывов)



Быть честным и порядочным



Вы должны уметь продавать и общаться с Вашей аудиторией (этому можно научиться)
Жить той жизнью, которую Вы пропагандируете



Что делать для долгосрочных отношений продюсер + эксперт





Обязанности эксперта:

01

Вникать в то, чем занимается продюсер

02

Вовлекаться в результат

03

Проводить еженедельные планерки (распределять задачи)

04

Должны быть ежемесячные планерки (ставить глобальные задачи)

05

Создавать дружественные отношения

06

Коммуникация с участниками курса ★

07

Улучшение качества продукта

08

Работа с отделом продаж (обучать менеджеров)



Обязанности эксперта:

09

Работать с командой продюсера

10

Разработка линейки продуктов


11


Работа с клиент сервисом





Сферы обязанностей продюсера + эксперта:

 **Продукт** (написание курса, запись курсов на видео, проведение сессий вопрос/ответ)

 **Клиент сервис** (следит за прогрессом студентов)

 **Упаковка** (сайты, вебинары, маркетинг)

 **Продажи** (написание скриптов, работа с таблицей возражений, найм сотрудников, анализ метрик)

 **Бухгалтерия** (планирование затрат, доходов, бюджетов)



Genius Incubator

С кем работать продюсерам:



Осознанные эксперты



Наработки в оффлайне, наличие отзывов и кейсов
(желательно наличие личного бренда)



Работа с медийными людьми

С кем не работать:



Хитрые эксперты (соберите обратную связь от людей, которые уже работали с экспертом)



Не работать с экспертами, которые жадные (выстраивают какие-то непонятные условия работы)



Обязанности продюсера:

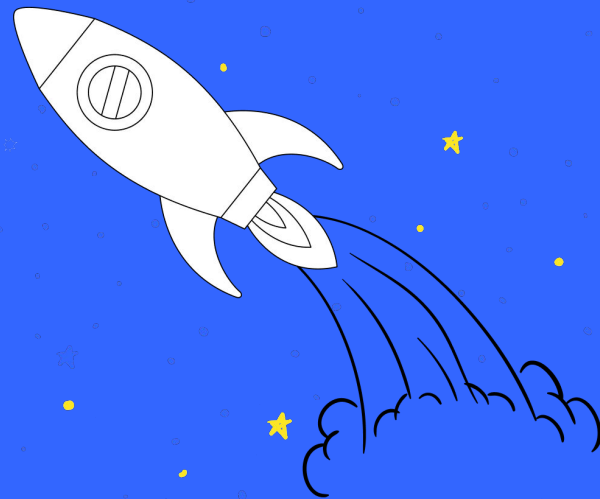
- Отвечаете за результат
- Аналитика (конверсии, лендинги, обработка отделом продаж)
- Выдвижение новых гипотез
- Риски продюсера всегда гораздо больше
- Должно быть четкое понимание, что делать, если Ваш эксперт уйдет
- Ревность к другим экспертам и другим продуктам



Genius Incubator

Декомпозиция, план продаж.

План по тёплым/холодным/по каналам.





Genius Incubator

Сегодня мы поговорим о целях в онлайн образовании:

Для того, чтобы расти нужно всегда иметь цель в деньгах, для этого нам поможет декомпозиция.





Декомпозиция состоит из 2х частей:

01

Цель в деньгах, сколько Вы хотите заработать в этом месяце - четкая цифра.

- Возможно Вы уже что-то продаете, предположим на 1 000\$
- Также важно учитывать, то, что есть у Вас в дебиторской задолженности, то сколько Вам уже должны заплатить клиенты.
- Сколько Вы планируете заработать из Вашей базы.
- Холодный трафик (Вы должны просчитать, сколько Вы вкладываете в холодный трафик, и понять сколько Вы с этого зарабатываете).



Genius Incubator

Теперь у Вас есть план откуда, Вы будете доставать те деньги, которые захотели получить в начале месяца.

Теперь Вам нужно составить план работы, разбить его на задачи и подробно рассказать сотрудникам, что они будут делать.

Вам нужно разделить задачи:

- Маркетинговые
- Операционные
- Продажи



Genius Incubator

Холодный трафик

Нужно выдвинуть гипотезу, которая будет основываться на предыдущих показателях или на Ваших догадках.

Нужно считать:

- Бюджет
- Сколько получили лидов
- Сколько заплатили за лида
- Оборот
- Отдача на лида



Genius Incubator

Декомпозиция 2.0

- Бюджет
- Кол-во лидов
- Стоимость лидов
- Отдача на лид с лидов, которые получили в этом месяце.

Вам нужно понять, сколько денег Вам возвращается в рамках трат на 1 месяц.



Анализ рынка, анализ своих сильных сторон, составление
своего уникального торгового предложения, упаковка регалий.





Анализ рынка

- Возможно кто-то уже придумал и реализовал Вашу идею.
- Нам нужно понять, что мы можем сделать лучше.
- Это поможет нам сформировать наше УТП

УТП - это наше предложение рынку, то, как мы хотим, чтобы наши клиенты воспринимали наш продукт.



Есть 3 основных ниши:

01 Учите людей зарабатывать (деньги за деньги)

Например:

- Курсы по созданию бизнеса
- Курсы по бизнесу с Китаем
- Курсы, которые помогают овладеть новой профессией



Есть 3 основных ниши:

02

Отношения:

Например:

- Курсы по психологии
- Курсы по отношениям со своей второй половинкой
- Отношения между людьми



Есть 3 основных ниши:

03 Здоровье

Например:





- Курсы по питанию
- Тренировки
- Здоровый образ жизни



Genius Incubator

4 ниша для нашего рынка:

Эзотерика:

-  Карты таро
-  Нумерология
-  Астрология
-  Дизайн человека



Genius Incubator

Когда Вы определились с нишей, Вам нужно определить Вашу поднишу.

Сейчас люди гораздо с большим интересом приходят учиться к людям, которые предоставляют знания в узком сегменте.

Вам нужно ограничить зону Вашей экспертизы.

Пример:

Ниша: здоровье

Подниша: правильное питание

Ниша: бизнес

Подниша: бизнес с Китаем



Genius Incubator

Почему люди должны учиться именно у Вас?

Поставьте сейчас видео на паузу и напиши 5 - 10 пунктов,
почему люди должны покупать именно у Вас?



Есть 2 важных момента:

01

Что говорит рынок

02

Как мы сами оцениваем, какой должны сделать продукт

В конце распишите Ваш продукт таким же образом и сделайте его лучшим из всех!

Вам нужно будет создать таблицу и прописать такие пункты:

- Кого Вы знаете в Вашей нише (10 - 15 человек);
- Модель их продажи (в лоб, вебинары, личный бренд, марафоны);
- Посмотреть линейку продуктов (какие продукты они продают);
- Прописать цены на данные продукты;
- Сильные стороны в маркетинге (кейсы, опыт эксперта, массовость);
- Слабые стороны в маркетинге (что можно улучшить в их модели?);
- Сильные стороны;
- Слабые стороны;
- Посмотрите длительность курса;
- 2-3 критерия на Ваше усмотрение.

Задайте себе вопросы:

- Чем Вы выделяетесь?
- Чему не обучают другие?

Вам нужно провести 100 консультаций, чтобы лучше понимать Вашего клиента.

- Пропишите арсенал своих “фишек”
- Составьте портреты Вашей целевой аудитории (1 - 4 портрета)

01 Кто этот человек?

02 Зачем он к Вам пришел?

03 Какая у него точка Б?

04 Боли, страхи, возражения

Ответьте на данные вопросы:

- Какой Вы специалист?
- Кто к Вам обращается?
- Кто Вам нравится из Ваших клиентов?
- Кому Вы даете максимальную пользу?

Ваши регалии:

- Чем Вы отличаетесь от других экспертов?
- Какой у Вас уникальный опыт?

Выпишите 20-30 регалий
и выберите из них 5 - 10
основных



Genius Incubator

Кейсы и отзывы



Genius Incubator

В итоге напишите:

- В чем Ваше УТП?
- В чем Ваш оффер?