



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



## 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.





Genius Incubator

## 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  
подтвержде  
ния 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



Genius Incubator

## 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



# 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



Genius Incubator

## 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?