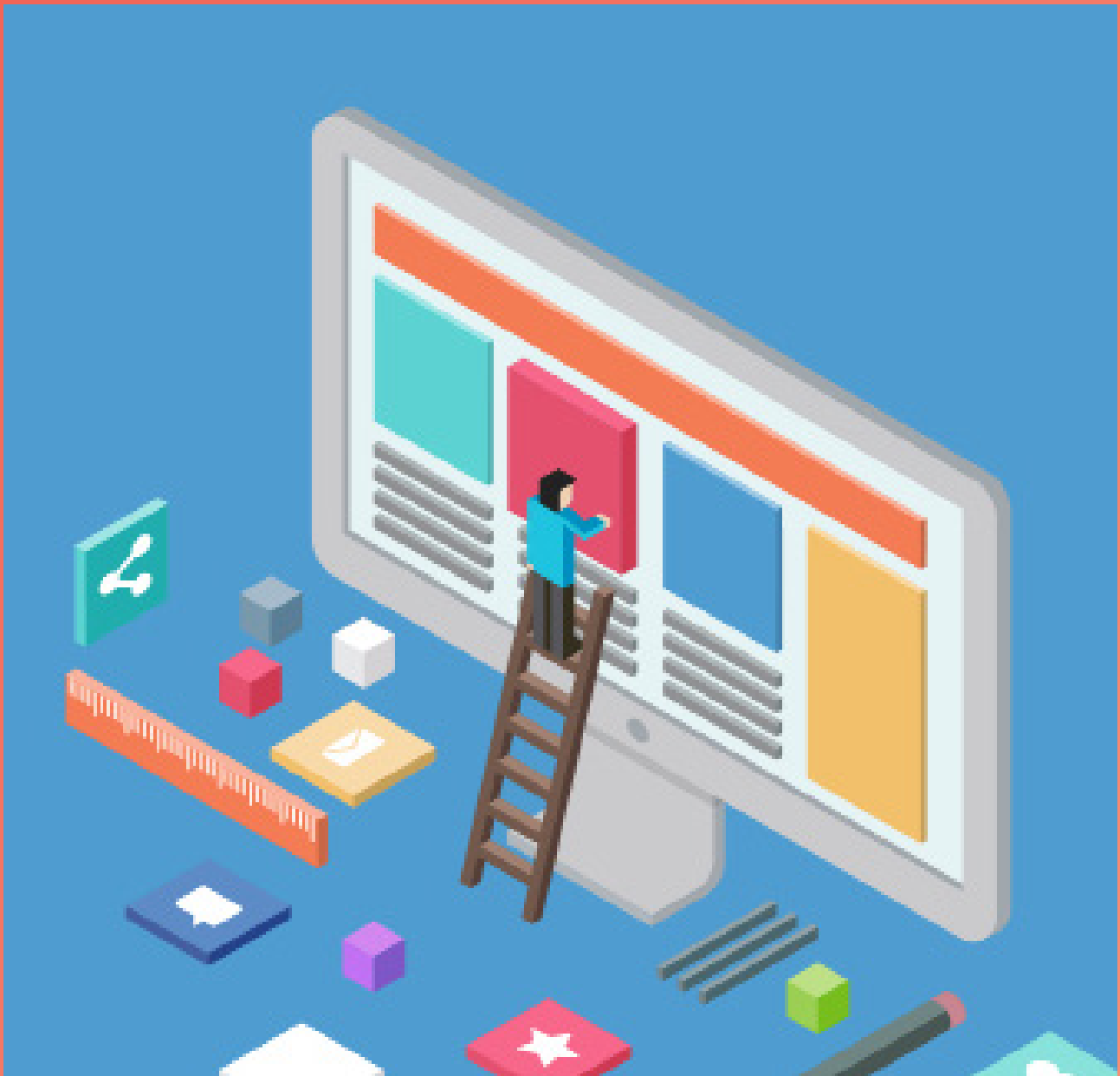
ACCEL

Пошаговый план

КАК СОЗДАТЬ ОНЛАЙН-ШКОЛУ С НУЛЯ

12 шагов, к созданию собственной онлайн-школы



Онлайн-образование — одна из самых прибыльных и перспективных индустрий для бизнеса

Это быстрорастущий рынок. При этом мало кто знает, что создание онлайн-школы — достаточно шаблонный процесс, подобный сборке конструктора LEGO.

Нам и нашим партнёрам удалось апробировать этот процесс 36 раз в разных нишах. Это значит, что и вы можете создать свою высокодоходную онлайн-школу без опыта и инвестиций, используя наши знания и шаблоны.

В ближайшие 1-2 года выйти на рынок онлайн-образования можно будет легко и быстро. Но по нашим прогнозам, уже в следующем году конкуренция возрастет в большинстве ниш. На рынок выйдут более зрелые игроки, которые сейчас только стартуют или размышляют над созданием онлайн-школы.

У вас есть шанс воспользоваться преимуществом первопроходца и стать первым в своей нише.

Пошаговый план содержит основные этапы создания и развития онлайн-школы.

Кроме того, для тех, кто хочет создать онлайн-школу, мы регулярно проводим вебинар, где рассказываем о своём опыте, о рынке в целом и о моделях вывода онлайн-школы на миллионные обороты. На вебинаре мы более подробно разбираем каждый пункт этого плана. Регистрация на вебинар здесь:
get.the-accel.ru/regwebinar

Дмитрий Юрченко

MBA Сколково, IRONMAN

Со-основатель:
FreePublicitySchool — ***free-publicity.ru***
Кнопка Жизни — ***knopka24.ru***
Коворкинг-отель в Сочи — ***insight-house.ru***

Сергей Капустин

Высшая Школа Экономики

Со-основатель:
Продюсерский центр - ***Accel.bz***
Маркетинговое агентство - ***Mokselle.ru***

8 элементов «конструктора» онлайн-школы

Как собирать блоки и в каком порядке – вы узнаете из этого Пошагового плана. А все подробности услышите на вебинаре (не пропустите!) ➜ *get.the-accel.ru/regwebinar*

Общий план действий

1	Фундамент	Формирование большой картины онлайн-школы Выбор ниши, список лучших формул План развития проекта (сроки и ресурсы) Инфраструктура юридическая и физическая
2	Партнерство	Поиск эксперта/продюсера Схема взаимодействия и финансовые уровни Проверка на совместимость Заключение договора
3	Бизнес-модель	Канва Остервальдера Описание продукта Финансовый план План развития команды
4	Архитектура продукта	Исследование ЦА и рынка Модули программы обучения УТП и обещания клиентам
5	Продающие элементы	Продающие формулы Чек-лист успешной презентации Тренировочные презентации
6	Цепочка продаж	Подписная страница - шаблон Цепочка подогрева и дожатия Шаблоны писем
7	Трафик	Платный трафик Бесплатный трафик, лид-магниты, партнерка Аналитика
8	Продающая страница	Ключевые блоки Работа с возражениями Отзывы и гарантии
9	Отдел продаж	Подбор и обучение Скрипты Схема мотивации
10	Продажи	Подбор и обучение Скрипты Схема мотивации
11	Курс, программа	Геймификация NPS Групповая динамика
12	Возвратные покупки	Апсейлы, кроссейлы Рекуррент Новый продукт

12 шагов к созданию собственной онлайн-школы

Шаг №0 — понять основы предпринимательства и выучить термины

Вы уже на правильном пути, так как изучаете этот Пошаговый план и собираетесь узнать особенности онлайн-образования.Но если у вас нет предпринимательского опыта, то перед тем как идти дальше, нужно хотя бы выучить язык, на котором вы будете говорить.

Если вам нужен словарь и основы предпринимательства в сжатом виде, напишите мне на Facebook ***https://www. facebook.com/dmitry.yurchenko*** (ко мне в друзья уже добавиться невозможно, поэтому подписывайтесь и пишите личные сообщения). Если таких запросов будет много, мы сделаем бесплатный видео-инструктаж и дадим удобное руководство, чтобы не строить Вавилонскую башню.

Шаг №1 — заложить фундамент

Прежде всего, надо понять специфику онлайн-образования в сравнении с традиционным бизнесом и сформировать общий план действий.

Для этого сначала создаем шорт-лист предпочтительных ниш и выбираем ТОП-1 приоритет для детальной проработки. Затем составляем план развития проекта на ближайшие 90 дней, предпочтительно с использованием Диаграммы Ганта.

На этом шаге мы уже подготавливаем юридическую инфраструктуру (открываем юр. лицо, заводим счет в банке, включаем эквайринг для приёма платежей).

ВАЖНО

Если вы ошибетесь в выборе ниши для вашего онлайн бизнеса, то с самого начала будете идти в неверном направлении. У вас могут быть красивые подписные страницы, увлекательные продающие тексты, классный контент, крутая команда специалистов. Но если вы выбрали неправильную и неприбыльную нишу – успеха не будет.

Вложите много сил и энергии, даже заработаете какие-то деньги,но все время будете тянуть, тащить и толкать свой бизнес. Набрать обороты будет сложно. Поэтому важный «кирпичик» в шаге Фундамент - это выбор правильной ниши, которая подходит именно вам.

Всем, кто придет на наш вебинар и дослушает его до конца, мы пришлем подробную инструкцию с примерами и интеллект-картой о выборе правильной ниши.

Шаг №2 — найти партнёра

История человечества показывает, что люди становятся более эффективным, когда они объединяются. Мы верим в формулу 1+1=11. Мы за партнёрскую модель развития. Одна из распространённых ошибок - когда эксперт пытается быть сам себе продюсером или наоборот, когда продюсер пытается продюсировать свою экспертность.

В итоге у него не хватает времени ни на развитие экспертности, ни на продюсирование. Мы рекомендуем эксперту заниматься любимым делом, то есть, тем, что у него получается лучше всего.

А для развития бизнеса и масштабирования лучше найти себе продюсера или нанять проджект-менеджера. Если вы, наоборот, продюсер – вам нужно найти себе эксперта, которого вы будете продвигать. На этом шаге очень важно определиться, в каких отношениях вы будете находиться с экспертом, и как хотите упаковывать школу.

Вот основные модели отношений продюсера с экспертом:

Эксперт — партнер
Эксперт — сотрудник
Эксперт — фрилансер с единоразовой оплатой

90% ошибок при создании онлайн-школы совершается на этом этапе. Если вы неправильно выберете модель отношений, то при достижении Прибыли 500 тыс. — 1 млн. руб. в месяц с вероятностью

99% эксперт выкинет продюсера из проекта или продюсер решит найти эксперта подешевле.

Очень важно закрепить отношения правильным договором и чётко зафиксировать финансовые взаимоотношения.

Шаг №3 — формируем бизнес-модель

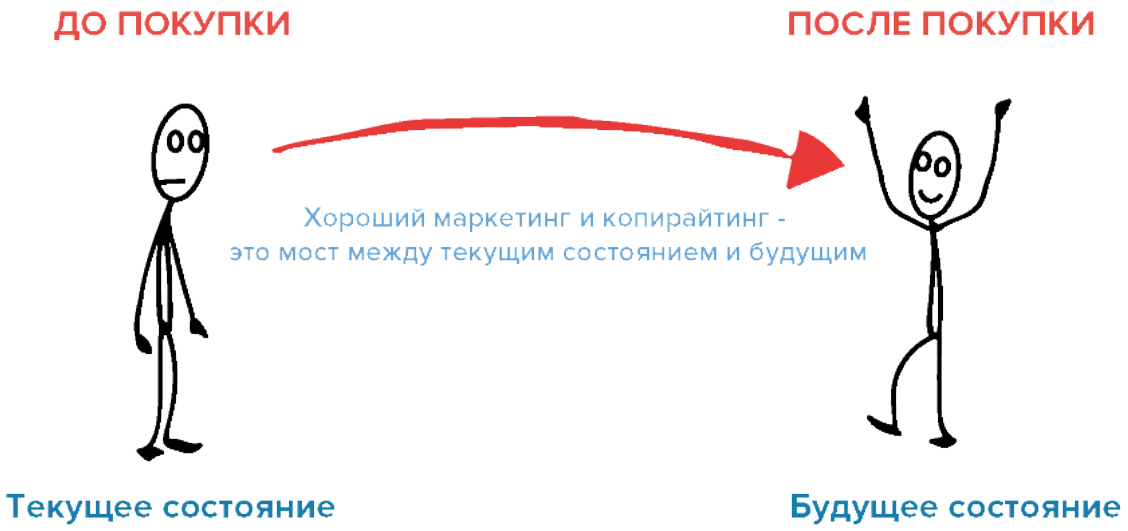
На этапе, когда ясна ниша, есть инфраструктура и четко оформленные договоренности с экспертом, необходимо описать продукт и прорисовать бизнес-модель и определить, кто ваш клиент, что он покупает, зачем ему это, каков объем рынка, какова модель продаж.

Постройте финансовую модель для трех сценариев развития: амбициозный, оптимистичный, консервативный. Перед этим сделайте аудит имеющихся и недостающих ресурсов – что поможет вам достичь амбициозного результата, а что сдерживает и чего не достает.

На этом этапе пусть все оценки будут очень приблизительными. Не бойтесь, что пока не знаете точных цифр. Если что-то непонятно, нужно прорисовать развилки и определить вопросы, ответы на которые выясните позже. Все еще может много раз измениться. Рассматривайте этот шаг как первую примерку перед пошивом костюма.

Шаг №4 — создаём архитектуру продукта

Целевая аудитория. Важно понимать, что клиенты покупают любой продукт чтобы закрыть текущую неудовлетворенность или решить свою проблему.



Ваш продукт купят, только если вы сумеете нащупать эту боль и неудовлетворенность и убедить покупателя, что ваш продукт сделает его счастливее.

Люди не покупают продукт
Они покупают результат
Они покупают доступ к желанному будущему

Это значит, что нужно продавать не матрас и его технические характеристики, а хороший сон, классный секс и благодарность жены. Нужно продавать не курс по английскому языку, а возможность повысить доход благодаря знанию английского или возможность познакомиться с американским бойфрендом и гордость родителей за ребенка, который умеет говорить на заморском языке.

Для того чтобы построить хороший продукт, сначала нужно хорошо понимать свою аудиторию — это база, фундамент, на котором потом нужно строить продукт. Аватары клиентов и понимание своей ЦА — самое меньшее, что нужно продумать. Важно чувствовать свою аудиторию и научиться думать, как она, говорить на ее языке. В этом залог успеха.

Модули программы вашего первого онлайн-курса:

Если вы хорошо проработали портреты ЦА, ее боли и желания, вам будет легче сконструировать продукт. Не забывайте, что продукт должен вести клиента к желаемому результату. Какие этапы клиент должен пройти на этом пути? Что должен узнать? Что попробовать? Что начать, а что перестать делать? Как вы ему можете помочь в этом?

Сформируйте списки того, что клиент узнает, и что он получит. Объедините информацию в логические блоки-модули.

Теперь отвечаем на следующие вопросы:

- Какой результат мы даем клиенту?
- Каких экспертов приглашаем?
- Какое количество уроков нам нужно?
- Какой процент живого / предзаписанного обучения даем?
- Кто будет куратором, какую форму поддержки будут оказывать кураторы?
- На какой платформе создаем продукт?
- Как будет замеряться результативность курса?
- Что будет обеспечивать конверсию и переход из месяца в месяц?
- Как создать групповую динамику в обучении?
- Какие элементы геймификации используем?

Как и в каком формате будет происходить онлайн/офлайн общение между участниками сообщества.

УТП и обещания:

Когда вы определили ЦА и сформировали модули программы обучения, будет легче сделать УТП – уникальное торговое предложение.

Когда вы будете делать УТП продукта, помните два правила:

✓ **Первое: сообщение должно быть уникальным**

Ваше предложение должно говорить об уникальной выгоде. Выгода должна быть единственной в своем роде и не встречаться у конкурентов

✓ **Правило второе: выгода важна**

Чем сильнее выгода вашей ЦА, тем больше новых клиентов придут к вам с рекламного сообщения.

Формируя заголовки своего УТП, воспользуйтесь методикой 4U:

1. Usefulness (полезность). Покупатель должен увидеть очевидный ответ на вопросы: какую пользу несет ваш продукт? Какую проблему решает? Что получит клиент в итоге? Вы продаете не продукт, не дрель, а дырку в стене. Решайте проблему потребителя!

2. Ultra specificity (ультраспецифичность). Конкретизируйте полезность. Сколько денег клиент заработает при помощи вашего курса? Сколько килограмм набирает? Сколько оргазмов испытывает? Добавьте количественный показатель.

3. Urgency (срочность). Когда клиент получит заявленный эффект? Сегодня, завтра, через две недели? Мозг лучше визуализирует картинку, если вы добавите конкретный срок. Если это предложение действует только 2 часа, это действительно ускоряет принятие решение о покупке и снижает риск того, что покупатель после вебинара зайдет в торговый центр и не устоит перед “набросившейся” на него сумочкой, после чего денег на курс не останется.

4. Uniqueness (уникальность). Все это хорошо, но если посетитель в заголовке видит одну «карамельку» без понимания того, за счет чего она достигается, внутренний голос скажет: не верю.

Главный вопрос: за счет каких механизмов, инструментов, технологий будет достигнут результат, решена проблема? В чем уникальность вашего курса и методики?

Мысли вслух...

Друзья, я уже описал 4 шага из 12. Это 1/3. Вот пишу я и думаю, будет ли это полезно вам, дочитаете ли вы до конца? И, если честно, я не уверен. Ведь читать скучно, а может быть, вы еще до конца не определились, стоит ли вам начинать онлайн-школу или нет...

Вот и думаю, как быть дальше. Продолжить писать? Ну, это самое простое решение. Или записать все то же самое, только в видео-формате? Ведь многим смотреть видео проще. Или все же читать удобнее? Но актуален ли этот вопрос, если вы вообще не дочитали до этого места.

В общем, на этом я остановлюсь, чтобы замерить ваш интерес и понять, что делать дальше. Продолжить писать, записать видео или остановиться прямо сейчас, потому что мое сообщение оказалось нерелевантно моей ЦА

Дайте мне, пожалуйста, обратную связь, я лично читаю все сообщения и обязательно отвечу https://www.facebook.com/dmitry.yurchenko (ко мне в друзья уже добавиться невозможно, подписывайтесь и пишите лс — все сообщения я получаю и вижу). Мне действительно важно, какой % скачавших этот План, дочитает его до конца и напишет мне.

А пока продолжение плана можно услышать на вебинаре. Мы на нем все рассказываем подробно, в цифрах и с примерами. А тем, кто посмотрит вебинар до конца, мы выдадим инструкцию по выбору ниш.

Увидимся или услышимся, Дмитрий Юрченко

Быть в курсе:

- О трендах онлайн-образования и историях успеха читайте на нашем портале

the-accel.ru

- Чтобы не пропустить новости и узнавать обо всём первым, подписывайтесь на наш телеграм-канал

telegram.me/accelschool

- Актуальная практическая информация по открытию и развитию собственного бизнеса онлайн-школ на нашем канале Youtube

youtube.com/accelbz/

© 2018 — ACCEL