

12+
КАРТИНА НА КАЦ

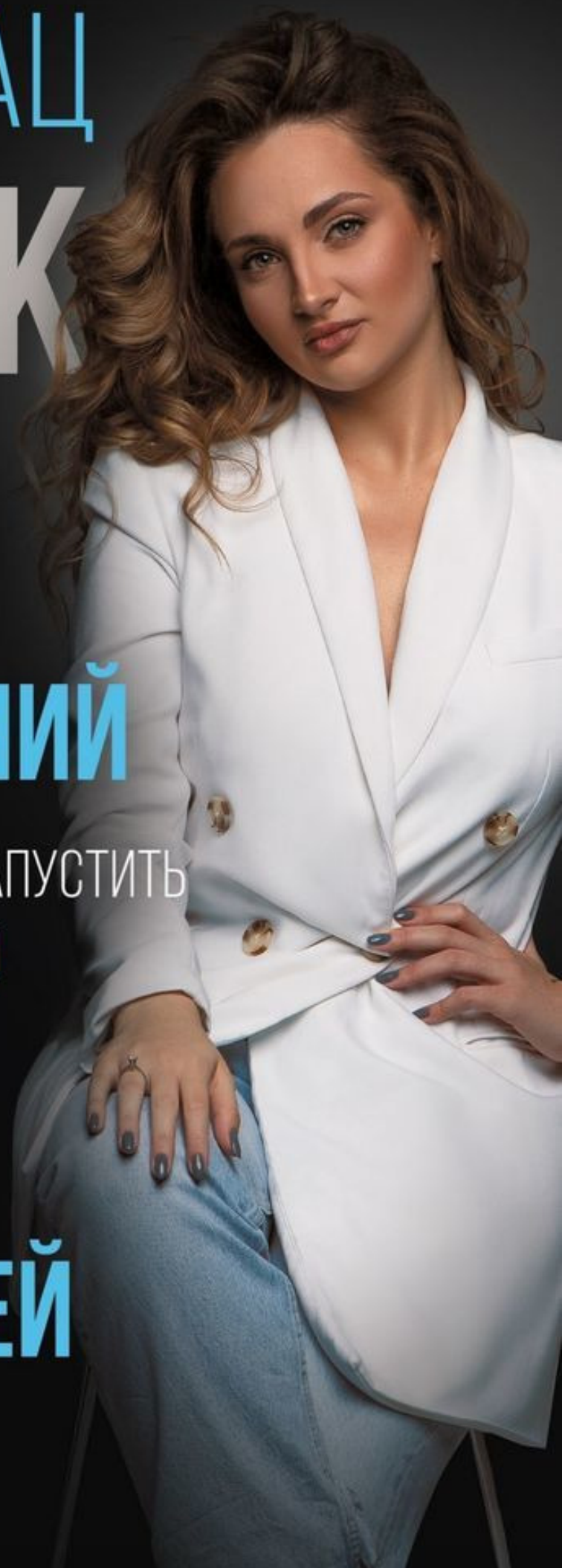
ЗАПУСК

КУРСА

БЕЗ ВЛОЖЕНИЙ

КАК САМОСТОЯТЕЛЬНО ЗАПУСТИТЬ
СВОЙ КУРС ИЛИ МАРАФОН
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

ЗА 30 ДНЕЙ



Карина Кац

**Запуск курса без вложений.
Как самостоятельно запустить
свой курс или марафон
в социальных сетях за 30 дней**

«Издательские решения»

Кац К.

Запуск курса без вложений. Как самостоятельно запустить свой курс или марафон в социальных сетях за 30 дней / К. Кац — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-605923-8

Благодаря этой книге, вы сможете понять, как продавать свою экспертность в онлайн. Используйте эту книгу как пошаговый план действий и перечитывайте её.

ISBN 978-5-00-605923-8

© Кац К.
© Издательские решения

Содержание

Вступление	6
Моя история	7
Глава 1. Как понять, что вы готовы преподавать?	9
У Вас есть знания	10
Желание помочь	11
Стеклянный потолок	13
Выводы	14
Глава 2. Мышление на результат	15
Как не выгореть во время и после запуска	17
Практическое упражнение	19
Выводы	20
Глава 3. Что нужно для запуска?	21
Ошибки в запусках	23
Выводы	25
Глава 4. Пошаговый план создания и запуска курса	26
Стратегия запуска	29
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Запуск курса без вложений Как самостоятельно запустить свой курс или марафон в социальных сетях за 30 дней

Карина Кац

© Карина Кац, 2025

ISBN 978-5-0060-5923-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление

Приветствую вас!

С вами **Карина Кац**, стратег и эксперт по систематизации продаж.

Вы держите в руках мою книгу – а значит, хотите создать свой инфопродукт и монетизировать его. Я готова познакомить вас с четким и понятным алгоритмом запуска курса или марафона **БЕЗ ВЛОЖЕНИЙ**.

Для кого эта книга?

- Для экспертов и блогеров, которые желают создать сильный продукт и найти аудиторию, готовую платить за него деньги.
- Для начинающих продюсеров, которые мечтают увеличить показатели запусков без дополнительных вложений и пробить свой финансовый потолок.
- Для фрилансеров, которые хотят овладеть новым навыком и увеличить средний чек.

Какой результат вы получите от данной книги?

- Поймете, готовы ли вы обучать других и стоит ли это делать.
- Определитесь со стратегией запуска и со всеми необходимыми составляющими.
- Выясните, сколько вы сможете заработать на своем инфопродукте еще до старта продаж.
- Вкусно упакуете свои социальные сети и научитесь создавать продающий контент.
- Определитесь с форматом инфопродукта и создадите его.
- Поймете все шаги прогрева, экологично встраивая в него нужные триггеры.
- Научитесь без напряжения продавать, получая удовольствие от процесса и результата.
- Научитесь правильно подводить итоги работы с целью дальнейших улучшений показателей.
- Обезопасите себя с юридической точки зрения.

В книге вас ждут **ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ-ПОМОЩНИКИ** (шаблоны, таблицы, словарь важных терминов, видеоуроки).

В некоторых главах я разместила практические задания. Если вы хотите получить от книги максимум – выполняйте их обязательно!

Помните: знать – это половина дела. **ВАЖНО ДЕЙСТВОВАТЬ!**

Моя история

Мои рабочие будни начались рано. У мамы было свое турагентство, где я трудилась с 16-ти лет и получала огромное удовольствие от этой работы. Поэтому как только мне исполнилось 18, я оформила компанию на себя и стала владелицей туристического агентства. Мама поддерживала мой выбор и помогала на всех этапах.

В это же время я параллельно получала юридическое образование. Но работа приносила мне куда большее удовольствие, чем учеба. Еще бы... Первые продажи, первые клиенты, первые деньги... Все это словно вскружило мне голову. Я постоянно гналась за результатом, совершенно не обращая внимания на свое внутреннее состояние.

И результат такой гонки не заставил себя ждать. В моей жизни произошли два несчастных случая: сначала авария, потом на мне повис долг в сумме 2 млн рублей из-за недобросовестных клиентов.

Тогда мною было принято решение: перевести турбизнес в онлайн-формат и переехать в другую страну.

Через месяц я переехала в Таиланд. Совсем одна.

Около полгода жизни прошло в Таиланде, все это время я постоянно искала себя и ответ на вопросы: «Кто я в этой жизни? Как могу помогать другим?» Меня восхищали известные блогеры в Instagram¹, которые нашли себя и умели продавать свои знания через блог легко и непринужденно.

Тема продаж меня не отпускала, поэтому дальше я устроилась в центр акупунктуры. Работала с клиентами в качестве переводчика, менеджера по продажам, администратора; была таким «многоруким многоногом». За полгода подобной работы я получила колоссальный опыт продаж с «холодными» клиентами, узнала много маркетинговых фишек.

Но тут начался карантин, многие бизнес-процессы замедлились или остановились. Тогда мне посчастливилось попасть на бесплатную консультацию к одному известному психологу. После консультации с ней я осознала, что живу совсем не жизнью своей мечты, и загорелась идеей пройти трансформационную программу, углубив познания в бизнес-психологии.

Программа стоила очень больших денег, которых на тот момент у меня просто не было. Поэтому я предложила психологу бартер: провела аудит ее аккаунта и расписала, какие курсы мне было бы интересно пройти в сфере саморазвития, а также какие исправления внести в оформление и наполнение аккаунта, чтобы он вызывал больше доверия. Суть бартера была в следующем: я работала три месяца в качестве копирайтера и маркетолога в обмен на бесплатный курс по групповому тарифу программы.

К моему удивлению, психолог с легкостью согласилась на это предложение, и мы приступили к сотрудничеству. Спустя время я узнала: то, что я делаю, называется продюсированием.

Погрузившись в рынок, стала набирать проекты на комплексное продвижение и организацию курсов. Мне было важно постоянно усиливать свои позиции в этом направлении: про-

¹ Здесь и далее по тексту Instagram – экстремистская организация, запрещенная в РФ.

ходить дорогие обучения, брать еще больше клиентов, работать в режиме 24/7. Я сотрудничала с блогерами-миллионниками, набрала свою первую команду, самостоятельно обучала их собственной системе запусков.

Число клиентов росло в геометрической прогрессии, их доходы тоже. Я понимала, что моя схема запуска работает на все 100%. Только чек оставался на прежнем уровне – до 300 тысяч рублей в месяц. Меня это не устраивало, и я решила на масштабирование. В декабре 2022 г. я вышла из продюсирования и начала консультировать и обучать экспертов и предпринимателей по договору с гарантом финансового результата.

С августа 2020 г. по июль 2023 г. я создала и запустила 85+ онлайн-проектов в 15-ти нишах. Помимо этого наработала 1000+ часов в консалтинге экспертов и предпринимателей из b2c-бизнеса (онлайн и офлайн).

Работала с блогерами-миллионниками (Анна Бузова (2 млн подписчиков), Екатерина Цивнаридзе (1,6 млн подписчиков) и др.) и известными экспертами (топ-детский фотограф – Мария Струтинская (115 тыс. подписчиков), женский психолог – Алина Пичугина (23 тыс. подписчиков), эзотерик, энергопрактик – Анастасия Глазунова (78,2 тыс. подписчиков), директор по глобальному развитию Rakuten Viber (IT) – Анна Знаменская (98,7 тыс. подписчиков), президент конкурса «Мисс Вселенная – Украина» – Анна Филимонова (63 тыс. подписчиков), эзотерик – Майя Мандала (18 тыс. подписчиков) и др.)

В эту книгу я вложила свои знания и практический международный опыт, чтобы вы могли с легкостью монетизировать информацию, которой обладаете.

Вам останется только брать и делать. Повторю еще раз: это книга-действие. Если вы будете следовать всем моим инструкциям и рекомендациям, вас однозначно ждет успех и монетизация.

Я желаю вам богатства и процветания!

Та-дам, мы начинаем!

Глава 1. Как понять, что вы готовы преподавать?

Прежде чем создать свое детище в онлайн-формате, необходимо быть уверенным, что вы хотите преподавать и посвящать этому свое время.

Большинство людей считают, что создать и запустить курс – это проще простого, ведь **ЭТО ЖЕ НЕ НА ЗАВОДЕ ПАХАТЬ!**

Если и вы так думаете, то спешу огорчить. На самом деле запускать и продавать инфо-продукты – это полноценный бизнес, в котором надо «вариться» ежедневно. Поэтому если вы не готовы вкладывать свое время в этот труд, не стоит и начинать.

Как же определить ту самую границу между «еще рано преподавать» и «уже пора»? Читайте пункты ниже и ставьте галочки, если это о вас.

У Вас есть знания

Вы прошли немало курсов, прочли более 20-ти книг и, кажется, имеете большой объем теоретических знаний.

Можно ли назвать вас компетентным преподавателем?

Нет.

Объясню, почему.

Представим студента-юриста, который ходил все четыре года на лекции, но так и не дошел до практики в суде. Он оканчивает университет и ищет первого клиента. Кто ему доверится? Никто.

Без практического опыта знания никому не нужны.

Теория – это фундамент, на котором построена вся ваша деятельность. Этих знаний достаточно для вашего старта, но для обучения других – нет.

Вы должны уметь решать конкретные проблемы людей, за которые они готовы заплатить деньги. Это умение должно быть подтверждено неоднократно вашими соответствующими результатами.

Поэтому НЕ СПЕШИТЕ создавать свой курс, если опыта нет.

Не стоит также заниматься копированием чьего-то успеха, осуществлять продажи ради продаж и создавать продукт ради продукта – это ложная стратегия.

Если у вас возник вопрос «почему» или появились первые догадки, значит, вы готовы перейти к следующему пункту.

Желание помочь

Не нужно идти в инфобизнес только потому, что вы хотите много зарабатывать. Да, деньги здесь есть. Но в первую очередь у вас должно быть желание помогать людям, как бы банально это ни звучало.

Создавайте инфопродукты, которые рождаются из вашего стремления делиться тем, в чем вы разобрались, освоились и готовы помогать другим. В таком случае продавать вам будет проще, потому что вы сами взрастили эти идеи изнутри и верите в них. Такие продукты всегда видно. И их покупают.

При этом обратите внимание на следующие моменты.

- Помогайте, а не продавайте.

Покажите клиенту, что вам важно не заставить его купить, а помочь решить проблему, связанную с продуктом.

Вспомните свои ощущения в тот момент, когда вас буквально вынуждают купить какую-то вещь. Согласитесь, это вызывает раздражение. Доверие к такому продукту и к тому, кто его продает, сразу сводится к нулю, а желание покупать автоматически отпадает. Но если каким-то образом вы все же и приобретете подобный результат чьей-то деятельности, то, вероятнее всего, совершенно не сможете понять его ценности и извлечь из него какую-то пользу. Следствием этого будет разочарование. То же самое произойдет и с вашим клиентом.

Продажи ради продаж не имеют ничего общего с продажей качественного и ценного продукта. Лично я ЗА продажи по любви и с перспективой на долгие отношения с клиентом.

Хотите иметь высокие чеки и лояльных клиентов – возьмите этот пункт за правило.

- Взаимодействуйте со своей аудиторией, анализируйте и понимайте ее боли.

Демонстрируйте ценность вашего продукта и искренне пытайтесь помочь. В этом случае агрессивные продажи будут не нужны. Клиент сам скажет: «Я хочу купить. Вот мои деньги».

Что подразумевается под искренней помощью? Да, нам нужно продавать продукт, но важно делать это искренне: результат ученика должен стать для вас важнее всего, и он должен это чувствовать. А почувствуется это всегда, уж поверьте мне.

Самое главное – осознание вашей полезности и понимание этого фактора среди аудитории.

Кстати, иногда ваш отказ от продажи – это тоже желание помочь. Не нужно продавать продукт тому, кому он не принесет никакой пользы.

Вы должны четко осознать, какую помощь вы можете оказать людям, находящимся в точке А, и понимать, как благодаря своим знаниям вы можете привести их к точке Б. При-

чем конечная точка должна быть приближенной или равной вашему результату, в зависимости от запроса клиента и данных вами обещаний.

- Не стоит изобретать и придумывать что-то новое, личная история зачастую – самый действенный базис для продаж.

Ваша главная цель – доведение обучаемого до лучшего результата. Для начала можно продавать необъемный короткий продукт в виде марафона / чек-листов и прочего. Это позволит вам понять психологию продаж, начнет вырисовываться понимание системы преподавания, механизмов, которые помогут подстроить ее именно под вашу аудиторию. Пробуйте и набирайтесь опыта, тогда запуск качественного продающего курса будет для вас более реальной задачей.

Стекло́нный по́толок

А теперь я предлагаю посмотреть правде в глаза и оценить точку, в которой вы сейчас находитесь. Проверьте, находитесь ли вы в зоне комфорта и все ли вас устраивает? Или же вам стало здесь скучно? Если вы понимаете, что ваш доход достиг своего потолка и результаты клиентов уже не вызывают чувства полного удовлетворения, то я вас поздравляю! Как только к вам приходит это осознание – пора масштабировать свое дело и передавать свои знания другим.

Когда я достигла своего потолка и поняла, что стою на месте: зарабатываю ту же сумму, даю тот же опыт и получаю ту же обратную связь – мне стало скучно. И я так благодарна себе, что тогда решилась на перемены и теперь могу делиться своей историей и опытом с вами.

Выводы

1. Если у вас есть знания, желание помогать и вы хотите большего, чем сейчас имеете, тогда вы готовы преподавать, и моя книга вам в этом точно поможет.

2. Инфобизнес – это ежедневная работа, на которую необходимо затрачивать как минимум 3—4 часа в день.

3. Здесь нет волшебной кнопки «деньги».

Прежде всего вам необходимо понять одну очень простую, но важную истину: то, сколько вы будете получать, зависит от того, сколько вы даете / вкладываете. Что посеешь, то и пожнешь.

Уверена, вы согласны в этом со мной. Сам факт того, что вы приобрели и читаете эту книгу, уже говорит о вашей готовности идти только вперед.

Дальше – все самое интересное!

Глава 2. Мышление на результат

Для того чтобы зарабатывать достойные деньги на запусках, эксперту важно работать над своим мышлением. Для каждой новой ступени человеку нужно в чем-то отказаться от себя прошлого и создать себя нового. Если вы к этому готовы – у вас все получится.

Самое главное – это вера в себя, в свои силы и успех. Важно не давать страхам одержать над вами верх. А их перед запуском может быть много.

Перечислю самые распространенные.

- *А вдруг у меня ничего не получится...*

Я знаю лишь один способ справиться с этим страхом. Хотите услышать ответ?

Это брать и делать.

#

То, что мы боимся создавать что-то новое, нам неизвестное – это нормально. Так устроен наш мозг. Его задача – защищать нас от того, что причиняет дискомфорт. И он любыми способами будет отговаривать нас от попыток с целью уберечь от стресса.

#

Но загвоздка в том, что именно это новое и неизвестное дает нам пространство для развития и выводит на новый уровень. Так совершаются открытия, запускаются новые компании, люди становятся известными и т. д. Это происходит именно благодаря тому, что когда-то был сделан шаг в новое и неизвестное.

Признаюсь честно. Я тоже боялась в начале своего пути, но просто делала – шла навстречу своему страху, сфокусировавшись на цели и будущем результате.

#

Поэтому, если вы действительно хотите чего-то добиться, ваша задача – сделать неизвестное и непонятное привычным и рутинным. И прийти к этому можно только через опыт.

- *У людей нет денег, чтобы покупать программы обучения.*

Мысль, которая, я уверена, рассеет ваши иллюзии: у людей есть деньги на обучение, просто они ПОКА платят их не вам. А чтобы они платили их вам – нужно просто создать достойный продукт и грамотно его продавать.

- *А вдруг никто не придет / не купит.*

Такое просто невозможно, если вы знаете свою целевую аудиторию (подробнее о ней я буду говорить далее), ее потребности, боли и как, исходя из своего опыта, помочь решить проблему.

- *Вдруг людям не понравится мой продукт.*

Это значит, что вы сами не уверены в том, что делаете. Ваш продукт должен быть качественным и улучшать жизни людей. Если вы знаете, что человек будет счастлив, совершив эту покупку, у вас не будет возникать подобного страха. Продавать нужно только то, что стоит купить. Если у вас все же присутствуют такие опасения, вернитесь к первой главе книги и перечитайте ее заново.

- *Я ничего не понимаю в запусках.*

Для начала нужно принять тот факт, что самый первый запуск в любом случае будет скорее образцом для будущих. Он нужен не для того, чтобы сразу привлечь всех потенциальных клиентов (хотя при грамотном подходе, описанном в данной книге, это вполне возможно), а для того, чтобы для начала сделать хотя бы небольшой продукт и понять, из каких шагов состоит запуск.

Как не выгореть во время и после запуска

Часто возникают ситуации, когда эксперты крутятся как белка в колесе, но вместо желаемого результата получают лишь выгорание. Как этого избежать?

Я подготовила для вас несколько лайфхаков.

- Определите свою главную цель.

Когда перед нами нет четкого ориентира – светящегося маяка, то нет и самого пути.

Для начала необходимо осознать, к какой жизни вы стремитесь: сколько в день работаете? Как и за что получаете деньги? Сколько зарабатываете? Как проходит ваш день? Кто рядом из окружения?

Представьте в голове свою идеальную картинку жизни, чтобы понимать, ради чего трудитесь и что получаете по итогу. Тогда появится мотивация больше заниматься любимым делом.

- Разрешите себе ошибаться.

Есть такое понятие, как синдром отличника. Это постоянное стремление достигать высоких целей, получая при этом похвалу и одобрение окружающих. Если вы обесцениваете все свои достижения и мыслите в формате «все получилось – я молодец, все провалилось – я плохой», то исправляйте это немедленно! Относитесь к ошибкам спокойно. Это нормально. Не ошибается тот, кто ничего не делает.

- Будьте самим собой.

Часто эксперты выгорают из-за типичных шаблонных запусков, когда им не нравится писать посты и создавать сторис чужими словами. Поэтому я в очередной раз призываю вас не делать ничего под копирку. Делайте так, как вы сами хотите и чувствуете.

Попробуйте разные форматы подачи себя в социальных сетях. И то, от чего будете получать больше удовольствия и на что лучше всего будут реагировать люди – оставляйте и масштабируйте.

- Научитесь расставлять приоритеты и фокусироваться на главном.

Не беритесь за кучу дел одновременно. Расфокусировка не приведет ни к чему хорошему. Вы получите лишь выгорание, срывы и упустите из виду важные детали.

Когда у вас есть план и расписание дня, то работа не занимает много времени и приносит больше удовольствия.

- Научитесь делегировать.

У кого девиз по жизни: «Я все сам (а)»?

В одиночку далеко не уедешь, поэтому учитесь делегировать операционные и рутинные задачи. Это поможет вам оставаться всегда в ресурсном состоянии и фокусироваться на важном.

- Найдите своего наставника и / или психолога.

Иногда так хочется просто перед кем-то выговориться, попросить совета – тут-то и приходит на помощь другой человек. Это может быть наставник и / или психолог / коуч. Человек, который прошел схожий путь, всегда может указать правильное направление и поддержать.

- Позволяйте себе отдыхать.

Научитесь расслабляться. Здесь у каждого свои способы. У кого-то это спорт, для кого-то – массаж. Чем лучше и энергичнее себя чувствуете, тем быстрее произойдет прорыв в реализации вашего проекта.

Практическое упражнение

Англичанин Ричард Вайсман из университета Хартфордшира 10 лет проводил научные эксперименты, чтобы выяснить то, что давно знали: наша удача – в наших руках.

Ссылка на статью:



Изучите внимательно таблицу ниже и ответьте на вопрос: «К какому типу людей я отношусь?»

ЭКСПЕРИМЕНТ РИЧАРДА ВАЙСМАНА

УДАЧЛИВЫЕ ЛЮДИ	НЕУДАЧЛИВЫЕ ЛЮДИ
творят	не применяют креативность
замечают возможности	пропускают возможности
действуют	бездействуют
доверяют интуиции	не доверяют интуиции
расслаблены	напряжены
находятся в ожидании лучшего	не ожидают

Выводы

1. Верьте в себя, отбросьте свои страхи и повышайте экспертность. Только так вы сможете продавать в удовольствие.

2. Избежать выгорания вам поможет четкое планирование дел, среди которых будет время для отдыха. Научитесь также делегировать, откажитесь от режима многозадачности и разрешите себе ошибаться. Ведь, как известно, за каждой ошибкой кроется рост.

3. Мыслите как удачливые люди и работайте над своим состоянием.

Глава 3. Что нужно для запуска?

Давайте поговорим о том, что же необходимо иметь и знать о запуске инфопродукта, чтобы он получился действительно крутым и принес много продаж. Мы ведь этого хотим, правда?!

Итак, приступим.

Аудитория = есть, кому продавать

Да, это практически самый важный пункт, от наличия или отсутствия которого в корне зависит успех запуска.

Для того чтобы кому-то что-нибудь продавать, необходимо, чтобы был тот, кому это можно продать, и тот, кто у вас будет покупать.

Для прицельного поиска необходимо сформировать портрет целевой аудитории, иметь детальное и четкое представление о том, как будет выглядеть ваш покупатель. Это необходимо не только для рекламной кампании, но и для формирования стратегии продвижения в целом.

Часто бывает так, что люди при самостоятельном запуске упускают самые важные моменты проработки целевой аудитории. Они думают, что и так знают все о своих подписчиках, что они сами когда-то были на их месте и прекрасно осведомлены, что им нужно. Либо что их курс подходит всем. Но это лишь субъективное мнение, которое не имеет ничего общего с настоящими продажами. Как сформировать потребности своей ЦА (целевой аудитории), мы рассмотрим в 6-й главе.

Продукт = есть, что продавать

Да, для того, чтобы продавать, необходимо иметь предмет продаж. Создавайте продукт, который несет пользу и ценность для клиентов. Тогда его точно будут покупать.

Если ваш продукт будет уникальным на рынке – это прекрасно! Но не обязательно создавать что-то новое, можно подсмотреть, трансформировать что-то уже существующее, встроив в свой продукт. Не стоит копировать, тренируйте насмотренность, видоизменяйте идею и формируйте свою. Главное – будьте профессионалом.

Стоит понимать, что запустить курс и другие инфопродукты «раз и на всю жизнь» – не получится. Онлайн-индустрия развивается в геометрической прогрессии, поэтому важно идти в ногу со временем, обновлять и дополнять обучающие программы ежеквартально.

Продажа = покупающая аудитория

Для того чтобы сделать крутой запуск, нужно завоевать лояльность аудитории. Если аудитории нет, то сначала набирайте клиентов для продуктов с точечной пользой и только потом создавайте курс и продавайте его.

Личная рекомендация: если вы пока не понимаете, что дать другим людям в формате курса или марафона – начинайте с консультирования и долгосрочного сопровождения. Так вы сможете лучше выявить свои сильные стороны как учителя, сделать кейсы и создать методологию инфопродукта, который даст людям реальный результат.

Три этих пункта – ключ к успешному запуску. И, кажется, все просто. Но не забывайте, что это комплексная и полноценная работа, какого бы вопроса мы ни касались: в работе с аудиторией, в работе с продуктом, в работе с продажами. Продавать необходимо либо запусками (периодически), либо на постоянной основе.

Ошибки в запусках

Прежде чем вплотную приступить к работе, давайте разберем самые частые ошибки при запуске.

- Ожидание миллионных оборотов с первого запуска.

Понятно, что всем хочется по итогу запуска иметь хороший финансовый результат. И если кто-то заработал миллионы за месяц – это, несомненно, вдохновляющий кейс.

Но вы же понятия не имеете о полном бэкграунде этого проекта. Чтобы прийти к подобным цифрам, нужно проделать огромный пласт работы. За спиной эксперта с миллионными доходами всегда стоит армия учеников и огромное количество тестов-ошибок.

При планировании первого запуска, вероятнее всего, у вас нет таких же ресурсов, опыта, команды и крутого продукта. А значит, сразу повторить подобный успех вы физически не сможете.

Я советую искать вдохновение и идеи в кейсах вашего уровня.

Здорово, если заработок будет расти постепенно, ежемесячно. Планомерный рост – это уже показатель того, что вы все делаете правильно. Миллионов сразу не будет, и я не дам волшебную таблетку, если вы ее тут искали.

- Делать запуск только ради денег.

Об этом я уже частично говорила в 1-й главе. Думаю, повторить еще раз не будет лишним.

Хотеть много зарабатывать – это отличное желание. Но вы должны гореть тем, что вы делаете. Отсутствие души и только стремление заработать деньги всегда чувствуются. Пусть в каждом вашем продукте ощущается частичка вас самих. Пропускайте все, что делаете, через себя и позволяйте людям больше узнавать о вас.

- Перфекционизм.

Чтобы не терять время попусту, важно создать жизнеспособный продукт. Это значит, нужно сделать хоть что-то, пусть даже неидеально, чем не сделать вообще.

Можно постоянно выстраивать структуру, продумывать стратегию, стремиться к идеалу. При этом тратить на лишние задачи много времени и энергии и, как следствие, упускать важные стратегические задачи.

Когда же вы ставите перед собой небольшие задачи, то вам проще с этим работать. Вы можете сразу протестировать, понять, где ошибки, и улучшить продукт в соответствии с обратной связью, которую получаете.

- Большие затраты.

На старте не следует инвестировать деньги и время на инструменты, которые «может быть, пригодятся». Для первого запуска не нужны дорогие сайты, 100500 сотрудников и миллионные вложения в рекламу. Важная задача на этом этапе – протестировать спрос с минимальными вложениями или без таковых.

Инвестируйте только в те направления, где вы с большей вероятностью сможете добиться поставленной цели. Только так останетесь в плюсе. В дальнейшем можно добавлять другие инструменты продаж и продвижения.

- Собирать сразу большую команду.

Некоторые эксперты не хотят приступать к запуску, пока не соберут огромную команду специалистов. На начальном этапе не обязательно иметь вокруг себя всех: копирайтера, сторис-мейкера, reels-мейкера, менеджера по рекламе, методолога... Конечно, делегирование – это прекрасно, но только когда вы выходите на новые уровни. На старте нанимать большую команду – это путь к неоправданным расходам.

Первый запуск эксперт в силах сделать самостоятельно либо с помощью ассистента.

Выводы

1. Аудитория, продукт и продажи – это три кита в основе качественного запуска.

Когда эти три кита стоят у берега ровно, красиво и улыбаются вам, тогда все будет в порядке. Но как только один из них уплывает в океан, то остальные последуют за ним. Поэтому важно балансировать, чтобы не допустить перекосов в системе. Когда будут соблюдены все условия – запуск пройдет на ура.

2. Вы узнали о частых ошибках при запуске.

Ваша задача не просто знать о них, но и стараться не допускать их в работе. Не стоит ожидать миллионных оборотов с первых продаж, набирать большую команду и инвестировать на старте много денег в продвижение и рекламу. Создавайте продукт и сразу тестируйте его. Главное, не забудьте вложить в него частичку своей души, тогда будут все шансы на успешный запуск и довольных клиентов.

Глава 4. Пошаговый план создания и запуска курса

«Ничего не понятно! Что вообще нужно делать?»

Это частый вопрос перед запуском. Совершенно непонятно, что и как нужно делать. Ясно одно: делать нужно!

Если у вас возникает подобный вопрос – не нужно стыдиться и игнорировать его, думая, что все очевидно, а вы никак не можете сообразить. Для начала нужно сесть и разложить по пунктам: что, зачем и как. Прописать так называемую «карту запуска», которая станет вашим ориентиром и маршрутом к поставленной цели.

Изучите эту карту запуска:



Распаковка личности

Первое, что мы должны сделать на этом этапе, это распаковать личность.

Распаковка – процесс извлечения ваших смыслов в виде интервью, то есть ответы на определенные вопросы. Она нужна каждому, кто планирует делать запуск. А значит, нужна и вам. Зачем?

- Распаковка позволит определить основную тему блога – то, что вы будете транслировать.
- С ее помощью вы научитесь превращать события вашей жизни в контент.
- Благодаря ей будут структурированные заготовки информации для прогрева.
- Она поможет выявить те ценности, которые будут объединять вас и вашу аудиторию.
- Вы сможете легко быть самим собой, а подписчики будут считать это.

Ваша задача – быть честным, чтобы привлекать в блог «своих» людей, которым нравятся ваши личность, экспертность и ценности.

Продажи будут выше, когда вы предстанете в истинном свете и правильно подадите себя аудитории.

Я думаю, вы уже поняли, что перед запуском и во время него нужно не просто транслировать экспертный контент. Здесь важно проявляться, показывать себя, свои ценности и интересы, раскрываться как человек, как личность. В таком случае у ваших потенциальных клиентов сложится ощущение, что они с вами уже давно знакомы, даже если и подписались на вас всего неделю назад.

Задайте себе вопрос: *«У кого вы чаще всего покупаете?»*

Скорее всего, ответы будут примерно такими:

«У того, кого знаю или кого порекомендовали знакомые»;

«У того, кто мне нравится»;

«У того, с кем совпадают мои ценности».

В продажах, особенно в онлайн-формате, важно чувство симпатии. Поэтому в блоге и нужно смешивать, чередовать, переплетать экспертность и личность.

В начале распаковки вы можете столкнуться со следующими проблемами:

«Я не вижу в себе ничего выдающегося»;

«У меня нет никаких отличий от других»;

«Я не могу понять, в чем же моя фишка и как ее найти?»

А фишка эта заключается в том, что у любого из нас есть своя особенность. Я убеждена, что в каждом человеке скрыт свой бриллиант и как раз-таки распаковка помогает вытащить его на поверхность.

Перед тем как вы начнете делать распаковку, хочу вам дать пару советов.

- Отбросьте внутреннего критика. Ищите все, что захотите и сможете.
- Лучше вытащите максимально много смыслов, чем мало.

• Не гонитесь за идеальностью. Пусть первая распаковка не будет совершенной. Здесь не важна идеальность, здесь важна реальность. Распаковка – это осмысление ценностей в вашем текущем состоянии. И это осмысление может, я бы даже сказала, будет меняться со временем. Вы не делаете распаковку раз и на всю жизнь. Поэтому не нужно здесь ничего усложнять.

А теперь можете переходить к самим вопросам для распаковки по QR-коду:



ПРЯМО СЕЙЧАС, не откладывая, перейдите к таблице и заполните ее. Только после этого возвращайтесь к этой главе.

Итак, из полученных ответов выделите для себя самые ключевые, которые помогут вам создать свою историю. Нужно будет перевести эти ответы на язык контента. А о нем более подробно мы поговорим в 8-й главе.

Резюмируя вышесказанное, хочется до вас донести, что распаковка – это самый неустойчивый этап в плане полного непонимания, который приведет вас к возможному появлению каких-то гипотез: о чем вы хотите говорить и что продавать своей аудитории. Вы должны очень хорошо знать себя и прийти к внутреннему пониманию своей сути и полной гармонии с ней, которую вы будете транслировать во внешний мир.

Стратегия запуска

Во время составления стратегии проекта вы должны охватить многие важные моменты: проанализировать целевую аудиторию, определиться, что и как будете запускать, понять, кому и как будете продавать.

На реализацию цели во время разработки стратегии я рекомендую закладывать от двух недель до двух месяцев. Но золотая середина и самый правильный временной отрезок – это месяц. Да, в течение одного месяца можно реализовать запуск.

Здесь я пока кратко расскажу о стратегии ведения проекта. Дальше мы еще вернемся к вопросу о том, как прописать стратегию, что должно в нее входить и какую пользу это нам принесет.

Создание продукта

Вопросы, которые нужно решить на этом этапе: разобраться с методологией продукта, выбрать его формат, тему и определиться с ценой.

ВАЖНЫЙ МОМЕНТ: вы можете записать курс после продаж, что я и рекомендую делать на первых запусках.

К сожалению, иногда бывает так, что вы записали курс, но его никто не купил. И в этом нет ничего страшного. Расстраиваться по поводу потраченных времени и усилий не нужно, любое действие – это опыт.

Планирование задач, прогрева и продаж на ближайший месяц

Когда выстроится четкое понимание того, что вы запускаете, для кого и как продаете, очень важно перейти к планированию необходимых задач на текущий месяц.

К любому вопросу необходимо подходить детально и расписывать все поэтапно. Организация – очень важная и полезная вещь, которая позволяет не расплываться, не терять фокус и идти к поставленной цели.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.