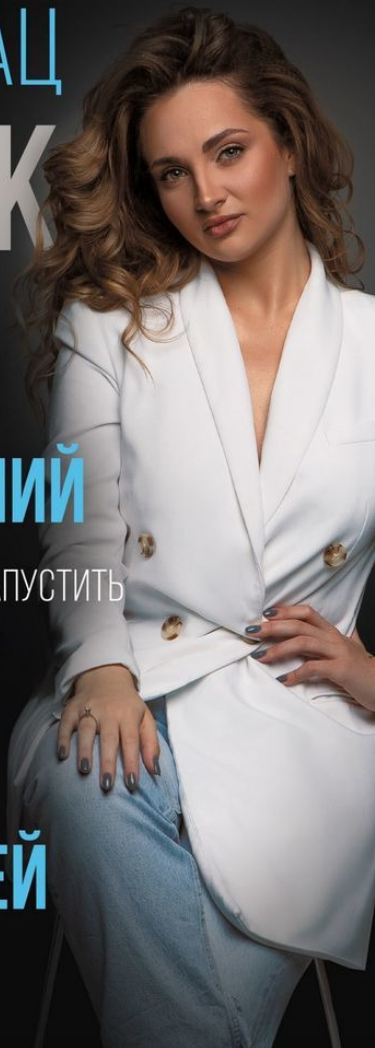


12+
КАРИНА КАЦ

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

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69710803
ISBN 9785006059238

Аннотация

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

Содержание

Вступление	5
Моя история	8
Глава 1. Как понять, что вы готовы преподавать?	13
У Вас есть знания	14
Желание помочь	16
Стеклянный потолок	20
Выводы	21
Глава 2. Мышление на результат	22
Как не выгореть во время и после запуска	25
Практическое упражнение	29
Выводы	31
Глава 3. Что нужно для запуска?	32
Ошибки в запусках	35
Выводы	39
Глава 4. Пошаговый план создания и запуска курса	40
Стратегия запуска	46
Конец ознакомительного фрагмента.	48

**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 этаким «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

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

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: проходить 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 финан-

сового 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 инфопродукты – 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 соответствующи-

ми 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 купить 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 чувствуется 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.

Стеклоянный потолок

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 лю-

быми 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 выго-

рание, 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 про-

рыв 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
творяют	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 обу-

чающие программы ежеквартально.

Продажа = покупающая аудитория

Для того чтобы сделать крутой запуск, нужно завоевать лояльность аудитории. Если аудитории нет, то сначала наберите 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, упус-

кать 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, мето-

долога... 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:

ДОРОЖНАЯ КАРТА 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 потраченного 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 расплыться, 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.