

Jak na  
ONLINE KURZ

---

*Krok za krokem*

*Veronika Hejnová*



# Proč ONLINE kurz?

---

- Díky online kurzu můžete nabídnout vzdělání **dostupné pro každého**, kdo má online připojení a počítač.
- Díky komplexnímu produktu, můžete předat své know how a postupy, vést, učit a měnit životy **většímu počtu klientů**.
- Vytvoření kvalitního online kurzu pro vás může být také cesta k zajímavému **pasivnímu příjmu**.

# Hlavní benefity

## Pasivní příjem

- Na začátku jednorázové náklady na přípravu, poté ale kurz může vydělávat sám

## Budování dobrého jména a získání nových zákazníků

- Po jeho zveřejnění se o vás dozví i neznámí lidé.

## Uspokojíte více zákazníků než při klasických konzultacích



# Před začátkem ...

---

- Před samotnou tvorbou kurzu je potřeba vše pořádně **naplánovat**
- Je opravdu důležité vědět, **pro koho je náš kurz určen**
- Je nutné vyspecifikovat **cílovou skupinu zákazníků**

CHYBOU Č. 1 V MARKETINGU JE MYŠLENKA, ŽE JE NUTNÉ PRODÁVAT VŠEM.  
JE TO DRAHÉ A NEEFEKTIVNÍ!  
POTŘEBUJETE SE ZAMĚŘIT NA KONKRÉTNÍ SEGMENT TRHU!  
PAK PŘEJÍT NA DALŠÍ A DALŠÍ.  
KROK ZA KROKEM!

Je to muž nebo žena? Kolik má let?  
Jakou má práci, kolik vydělává?  
Je svobodný/ v manželství, má děti?

Jaké má přání, sny touhy?  
Jaké jsou jeho koníčky?

## KDO JE NÁŠ ZÁKAZNÍK?

Co ho trápí, s čím bojuje, čemu  
nerozumí?  
Jaký je jeho největší problém?

Proč od nás nakupuje, jaké touhy si  
naplňuje?



# CESTA ZÁKAZNÍKA

aneb jaké kroky musí zákazník podniknout cestou do cíle?

KDE SE ZÁKAZNÍK NACHÁZÍ PŘED NÁKUPEM NAŠEHO KURZU (BOD A)



KDE SE BUDE NACHÁZET PO ABSOLVOVÁNÍ KURZU (BOD B)



JAKÉ MILNÍKY (KROKY) MUSÍ ZÁKAZNÍK PROJÍT, ABY SE DOSTAL Z BODU A DO BODU B?

# Jak komunikovat? Ach ty texty ...

(skripty pro video, ale i prodejní texty)

---

1. Texty vždy píšeme PRO našeho CÍLOVÉHO ZÁKAZNÍKA
2. NADPIS A PODNADPIS (název videa, magnetu, emailu) je to to, co vidí klient jako první. Musí zaujmout na první pohled! Stručný jasný, výstižný. Bez cizích slov.
3. Píšeme kratší a jednodušší věty, nevětvíme, zakončujeme myšlenky. Text rozdělujeme do ODSTAVCŮ, musí být snadno čitelný. Odstavce by měly být krátké a na sebe navazující.
4. Text nebo projev musí vzbudit POZORNOST- ZÁJEM -TOUHU a zvat k AKCI



# Jak komunikovat? Ach ty texty ...

(skripty pro video, ale i prodejní texty)

---

5. PROČ? Často uvádíme naši vizi, to čemu věříme a proč tomu věříme

6. PROBLÉM vs. ŘEŠENÍ – Klienti se lépe vcítí do situace, pokud ve sdělení budeme komunikovat situaci na začátku a jak se jejich situace (život) změní po použití našeho řešení.

7. VBUZUJME EMOCE A BUĎME OSOBNÍ – plakat, smát se, mít radost, vše je dovoleno. Buďme osobní a sdílejme své zážitky i pocity. Lidé si do situací dosadí sami sebe.

8. LOGIKA A OBJEKTIVNOST – můžeme uvést čísla a důkazy pro to, co tvrdíme?  
Sem s nimi!



# Jak komunikovat? Ach ty texty ...

(skripty pro video, ale i prodejní texty)

---

9. VYPRÁVÍME PŘÍBĚHY – Lidé rádi poslouchají pohádky. Sdílejme osobní příběhy, naše, našich známých nebo zákazníků. Chceme vtáhnout posluchače do děje a každý chtěl vědět, jak příběh dopadne.

10. VLASTNOSTI A PŘÍNOS – Pokud v projevu zmiňujeme funkce, vlastnosti, nezapomínáme zmínit i následný přínos, které řešení přinese do klientova života (doplňujeme kouzelná slovíčka ABY nebo COŽ ZAJISTÍ... a uvedeme konkrétní příklad)

11. AKCE na závěr – Na konci vyzýváme k akci a k dalšímu kroku. Je třeba klienty přesně vyzvat k tomu, co mají udělat, nevědí to. (Stáhněte si meditaci Zdarma, registrujte se k odběru dalšího dílu, prozoumejte Placenou část kurzu ZDE apod)

# Jaký obsah budeme potřebovat do ONLINE kurzu?

---

- Kromě samotného výukového **obsahu kurzu** bude potřeba připravit i materiál na prodejní stránku (**prodejní video**) a videoobsah zdarma (**magnety**).
- **PRODEJNÍ STRÁNKA**
  - **Prodejně neprodejní☺ video** (do 10 minut)
  - Volitelné: Videopozvánky od lektorů, videoukázka obsahu uvnitř kurzu, videoreference spokojených účastníků
- **MAGNETY**
  - 1-3 videa, ve kterých dáváme kvalitní obsah zdarma za kontakt. TOP obsah I zpracování s cílem zaujmout .



# Videoskript prodejního videa

---

- 0. Nadpis stránky...** úvod. Je vhodné položit otázku – vytrhnutí z pozornosti
- 1. Jsem X a dělám Y** a mám pro vás nyní příležitost k... (upoutání pozornosti)
- 2. Stalo se vám někdy...** řešili jste někdy tato trápení (ukázat na problém)
- 3. Mně ano...** (osobní příběh trápení mě nebo mých klientů a hledání cesty ven)
- 4. Kredibilita a proč já** (řešení a výsledky mé a mých klientů)
- 5. Co se prodává** (představení produktu a jeho přínosu)
- 6. Proč je to skvělé** (vytvořit zájem a touhu, emoce + logické argumenty)

# Videoskript prodejního videa

---

7. **Vyřešení námitek...** (odpověď na obvyklé dotazy, strachy, buď me upřímní)
8. **Cena a proč je tak skvělá** (srovnání přínosu/investice, říct cenu)
9. **Bonusy...** (dejme něco navíc, doplněk, vyvrácení námitky a rozšíření hodnoty)
10. **Garance a záruky...** (co garantujeme a jakou ochranu dáváte, proč jsou v bezpečí)
11. **Urgence, výzva k akci a omezení** (proč je třeba jednat teď a co mají udělat)



# Magické magnety

hodnotný obsah na úvod

---

- Neodmítnutelný dárek pro naše zákazníky je obsah zdarma, který vyměníme za kontakt. Budujeme důvěru a následný prodej je pak už jen další logický krok.
- Co zákazník nemůže odmítnout? Z čeho bude nadšen? Jaký konkrétní problém mu pomůžeme dárkem zdarma vyřešit?
- Dejme dárek a následně dostaneme ŠANCI PRODAT!

# Magické magnety – struktura

---

1. NADPIS – rozhodne na stránce i v reklamním textu, zda upoutáme pozornost-

- *Jak dělat ... a vyhnou se ...*
- *Pravda o ....*
- *7 důvodů proč ....*
- *Co dělat, když jde o ...*

2. VELKÝ SLIB – uveďte na úvod konkrétní výsledek, profit. Ukažte, že způsob je jiný, unikátní.

- *Jaký výsledek poskytuje produkt?*
- *Jaký bude život klienta, když si produkt pořídí?*
- *Čím je produkt unikátní?*



# Magické magnety – struktura

---

## 3. RYCHLE A JEDNODUŠE

- Magnety by neměl být příliš dlouhý. Řešení dáváme rychle, jednoduše, bez složitého studování. Magnet by měl být stručný a výstižný.

## 4. DÁME JÁDRO, NE OBALY

- Nebojme se dát to nejlepší na začátek a zdarma! Dejme skutečnou hodnotu. Jako v životě I ve vztazích. Možná nebude jiná možnost. 10x dej a 1x ber.

## 5. DÁME KONKRÉTNÍ ŘEŠENÍ –

- Buďme konkrétní a nabízejme konkrétní řešení. -Vyhněme se obecným radám a doporučení. Dejme lék na jednu konkrétní nemoc.

# Magické magnety – struktura

---

- JEDNA VELKÁ VĚC

- V magnetu neřešíme vše, vybereme jeden problém a jeho řešení dotáhneme do konce. Další magnet se může zaměřit zase na druhou konkrétní věc.

- MĚNÍME MYŠLENÍ, DODÁME UVĚDOMĚNÍ

- Dobrý magnet také učí, jak změnit nastavení myšlení, učí jak nad problémy přemýšlet. Pokud magnet dodá nezvyklé řešení a uvědomění, získáme zákaznickou důvěru. Hra pokračuje, vzbudili jsme zájem, máme šanci prodat.



# Obsah a struktura uvnitř kurzu

---

- Technické nastavení – kurz je pro klienty dodáván ve formě členské sekce na Miowebu. Ta zabezpečuje, že pokud si klient za kurz zaplatí, budou mu do emailu poslány přístupové údaje, kterými se do své členské sekce přihlásí. Ceník Miowebu je [zde>>>](#)
- UVÍTACÍ VIDEO
  - Krátké video, které je umístěné na nástěnce členské sekce. V něm je dobré poděkovat klientům za nákup, ale také představit celý průběh a obsah kurzu, časový harmonogram, co vše členská sekce obsahuje a jak ji používat.

# Obsah a struktura uvnitř kurzu

---

- LEKCE/KAPITOLY kurzu
  - Je dobré rozdělit celé učení ve vašem kurzu do přehledných kapitol a sekcí. Ty lze také oddělit časově a uvolňovat obsah postupně, aby nedošlo k zahlcení (tzv. evergreen). Začneme jednoduššími částmi a pokračujeme ke složitějším. Provádíme studenty krok pro kroku. U každé lekce doporučuji, aby měla mít teoretický obsah i praktickou část.
- VZDĚLÁVACÍ TEORETICKÝ obsah
  - Nejčastějším a doporučeným obsahem jsou videa. Video následně umístíme také jako mp3 audio nebo přepíšeme i do textu nebo přidejte pracovní sešity v PDF. Délka lekcí je na vás. Můžou mít 5 min. i hodinu. Přikláním se ke kratším lekcím do 15 min, studentům se lépe podaří udržet pozornost.



# Obsah a struktura uvnitř kurzu

---

- ÚKOLY A CVIČENÍ

- K jednotlivým lekcím je dobré přidat také úkoly a cvičení k vypracování. To zvýší interaktivitu a zapojení studentů, jejich zapálení i výsledky.

- BONUSY

- Hned na startu je možné jako překvapení přidat bonus/dárek, o kterém při prodeji nebyla řeč - tzv. “suprise bonus”. Účelem je překvapit a nadchnout studenty. Dejme hodnotu, kterou ani nečekali už na startu kurzu. Dále postupně budeme uvolňovat bonusy, které jsme slíbili při prodeji. Můžeme je uvolnit v průběhu kurzu nebo až na konci.

# Obsah a struktura uvnitř kurzu

---

- **KOMENTÁŘE A CHAT**

- Pod videa doporučuji umístit komentáře nebo do kurzu celou zvláštní sekci, kde lze klást textové otázky a být s lektorem v kontaktu.

- **WEBINÁŘE**

- Můžete se také rozhodnout, že do kurzu vložíte živé vstupy, webináře. Tato forma doplní obsah kurzu, živě můžete odpovídat nebo také může se studenty probíhat živý koučink.

- **DALŠÍ MATERIÁLY KE STUDIU**

- Na závěr nezapomeňte odkazovat na další zdroje a také na vaše další produkty a následné učení a doporučit další krok pro rozvoj a další studium.