

Набор инструментов для генерации и подтверждения идей

Ресурс 1

Кладезь идей: 10 мест, где можно найти отличные идеи

Когда дело доходит до генерации идей для вашего курса, лучше взять сеть пошире. Это значит, что нужно выискивать столько идей, сколько вообще возможно. Каждая хорошая идея у вас на уме может вдохновить вас на еще одну, поэтому к тому времени, как вы разберетесь с этими 10 местами, у вас должно быть с десяток хороших идей в голове. И среди этих хороших идей будет одна ОТЛИЧНАЯ идея, которая станет вашим продуктом.

Так что давайте рассмотрим 10 этих мест, чтобы найти по-настоящему отличные идеи...

1. Udemu

Udemu — это сайт с огромным каталогом видеокурсов на различные темы. И еще это отличное место, чтобы почерпнуть вдохновение для вашего курса.

Первым делом стоит просто рассмотреть главную страницу, потому что на ней расположены списки лучших курсов в различных категориях. Так вы поймете, что сейчас популярно в вашей сфере.

Во-вторых, введите в поиск ключевые слова из вашей сферы (например, «дрессировка собак»). Вы можете отсортировать результаты по самым рейтинговым, чтобы понять, что наиболее популярно. Так же обращайтесь внимание на желтую отметку «лидеры продаж».

Но не смотрите только на названия курсов. Читайте описания, особенно внимательно изучайте маркированные списки. Иногда можно взять один из пунктов маркированного списка и на его основе построить целый курс.

2. Ozon

Еще один хороший способ найти идеи для курса — зайти на Ozon.ru. Опять же, вы можете начать с поиска по вашим ключевым словам. Однако на Ozon есть не только информационные продукты. Поэтому можете сэкономить время и начать поиска по следующим категориям:

- Книги
- Электронные книги
- Фильмы

Ozon отмечает хиты продаж в каждой из категорий, чтобы их было легко найти во время поиска. Как только вы нажмете на ссылку, вы сразу узнаете рейтинг продукта, и поймете, насколько он популярен.

И, к тому же, вы можете отсортировать результаты поиска. Например, выбрать продукты с наивысшей средней оценкой или с наибольшим количеством обзоров. Обычно такие продукты являются хитами продаж.

3. Популярные записи

Суть этого метода в том, что вам нужно потратить определенное время, чтобы прочитать популярные записи в блогах по вашей теме. И затем отметить, какие из них были наиболее популярны в каждом блоге и вообще в этой теме.

Но для начала вам нужно найти блоги по вашей теме. Это можно сделать через поиск в Google, где вы используете ключевые слова по вашей тематике вместе со словом «блог». Например: «дрессировка собак блог» (но без кавычек, разумеется).

Также вы можете найти блоги по вашей тематике, используя списки. Вернемся к тому же примеру с дрессировкой собак. В этом случае вы можете поискать следующее:

- Список блогов по дрессировке собак
- Лучшие блоги про дрессировку собак
- Список лучших блогов про дрессировку
- Топ блогов про дрессировку собак

Как только найдете блоги, отыщите на них следующее:

- Облако тегов. Оно покажет вам, на какие темы блогер пишет чаще всего. Обычно умные блогеры пишут на темы, которые популярны среди их читателей.
- Активность. Хороший способ понять, популярен ли пост в блоге — посмотреть на количество людей, которые комментируют запись. Если у записи есть социальные кнопки, вы узнаете еще и то, сколько людей лайкнули или поделились записью.

Далее...

4. Посты в сообществе вашей тематике

Тут вы узнаете, какие вопросы люди задают в вашей сфере и какие темы в целом сейчас популярны. Вот где можно найти эти записи:

- Обратитесь к сайтам с ответами на вопросы. Например, The Question или Ответы Mail.ru. Обратите внимание на то, какие вопросы появляются чаще всего. Это поможет вам понять, какие темы сейчас популярны в вашей сфере.
- Найдите форумы по вашей теме. Сделать это можно с помощью поиска в Google или Яндекс по ключевым словам. Эти слова могут включать:
 - [Тематика] форум
 - [Тематика] обсуждение
 - [Тематика] форум с обсуждениями
 - Список форумов [Тематика]
 - Топ форумов [Тематика]

Как только вы найдете эти нишевые форумы, обратите внимание какие темы появляются там чаще всего, а также то, какие из них чаще обсуждаются.

- Найдите группы в социальных сетях. Введите ваши ключевые слова в поиск, чтобы найти подходящие группы. Отмечайте не только то, какие группы сейчас популярны, но и какие темы собирают лайки и комментарии внутри этих групп.

Далее...

5. Тренды в социальных сетях

Еще один способ получить отличные идеи — отслеживать, что сейчас популярно в социальных сетях.

Это можно сделать, заглянув, например, в раздел «Популярное» на Facebook (который обычно находится в правой части экрана, когда вы вошли в свой аккаунт).

В твиттере вы можете уже на главной странице увидеть, о чем говорят люди в различных категориях. Также вы можете поискать свои ключевые слова, чтобы найти подходящие хэштеги и темы.

И хотя тренды и хэштеги могут подсказать вам хорошую идею, держите в уме, что некоторые из них могут просто веянием моды. Поэтому, как обычно, проведите первоначальный анализ рынка, чтобы убедиться, что идея стоит того.

Далее...

6. Обзоры покупателей

Вот еще одно отличное место с идеями: пользовательские обзоры популярных в вашей сфере информационных продуктов. Потому что клиенты часто сами говорят, чего они хотят и не хотят.

Найти их можно в любом месте, где продаются информационные продукты и где можно публиковать свои оценки и отзывы. Например, [Ozon.ru](https://www.ozon.ru).

Но еще эти обзоры можно найти в поисковиках, используя запрос с названием популярного продукта и добавив к нему слово «обзор» или «отзывы». Однако, часто бывает так, что эти «обзоры» появляются в блогах и созданы они партнерами. Так что они не всегда могут отражать реальную картину дел. Лучше всего изучать отзывы на сайтах, вроде [Ozon](https://www.ozon.ru), где большая часть клиентов — реальные.

Вот, что вы должны искать:

- Покупатели постоянно упоминают, что один раздел продукта —это его сильная сторона. Если несколько отзывов говорит о том, что этот элемент действительно хорош, то это отличная идея для вашего курса.
- Покупатели отмечают, что бы они хотели увидеть в продукте. Опять же, это должно подать вам идею для вашего курса.

Далее...

7. Инструменты для поиска ключевых слов

Вот еще одна стратегия для генерации идей, о которой вы даже не думали.

Вот как она работает...

Для начала, откройте свой любимый инструмент для поиска ключевых слов. Чаще всего люди используют Яндекс Вордстат.

Далее вам нужно ввести наиболее широкий запрос. Инструмент сразу покажет вам достаточно идей.

Просто добавьте следующие поисковые слова вместе с вашим запросом (например, «секреты собак», заметьте, что частотный нишевый запрос «собака» здесь несколько сужен). Если вы хотите найти идеи за пределами определенной сферы, уберите нишевый запрос и просто введите следующие термины:

- Как
- Советы
- Секреты
- Электронная книга
- Информация
- Избавиться от
- Убрать
- Быстро
- Лучший
- Курс

- Пошаговый
- Инструкция
- Указания

Этот простой поиск может раскрыть десятки отличных идей для курса. И даже те, о существовании которых вы даже не подозревали.

Далее...

8. Поиск в Google

Не пугайтесь, не обязательно использовать именно Google. Вы можете использовать любой поисковик (например, Яндекс). В любом случае, для поиска идей их можно использовать следующим образом:

1. Используйте автозаполнение для генерации идей. Если вы начнете вводить любой запрос в Google, он покажет вам несколько предполагаемых запросов. Они основаны на популярных запросах, которые оставляют другие люди. Так что используйте общие запросы (например, «как...») или начните вводить ключевое слово из вашей сферы, чтобы увидеть, что именно ищут люди.

Наверняка вы раньше не задумывались, что это можно использовать для поиска идей.

2. Взгляните на рекламные результаты поиска. Если вы вводите частотный нишевый запрос (например, «органическое садоводство»), проверяйте рекламные результаты, чтобы увидеть, что именно продают в вашей сфере.

СОВЕТЫ: На всякий случай, не нажимайте на эту рекламу, когда будете проводить исследование, потому что за каждый клик по своей рекламе, рекламодатель будет платить деньги. Большая часть рекламы содержит ссылку. Скопируйте ее в адресную строку браузера и перейдите по ней, если хотите увидеть, что предлагает сайт.

3. Изучите топовые сайты в вашей сфере. Наконец, вы можете найти самые популярные сайты в вашей сфере по вашим ключевым словам. Затем отметьте для себя, какой тип информационных продуктов продается на этом сайте. И то, какой именно контент они публикуют в своем блоге.

Далее...

9. Partnerkin

Это еще одно место, где вы можете найти подходящую идею и в то же время еще больше в ней удостовериться (если фокусироваться на лидерах).

Вы можете начать исследование здесь:

<https://partnerkin.com/site/partners>

Вы можете изучить партнерские программы по разным категориям, а вместе с этим и получить информацию о том, что продается в вашей сфере. К тому же, он показывает популярность предложений, так что вы сможете понять, что именно сейчас пользуется спросом.

И наконец...

10. Опросите вашу аудиторию

Финальный способ открыть хорошие идеи — просто спросить вашу аудиторию о том, чего они хотят и что им нужно. Лучше задавать открытые вопросы, чтобы никоим образом не сдерживать ответы.

Вы можете сделать это парой способов (или сразу несколькими в одно и то же время):

1. Создайте анонимный опрос, который позволит вашей аудитории ответить на вопросы лично вам. Преимущество здесь в том, что некоторые люди будут намного откровеннее, если будут знать, что их ответ получите только вы.
2. Создайте обсуждение в вашем блоге, форуме или социальных сетях. В этом случае мозговой шторм устроит целая группа людей, что может привести к таким ответам, каких невозможно добиться с помощью индивидуального опроса.

А теперь подведем итоги...

Заключение

Итак, теперь у вас есть десять способов генерации тонны идей для вашего курса! Если вы используете хотя бы один из этих способов, скорее всего у вас появится уже с десяток идей. А если сразу все — идеи будут исчисляться сотнями. И среди них может затесаться идеальная идея!

Но как и всегда, имейте в виду, что генерация и подтверждение идеи — это две разные вещи. Если у вас появилась идея, это еще не значит, что это хорошая идея. Вам все равно провести маркетинговое исследование, чтобы убедиться, что это именно то, чего хочет ваша целевая аудитория. Но как только появится одна большая идея, та, что понравится лично вам И подтвердится исследованиями, тогда вы можете быть уверены, что сорвали куш!

Ресурс 2

Рабочий лист для генерации идей и мозгового штурма

Вы готовы начать генерировать десятки, если не сотни отличных идей? Просто изучите следующие пять рабочих листов, где вы узнаете, и как генерировать идеи, и как их подтверждать. Взгляните сами...

Рабочий лист 1: Мозговой штурм идей из вашей личной жизни

Иногда люди говорят, что все, что вам нужно — это взглянуть на свою личную жизнь, и тогда вы увидите кучу потенциальных идей не только для вашей будущей сферы, но и для конкретных тем вашего курса. Однако, вы наверняка редко слышали о том, как именно осуществить эту форму генерации идей. И поэтому этот рабочий лист проведет вас через шаги генерации идей из вашей личной жизни.

Давайте начнем:

1. Составьте список ваших личных проблем.

Уделите этому какое-то время и устройте настоящий мозговой штурм, чтобы выявить ваши проблемы. Учитывайте и те, что тревожат вас сейчас, и те, что

тревожили раньше. Решение каждой из этих проблем — идея для потенциальной темы вашего курса.

Давайте я приведу пример потенциальных проблем:

- Вы хотите похудеть.

Более конкретные проблемы могут включать неследование конкретной диете, отсутствие результатов или ступор при сбросе последний трех килограммов.

- Вы хотите отремонтировать свой дом самостоятельно, но не знаете как.

Более конкретные проблемы включают в себя то, как перестроить свою кухню или как установить новую ванну.

- Вы ищите способ облегчить боль от артрита.
- У вас проблемы с паразитами в саду, и вы хотите узнать, как от них избавиться.
- Вы хотите узнать, как зарабатывать в интернете, продавая цифровые продукты.

Ну вы поняли. Просто уделите пару минут мозговому штурму на тему всех ваших проблем.

2. составьте список ваших интересов и хобби.

Следующий шаг — собрать в список все, что вам нравится делать или все интересные для вас темы. Опять же, запишите как можно больше. Не забывайте про хобби, о которых вы мечтаете, но не начали ими заниматься из-за финансовых или любых других ограничений.

Вот примеры того, что это могут быть за интересы:

- Вам нравится реставрировать классические машины.

- Вы любите подводное плавание.
- Вам интересно, как научиться играть на скрипке.
- Вы хотите научиться говорить по-французски.

Далее...

3. На что вы тратите деньги?

Идея здесь в том, чтобы помочь раскрыть проблемы или хобби, которые вы еще не указали в списке.

Может, вам нравится покупать обувь для горных подъемов, и это напомнит вам о том, что подъемы в гору — одно из ваших любимых хобби.

4. Куда вы любите отправляться в отпуск и чем вы там занимаетесь?

Опять же, цель этого вопроса раскрыть идеи, о которых вы не подумали сразу. К примеру, может вам нравятся путешествия в домах на колесах. Тогда вы можете выписать несколько тем вокруг этой общей идеи (например, как чинить эти дома на колесах, или советы другим людям о том, как стать полноценным путешественником).

5. Какие предметы нравились вам в школе или университете?

Может, вам преподавали гончарное дело. Это может стать общей темой вашего курса (например, «Как заниматься гончарным делом с удовольствием и получать за это деньги»).

6. Запишите каждый раз, когда вы желали, чтобы появился более простой/быстрый/дешевый способ сделать что-либо.

Может, вы хотели, чтобы ваша машина расходовала меньше топлива. Но мы сейчас не говорим о замене машины. Так что потенциальной идеей может быть, например, способ водить машину так, чтобы она потребляла меньше топлива (людей, которые этим занимаются, называют гипермиллерами).

7. Изучайте новости (и даже раздел журналов на сайтах, вроде Ozon) и записывайте идеи оттуда.

Журналы в принципе способны подать вам хорошие идеи для сферы деятельности, а сами статьи — хорошие идеи для будущих тем.

СОВЕТ: Большие журналы тратят много времени и денег, изучая, какие темы поместить на их обложку, потому что именно обложка продает журналы. Поэтому если вы видите конкретную тему на обложке, скорее всего эта тема очень популярна.

8. Какие проблемы возникают у ваших друзей и близких?

А теперь подумайте о проблемах других людей. К примеру, у вашего друга могли диагностировать диабет и он ищет информацию о том, как понизить сахар в крови с помощью диеты и упражнений. Это потенциальная идея для темы курса.

9. Какие хобби у ваших друзей и близких?

Подумайте, какие интересы и хобби есть у ваших близких. К примеру, если у вас есть друг, который занимается баскетболом и хочет эффективнее закидывать мячи — это отличная идея для темы.

10. Какие сайты вы посещаете?

Изучите ваши закладки и историю браузера. Какие темы вы можете найти на этих сайтах?

11. Посмотрите или прочитайте новостные сайты, включая те разделы, на которые вы обычно не обращаете внимание. Запишите все идеи, которые возникнут у вас в голове.

Делайте это несколько дней, чтобы сгенерировать новые идеи. К примеру, если вы видите статью о котятках из приюта, вы уже нашли идею для темы («как вырастить котенка из приюта»).

12. Запишите все остальное из вашей личной жизни, что пришло вам в голову.

А теперь просто запишите все оставшееся после мыслей о личной жизни, и что вы еще не указали ранее. Оглядитесь по сторонам прямо сейчас. Подумайте о том, что сделали сегодня и что планируете сделать завтра.

К примеру, если вы только закончили собирать ваш компьютер, это хорошая потенциальная идея. Или вы собираетесь приготовить что-то из блюд китайской кухни, запишите и эту потенциальную идею.

Суть в том, чтобы устраивать мозговой шторм, не ограничивая себя ни в чем. А следующий рабочий лист позволит вам раскрыть еще больше отличных идей.

Рабочий лист 2: Мозговой шторм идей с помощью инструментов поиска ключевых слов

Идея здесь в том, чтобы использовать инструменты поиска ключевых слов (например, Яндекс Вордстат), чтобы выявить темы (или даже целые сферы), о которых вы не думали раньше. Бонус использования этих инструментов основывается на том, что вы не только получите новые идеи, но и сразу узнаете об их популярности.

Так что давайте начнем. Для начала, откройте свой любимый инструмент для поиска ключевых слов. Затем пройдите через следующий список поисков, чтобы записать все идеи, которые получится откопать.

СОВЕТ: Если вы хотите использовать этот поиск внутри какой-то конкретной сферы, добавьте самый широкий термин из вашей сферы (например, «садоводство»). Также вы можете сделать это без ключевых слов из вашей сферы, чтобы посмотреть какие вообще сферы и темы там появляются.

1. Первым делом, если у вас уже есть сфера, запишите все самые популярные запросы, которые появляются, когда вы используете свой самый широкий запрос (например «дрессировка собак»).

Важно: хорошей идеей будет поискать еще и похожие термины, чтобы получить как можно больше идей. В большинстве случаев, ваш инструмент сам предложит эти похожие термины. Но если нет, вам придется придумать их самостоятельно.

К примеру:

- Если вы искать материалы про похудение, вы можете также использовать следующие запросы: похудеть, сбросить вес, сжигание жира, диета и похожие на них термины.
- Если вы хотели найти домашние тренировки, вы можете искать следующее: домашняя тренировка собак, дрессировать собаку дома, дрессировка щенка, дрессировка в клетке для собак, обучение лотку щенка и другие.

Далее...

2. Запишите все идеи для тем, которые у вас появляются, когда вы используете следующие термины. А потом запишите, какое количество запросов они получают, чтобы в дальнейшем знать, насколько они популярны.

Как сделать:

Советы для:

Секреты:

Избавиться от:

Убрать:

Информация о:

Инструкции для:

Указания для:

Легкий способ сделать:

Быстрый способ:

Лучший способ:

Способы для:

Хитрый способ, чтобы:

Проблема:

Я не знаю как:

Починить:

Исправить:

Как сделать:

Как построить:

Как создать:

Домашний:

Самостоятельно:

Сделать самому:

Сэкономить на:

Сэкономить время на:

Боль:

Опять же, хороший инструмент для подбора ключевых слов будет выделять «предлагаемые» и «похожие» ключевые слова. Просмотрите эти похожие поиски, потому что они помогут открыть еще больше идей.

Рабочий лист 3: Мозговой штурм идей с помощью маркетингового исследования

Маркетинговое исследование — отличный способ найти идеи для своего курса. Преимущество здесь в том, что вы сразу сможете подтвердить свои идеи. Поэтому

нужно с особой внимательностью следить за теми темами, которые покажутся популярными, пока вы будете повторять следующие шаги:

ВАЖНО: В этом рабочем листе мы вычеркнули идеи, которые открыли в предыдущем. Например, использование инструмента для подбора ключевых слов.

Приступим...

1. Опросите свою аудиторию.

Главное здесь — задавать открытые вопросы, которые ни в коем случае не ограничивают потенциальные ответы. На этой стадии важно сгенерировать идеи, а не подтвердить их.

Вот примеры потенциальных вопросов:

- Что является вашей самой большой проблемой [в этой сфере]?
- Какие решения вы пробовали?
- Какие слабые стороны у этого решения?
- Какие сильные стороны у этого решения?
- Если бы вы прочитали идеальное руководство для [получения каких-либо результатов], какие бы темы оно включало?
- Какие темы [в этой сфере] вас больше всего интересуют?

Вы можете задать эти вопросы индивидуально, например, чтобы ответы присылали вам на электронную почту. Или вы можете задать эти вопросы в условиях группы, например, в Facebook или Вконтакте.

ВАЖНО: Когда вы начнете опрос, соберите информации о демографии, вроде возраста и пола отвечающих.

Далее...

2. Проверьте релевантные интернет-магазины.

На этом шаге необходимо проверить ключевые слова из вашей сферы в различных интернет-магазинах. Например, на Ozon.ru или любые другие, которые сразу приходят вам на ум. Для любого из них, ответьте на следующие вопросы:

Какие продукты по вашей теме — лидеры продаж в этом магазине?

В каких темах у вас будет несколько конкурентов? (Подсказка: это часть подтверждения идеи, потому что это позволит понять, есть ли на тему спрос.)

А теперь посмотрите оглавление самых популярных продуктов. Запишите все темы (например, отдельную главу), которые зацепят ваш взгляд.

Что о самых популярных продуктах в вашей сфере говорят покупатели? А именно:

- Какие темы/разделы книги понравились им больше всего?
- Каких тем их не хватило в продукте?

Запишите также все, что вас заинтересовало в этих темах.

3. Поищите в Google.

А теперь проведите поиск в Google с вашими тематическими ключевыми словами (например, «натуральное садоводство»). Посмотрите и верхние сайты, и рекламные результаты выдачи. Запишите следующее:

Какие информационные продукты продаются на топовых сайтах в вашей сфере?

Где это возможно, изучите оглавление наиболее продающихся продуктов. Запишите любые темы, которые вас интересуют.

Посмотрите на маркированные списки в продающих письмах. Запишите любые темы, которые вас интересуют.

Где возможно, найдите блог и/или форумы сайта, чтобы найти популярные темы. Выбирайте те, что привлекают больше обсуждений или взаимодействий.

4. Проведите поиск в социальных сетях.

Поищите широкие ключевые слова по вашей теме (например, «бодибилдинг») через окно поиска в социальных сетях. Затем изучите следующие элементы и запишите их:

Какие группы популярны в вашей сфере?

Какие темы популярны внутри этих групп?

Какие страницы популярны в вашей сфере?

Какие темы популярны на этих страницах?

Какие темы в «популярном» сейчас актуальны в вашей сфере?

5. Изучите популярные блоги в вашей сфере.

А теперь изучите популярные блоги в вашей нише и отмечайте следующее:

Какие темы часто появляются в этих блогах?

Какие темы собирают больше всего комментариев?

Какие темы получают больше всего внимания в социальных сетях? (Лайки и репосты.)

Какие темы популярны в разделе «популярные статьи» и в облаке тегов?

6. Изучите биржи статей.

Биржи статей перестали быть слишком уж актуальными, особенно в качестве маркетингового инструмента. Но вы все равно можете использовать их, чтобы сгенерировать идеи. Просто зайдите на любую подходящую вам биржу статей вроде eTXT и изучите статьи по вашей теме, чтобы найти новые идеи.

7. Обратитесь к видеохостингам.

В их число входят и сайты с видеокурсами, вроде Udemy.com, и крупные сайты как YouTube.com и Vimeo.com. Поищите ваши нишевые ключевые слова и отметьте следующее:

Какие самые популярные видео (или курсы) в вашей сфере?

Какие из них собирают больше комментариев?

Какие темы зацепили ваш взгляд?

Какие темы чаще всего всплывают?

8. Поиск по сайтам с презентациями.

Найдите сайт, где люди могут загружать свои презентации. Например, MyShared.ru. Используйте поиск по этому сайту, чтобы понять, что популярно. Есть два способа сделать это:

1. Изучите главную страницу, которая показывает лучшие презентации за сегодня. Вы увидите, сколько людей «лайкнули» презентацию.
2. Поищите ваши нишевые ключевые слова. Опять же, по лайкам можно определить, что именно популярно в вашей сфере.

Итак, сначала выписывайте все презентации с главной страницы, которые вас заинтересовали. Убедитесь, что вы записали так же и количество просмотров/лайков, чтобы позже сразу понять, насколько тема популярна.

Затем ищите ваши ключевые слова и запишите те темы, которые зацепили ваш взгляд. Опять же, убедитесь, что вы дописали все данные по вовлеченности.

И раз уж у вас есть собранный лист потенциальных тем, вашим следующим шагом будет пройтись по списку и найти самую важную для вас идею. Но процесс подтверждения идей вы изучите в следующем рабочем листе.

Рабочий лист 4: Шаги для подтверждения идеи

К этому моменту вы прошли через несколько шагов мозгового штурма и исследований для генерации идей. Некоторые из идей в вашем списке, без сомнений, выглядят многообещающе. Но прежде чем двигаться вместе с ними дальше, вам нужно их подтвердить. Это значит, что вам нужно понять, будет ли спрос на ваш продукт. Используйте этот рабочий лист, чтобы он помог вам определить, какие из ваших идей скорее всего будут популярными и прибыльными.

1. Узнайте рыночный спрос.

Если вы этого еще не сделали, первым делом нужно найти признаки рыночного спроса на вашу идею. Проще говоря, вам нужно найти, продаются ли похожие на ваш продукты в вашей нише. Сделать это можно двумя способами:

1. Ищите прямые доказательства продаж. Тут вы можете вернуться к маркетинговым исследованиям, которые вы проводили на сайтах, вроде Ozon.
2. Изучите, что именно рекламируют другие предприниматели. Обращайте внимание на рекламу в Google или Яндекс, рекламу в блогах, рассылках, баннерную рекламу на нишевых сайтах, в журналах и так далее.

ВАЖНО: Изучение аудитории — хороший способ получить больше информации о спросе на рынке. Однако это не лучший способ узнать, что именно они покупают. Поэтому несмотря на всю пользу, не используйте только этот метод. Узнать, что люди УЖЕ покупают куда более важная информация, чем то, что они купят в будущем.

Отметим, что вам не обязательно смотреть только на другие курсы. Вы можете искать любые информационные продукт, начиная от электронных книг и видео до полноценных учебных курсов.

Заполните этот рабочий лист:

В каких темах на рынке больше всего конкурентов (Важно: если в какой-то сфере много конкурентов, это значит, что тема сейчас популярна.)

Какие темы в вашей сфере продаются больше всего? И какие из них отмечаются «хитами продаж» на сайтах вроде Ozon?

Какие типы продуктов предприниматели рекламируют чаще всего?

Какие еще доказательства спроса на этот конкретный продукт вы нашли в вашей сфере? Составьте список этих доказательств вместе с самими темами.

Далее...

2. Изучите тренды Google.

Когда вы решаете, какой тип курса создать, в идеале выбирать нужно что-то стабильное. Это значит, что вам нужно найти вечнозеленую тему, чтобы вы могли продавать курс еще долгие годы.

Другими словами, не запускайте модный продукт, потому что вы потратите огромное количество времени на создание недолгосрочного курса.

Один из способов проверить стабильность вашей темы — проверить подходящие ключевые слова в Google Trends: <https://trends.google.com/trends/>. Ищите темы, которые сохраняют сильный интерес или интерес к которым растет со временем.

Запишите ваши темы вместе с информацией о том, вечнозеленая ли это тема или краткосрочный тренд.

3. Проведите «тестовый запуск» вашей идеи.

Единственный способ точно узнать, будет ли продаваться ваш курс — проверить это напрямую.

Разумеется, не стоит создавать целый курс только для того, чтобы узнать, что он не вызывает интереса. Поэтому все, что вам нужно сделать, так это создать ТОЛЬКО продающее письмо. И затем перелить трафик на это продающее письмо, чтобы быстро взглянуть на то, сколько людей заинтересуется тем, что вы продаете.

СОВЕТ: Если вы не очень хороши в продающих письмах, вы можете нанять копирайтера, который напишет его за вас. Таким образом, вы не перепутаете письмо, которое не вызывает интереса, с низким спросом на ваш продукт. Прodelать этот шаг правильно стоит того. Потому что вы не только почувствуете спрос на ваш продукт, но и получите готовое продающее письмо к тому времени, как ваш продукт будет готов.

А единственной разницей между этим продающим письмом и реальным — то, что случится после того, как потенциальный клиент нажмет на кнопку заказа...

В реальном продающем письме посетителя перенесет в форму заказа, где он введет информацию о своей банковской карте, чтобы завершить покупку.

Но в этом продающем письме клиента перенесет на страницу, которая расскажет, что продукт пока еще не готов. Вы также можете добавить туда форму согласия и предложить людям подписаться на вашу рассылку, чтобы уведомить их, когда продукт будет готов. Это значит, что у вас появится ожидающая аудитория к тому моменту, как вы запустите продукт.

Замерить, сколько интереса вызвал этот метод, можно с помощью подсчета кликов на кнопку заказа. Разумеется, не все, кто нажал на нее, собираются купить продукт. Но замер кликов позволяет вам понять, какой интерес вызывает продукт.

Как только вы закончите эти шаги, переходите к последнему рабочему листу на этом шаге...

Рабочий лист 5: Определение лучшей идеи, задав себе эти ключевые вопросы

Как только вы пройдете через весь процесс мозгового штурма и подтверждения, у вас должен быть весьма крупный список потенциальных идей для курса. Как сузить этот список и выбрать лишь один? Используя этот рабочий лист. Задайте себе следующие вопросы...

1. Какая из ваших идей кажется наиболее выгодной?

Чтобы ответить на этот вопрос, вам нужно вернуться к исследованию рынка. Важно здесь найти тот рынок, на котором уже покупают похожие продукты и услуги. А именно:

- Какие из ваших идей имеют похожие продукты уже на рынке в качестве лидеров продаж?
- У какой из ваших идей много конкурентов? Это указывает на сильный рынок.
- В какой из ваших идей есть показатели того, что предприниматели тратят деньги на рекламу продукта?

2. Какая из идей заключается в том, что лично вы знаете очень хорошо?

Будет очень хорошо, если вы эксперт по этой теме (или чертовски близки к этому), потому что ваши клиенты будут рассматривать вас как эксперта. И это значит, что они будут задавать вопросы и вы даже сможете предложить премиум услуги. Например, коучинг.

3. Какая из идей нравится вам больше всего?

По правде говоря, вам придется провести очень много времени с этой темой. Даже после того, как продукт будет создан, вы будете писать в блоге по теме, связанной с этой идеей, отвечать на вопросы потенциальных и действующих клиентов и создавать похожие продукты. Так что будет лучше, если это что-то, что вас интересует.

4. По какой из этих идей вам будет легче всего создать курс?

Иногда потенциальная тема курса реально валяется на дороге прямо перед вами. Но как только вы начинаете думать, что будет внутри курса, мысли отказывают появляться. Даже после исследований вы можете быть не совсем уверены в том, как создать курс, который действительно будет полезен покупателям.

Суть в том, что если вы не можете нарастить достаточно «мяса» для вашего курса, чтобы оправдать цену (и действительно помочь ученикам), вам нужно придумать план Б. Это может быть расширение вашего курса или вообще отказ от этой конкретной идеи и выбор совершенно другой.

5. Какая из этих идей имеет большой потенциал для дополнительных продаж?

Вам нужно не только создать этот курс и закончить с темой. Вместо этого вам придется создать воронку продаж: набор похожих продуктов вокруг этого курса. Он включает лид-магниты, трипваер-продукты, апселл предложения, дополнительные предложения и многое другое. Так что убедитесь, что вы можете создать достаточно продуктов вокруг этой идеи.

Так какую идею вы выбираете?

Как только вы честно ответите на все эти вопросы, вы сразу поймете, что только малая доля ваших идей может считаться победителями. Если прибыль будет везде равна, выбирайте ту идею, которая нравится вам больше всего.

Ресурс 3

Шаблоны нейминга для создания отличных названий для вашего курса

Ваш заголовок может сделать курс лучше или сломать его, потому что многие решают о покупке только благодаря заголовку. Поэтому уделите какое-то время мозговому штурму для придумывания идей для потенциальных заголовков. Используйте эти шаблоны нейминга, чтобы запустить ваш процесс мозгового штурма...

1. Как [Получить какую-либо прибыль]

Примеры:

- Как накачать пресс из шести кубиков
- Как написать вытягивающие деньги заголовки
- Как придумать сюжет величайшей книги

2. Как [Добиться чего-либо] всего за [Число простых шагов]

Примеры:

- Как обустроить свой дом всего за 10 простых шагов
- Как создать блог всего за 5 простых шагов
- Как выдрессировать упрямого щенка всего за 3 простых шага

3. Как [Получить какой-либо результат] без [Какой-либо плохой вещи]

Пример:

- Как похудеть без постоянного голодания

- Как получить много таргетированного трафика без ограбления банка
- Как купить недвижимость без ипотеки

4. Как [Получить результат], даже если [У вас нет чего-либо]

Примеры:

- Как устроиться на работу за 60 000 рублей, даже если у вас нет высшего образования
- Как написать бестселлер, даже если вы не знаете правил русского языка
- Как приготовить ужин на четверых, даже если вы не умеете кипятить воду

5. Способ [Получить результат] #1,

Примеры:

- Способ избавления от мух #1
- Способ монетизировать блог #1
- Способ улучшить свой удар по мячу #1

6. Удивительно легкий способ [Получить результат]

Примеры:

- Удивительно легкий способ сэкономить на коммунальных услугах
- Удивительно легкий способ создать успешную вирусную кампанию
- Удивительно легкий способ заставить ребенка вам открыться

7. Что делают [Определенные типы людей], чтобы [Получить результат]

Примеры:

- Что делают врачи, чтобы избавиться от боли в спине
- Что делают личные тренеры, чтобы быстро сбросить пять кило
- Что делают риелторы, чтобы дорого продать свою квартиру

8. Руководство инсайдер по [получению результата]

Примеры:

- Руководство инсайдера по запуску шестизначного бизнеса
- Руководство инсайдера по выходу на пенсию в 50
- Руководство инсайдера по путешествиям в доме на колесах

9. Что каждый [Тип человека] должен знать о [Какой-либо теме]

Примеры:

- Что каждый бодибилдер должен знать о протеине
- Что каждый садовник должен знать о болезнях растений
- Что каждый спикер должен знать об удержании слушателей

10. [Число] простых способов [Получить результат]

Примеры:

- Три простых способ сэкономить 60000 в год
- Пять простых способов монетизировать блог
- Десять простых способов увеличить конверсию продающих писем

11. Простой и быстрый способ [Получить результат]

Примеры:

- Простой и быстрый способ устроиться на работу мечты
- Простой и быстрый способ избавиться от целлюлита
- Простой и быстрый способ научить щенка хорошим манерам

12. Секреты [Какой-либо темы]

Примеры:

- Секреты быстрого сжигания жира
- Секреты ловли трофейной рыбы
- Секреты поиска идеального партнера

13. Как [Получить какой-либо результат] — руководство от А до Я

Пример:

- Как построить курятник — руководство от А до Я
- Как пройти пешком всю Европу — руководство от А до Я
- Как избавиться от мигрени — руководство от А до Я

14. Как [Сэкономить на чем-то простом]

Примеры:

- Как экономить деньги на заправке

- Как начать бизнес с минимальным бюджетом
- Как нанять фрилансера по смешным ценам

15. [Делать что-либо] получая деньги и удовольствие

Примеры:

- Делать свечи, получая деньги и удовольствие
- Оценивать украшения, получая деньги и удовольствие
- Стать местным гидом, получая деньги и удовольствие

16. Простой метод из [Число] шагов[Добиться цели]

Примеры:

- Простой метод из трех шагов сделать жизнь лучше
- Простой метод из пяти шагов настроить рекламную кампанию в Facebook
- Простой метод из семи шагов построить себе веранду

17. Неизвестный способ [Получить прибыль]

Примеры:

- Неизвестный способ избавиться от пигментных пятен
- Неизвестный способ сэкономить сотни тысяч рублей на покупке машины
- Неизвестный способ начать чувствовать себя увереннее

18. [Тема] Простыми словами

Примеры:

- Копирайтинг простыми словами
- Правильная постановка клюшки простыми словами
- Самостоятельный ремонт дома простыми словами

19. Магия [Какой-либо темы]

Пример:

- Магия SMM
- Магия зимней рыбалки
- Магия детективных романов

20. Да, вы МОЖЕТЕ [Получить пользу]

Пример:

- Да, вы МОЖЕТЕ обратить время вспять и выглядеть на 10 лет моложе
- Да, вы МОЖЕТЕ избавиться от этого жира на животе
- Да, вы МОЖЕТЕ перестроить свою жизнь

21. Простой способ [Добиться цели], сохранив время и деньги

Примеры:

- Простой способ снять квартиру, сохранив время и деньги
- Простой способ уехать в отпуск, сохранив время и деньги

- Простой способ купить собаку, сохранив время и деньги

22. Что ваш [Тип человека] не говорит вам о [Теме]

Примеры:

- Что ваш личный тренер не говорит о полном избавлении от жира
- Что ваш финансовый менеджер не говорит о выгодных вложениях
- Что ваш продавец автомобилей не говорит о том, как торговаться для выгодной сделки

23. [Тема][логия/софия]

Примеры:

- Собакология
- Гольфология
- Садология

24. Величайший [Объект] на Земле

Примеры:

- Величайшее руководство по диете на Земле
- Величайший курс копирайтинга на Земле
- Величайшие секреты дрессировки собак на Земле

25. Все, что вам нужно знать о [Теме]

Примеры:

- Все, что вам нужно знать о полезной для сердца диете
- Все, что вам нужно знать о походе в церковь
- Все, что вам нужно знать о боли в спине у собак

26. Азы [Получения прибыли]

Примеры:

- Азы создания интернет-магазина
- Азы походного туризма
- Азы выращивания роз

27. Быстро [Запустить какой-либо процесс]

Примеры:

- Быстро запустить ваш магазин Get
- Быстро запустить ваш личный тренинг
- Быстро запустить ваш гидропонический сад

28. Руководство для новичков по [Теме]

Примеры:

- Руководство для новичков по написанию неотразимого продающего письма
- Руководство для новичка по воспитанию попугая
- Руководство для новичка по созданию пруда

29. Ускоренный курс по [Получению прибыли]

Примеры:

- Ускоренный курс по боулингу
- Ускоренный курс по домашнему обучению ребенка
- Ускоренный курс по созданию успешного информационного продукта

30. Единственный [Тип курса/руководства], который вам нужно

Примеры:

- Единственное диетическое руководство, которое вам нужно
- Единственный курс блогинга, который вам пригодится
- Единственное руководство по вложению в недвижимость, которое вам пригодится

31. [Число] советов и трюков для [Получения хороших результатов]

Примеры:

- 17 советов и трюков для покупки отлично звучащей классической машины
- 7 советов и трюков для реедекации вашей кухни
- 10 советов и трюков для того, чтобы обезопасить ваш дом от грабителей

32. [Число] хаков [Для получения хороших результатов]

Примеры:

- Пять хаков для создания бюджетного домашнего кинотеатра

- Семь хаков для повышения конверсии рекламной кампании в Facebook
- Десять хаков, чтобы делать больше за короткое время

33. Секреты [Улучшения прогресса/результатов]

Примеры:

- Секреты продвижения по карьерной лестнице
- Секреты ускорения похудения
- Секреты БЫСТРОГО избавления от морщин

34. Удивительно простой способ [Получить результаты]

Примеры:

- Удивительно простой способ написать контент быстрее
- Удивительно простой способ вырастить вкусные помидоры
- Удивительно простой способ натренировать себя для первого марафона

35. [Число] секретов [Получения каких-либо результатов]

Примеры:

- Три секрета для сохранения брака
- Пять секретов для отличного ужина с друзьями
- Семь секретов для экономии денег в продуктовом

36. Руководство по [Получению какого-либо результата] для [Типа людей]

Примеры:

- Руководство по сбору подписчиков в email рассылку для ленивых предпринимателей.
- Руководство по созданию идеального триллера для начинающих писателей.
- Руководство по победе в конкурсах для бодибилдеров.

37. Проверенная формула [Получения результата]

Примеры:

- Проверенная формула избавления от морщин
- Проверенная формула запуска успешной кампании на Kickstarter
- Проверенная формула воспитания ребенка

38. Лучшая система для [Получения результата]

Примеры:

- Лучшая система для накопления денег на пенсию
- Лучшая система для выращивания идеальных тыкв
- Лучшая система для запуска прибыльного блога

39. Нелегальные секреты [Получения прибыли]

Примеры:

- Нелегальные секреты впечатления женщин

- Нелегальные секреты выгодной продажи машины
- Нелегальные секреты для бесплатного привлечения трафика

40. Попрощайтесь с [Чем-то плохим] навсегда Good

Примеры:

- Попрощайтесь с дряблыми бедрами навсегда
- Попрощайтесь с головной болью навсегда
- Попрощайтесь со своим начальником навсегда

41. Хватит [Чего-то плохого], начните [Получать что-то хорошее]

Примеры:

- Хватит мечтать, начните свой бизнес
- Хватит сомневаться, начните худеть
- Хватит полагаться на удачу, начните действовать

42. Теперь вы тоже можете [Получать результат]

Примеры:

- Теперь вы тоже можете писать хороший контент для блога
- Теперь вы тоже можете получить ведущую роль в фильме
- Теперь вы тоже можете научиться играть на гитаре

43. Гарантированная система для [Получения прибыли]

Примеры:

- Гарантированная система для избавления от мышей
- Гарантированная система для создания армии партнеров
- Гарантированная система заставить людей любить вас

44. Пошаговая инструкция для [Получения хороших результатов]

Примеры:

- Пошаговая инструкция для создания красивой обложки
- Пошаговая инструкция для создания клумбы
- Пошаговая инструкция для избегания банкротства

45. Как [Получить хороший результат] без опыта

Примеры:

- Как получить хорошую работу без опыта
- Как написать поэму без опыта
- Как учить русскому языку по всему миру без опыта

46 Быстрый [Результаты] // [Результаты] быстро

Примеры:

- Быстрое похудение
- Избавиться от долгов быстро
- Быстро продать свой дом

47. [Тема] для начинающих

Примеры:

- Борьба с вредителями для начинающих
- Менеджмент для начинающих
- Игра в гольф для начинающих

48. Простая формула [Получения выгоды]The Simple Formula for [Getting a Benefit]

Примеры:

- Простая формула инвестирования в акции
- Простая формула преодоления печали
- Простая формула создания призывов к действию с высокой конверсией

49. Полное руководство для [хороших результатов]

Примеры:

- Полное руководство для охоты с луком
- Полное руководство для построения хороших отношений с ребенком
- Полное руководство по ремонту лодки

50. Как [Получить результаты] [Как профессионал]

Примеры:

- Как писать рекламу как копирайтер на миллион долларов
- Как тренироваться как победитель бостонского марафона

- Как жить как самый счастливый человек в мире

Теперь ваша очередь!

Используйте эти шаблоны как шпаргалку для мозгового штурма лучшего заголовка для вашего курса!

Ресурс 4:

Выделение вашего курса из большой идеи

К этому моменту вы провели достаточно исследований, чтобы определить вашу большую идею... И теперь вам нужно развить эту идею и превратить ее в курс. Как это сделать? Следуя этим трем шагам:

- Шаг 1: Проведите исследование. Здесь вам предстоит рассмотреть похожие продукты, чтобы вы могли сделать свой курс отличающимся и ЛУЧШЕ тех, что сегодня есть на рынке.
- Шаг 2: Подготовьте набросок. Создание хорошего наброска — один из ключевых моментов создания отличного продукта. Поэтому на этом шаге мы пройдемся по тому, как организовать ваш контент для создания продукта, который любят ваши клиенты.
- Шаг 3: Разработайте свой курс. Здесь вы получите лучшие практические советы по созданию собственного курса.

Итак, перейдем сразу к делу...

Шаг 1: Проведите исследование

Первым делом вам следует рассмотреть похожие продукты (на ту же тему), чтобы это помогло вам определить, что включать в ваш продукт.

Но одно быстрое уточнение...

Не нужно копировать чужие продукты никоим образом. Вам нужно просто найти несколько продуктов в вашей сфере, чтобы это помогло генерации идей о том, какая тема наиболее важна вашей аудитории.

И вот как это сделать...

Шаг 1: Изучите конкурентов

На этом шаге вам нужно провести исследования топовых продавцов на вашем рынке. Сюда входят не только курсы, а ЛЮБЫЕ информационные продукты: вебинары, электронные книги, доклады, видео и аудио. Можно даже рассмотреть оффлайн события, вроде мастер-классов.

Когда вы исследуете продукт, который не можете попробовать сами (например, мастер-класс), следуйте следующим шагам:

- Прочитайте маркетинговые материалы. Большинство хороших продающих текстов содержат ключевые качества продукта. Обычно в виде маркированного списка или крупных заголовков.
- Изучите оглавление. Если возможно, внимательно осмотрите оглавление или расписание занятий в курсе.

Но если вы можете попробовать продукт самостоятельно, сделайте именно это. Приобретите как минимум три из пяти продуктов конкурентов из вашей сферы, чтобы опробовать их. Затем отметьте следующее для каждого продукта, который вы испытаете:

- Какие сильные стороны у этого продукта? Их нужно будет включить и в ваш продукт. (Опять же, вы не копируете... Вы просто обучите той же теме, но по-своему).

К примеру, если вы рассматриваете продукт по копирайтингу, который включает десятки карточек с примерами заголовков, призывов к действию, гарантий или других частей продающего текста, вы тоже можете добавить карточки в свой курс.

- Какие у продукта слабости? Какие бы ни были минусы у продукта конкурентов, вы будете знать, чего лучше не допускать в вашем. Как в той поговорке: учитесь на чужих ошибках.

Допустим, продукт по копирайтингу, который вы рассматриваете, не упоминает психологические триггеры, которые заставляют хороший копирайтинг работать. Вы распознаете эту слабую сторону, и добавьте этот раздел в свой курс.

Далее...

Шаг 2: Прочитайте обзоры продукта

Раз уж вы определили сильные и слабые стороны, следующим шагом будет определение того, что именно аудитория считает сильными и слабыми сторонами. В некоторых случаях, они могут полностью совпадать с вашим восприятием. В других — вы удивитесь, насколько разные у клиентов взгляды на продукт. И это хорошо, потому что в итоге именно восприятие вашей аудитории — самая важная часть.

ВАЖНО: Ищите общее в разных отзывах. Потому что вам не обязательно создавать продукт на основе мнения одного клиента (если этот клиент не предложил какую-то поистине уникальную и интересную идею, которая может быть очень прибыльной). Поэтому прочитайте как можно больше отзывов и обзоров, чтобы получить разные взгляды на продукт.

Далее...

Шаг 3: Изучите остальную информацию

И хотя изучение топовых продуктов и отзывов на них даст вам полезную информацию о том, что хотят люди в вашей сфере, лучше будет получить еще чуточку больше информации, обратившись к ним напрямую. Другими словами, опросите вашу целевую аудиторию, чтобы понять, что им действительно нужно.

Вот что нужно держать в уме во время опроса аудитории:

- Поймите, что то, что говорят люди, и что они делают — это совершенно разные вещи. Другими словами, говорить они могут о различных качествах продукта. Но как только вы создадите его с учетом всех пожеланий, они его не купят. (Даже если цена будет адекватной). Поэтому используйте ваш опрос, чтобы он помог подтвердить то, что вы уже знаете и чтобы понять, как именно думает ваша аудитория.
- Избегайте наводящих вопросов. Иногда люди отвечают определенным образом только потому, что опрос включал наводящие вопросы.

Я приведу пример...

Допустим, вы хотите узнать, интересен ли аудитории курс, который вы создаете.

Наводящий вопрос выглядел бы как-то так: «Сейчас я создаю ОТЛИЧНЫЙ новый курс, который изменит то, как вы ведете бизнес в интернете. Этот курс будет включать [вставьте темы/особенности/преимущества]. Этот курс вас заинтересует?»

Знаете что? Вы только что «продали» участнику опроса свой курс, поэтому число ответов «да, он меня заинтересует» будет много. Но это искусственные ответы.

Это немного преувеличенный пример, но суть вы уловили. Не используйте вопросы, которые подводят покупателей к определенным ответам. Если люди будут думать, что вам понравится определенный ответ, именно его они и дадут (даже если это не совсем то, что они думают).

- Задавайте открытые вопросы. Если вы хотите узнать, что люди действительно хотят, позвольте им рассказать об этом своими словами. Короче говоря, не ограничивайте их выбором нескольких ответов, иначе вы потеряете много полезных мыслей.

Далее...

Шаг 4: Не забудьте добавить ценность

Раз уж мы говорим об исследовании, создании плана и разработке курса, вы скорее всего сфокусированы на тексте. Какие темы вы осветите? Что вы напишете о каждой из этих тем?

Однако не забывайте, что есть и другие элементы, которые вы можете добавить к курсу, чтобы повысить его ценность. Некоторые из них построены на тексте, да... Но есть и те, что фокусируются на графике.

Вот пример таких идей:

- Общая графика. Это визуальные элементы, которые сделают ваш курс более привлекательным. К примеру, если в вашем курсе говорится о дрессировке собак, вы можете добавить по тексту несколько фотографий милых собак.
- Графика и иллюстрации, которые помогут достичь цели. К примеру, если ваш курс посвящен бодибилдингу, вы можете добавить иллюстрации, которые покажут людям, как именно нужно заниматься в зале, чтобы это было безопасно для здоровья.
- Инфографика. Если в разделе вашего курса много информации, вы можете создать инфографику, которая облегчит людям восприятие этой информации.
- Таблицы, диаграммы и так далее. Это еще один хороший способ передать большой массив информации, потому что их намного проще воспринимать, чем целый параграф текста.
- Ментальные карты. Некоторые предпочитают нелинейную информацию, представленную в виде ментальных карт. Это хорошая альтернатива традиционной пошаговой информации. Если вы делитесь сложным процессом, рассмотрите возможность добавления ментальной карты.
- Другие инструменты. Любые другие форматы текстовой информации. Например, рабочие листы, шаблоны, планнеры, чек-листы и похожие инструменты.

Думайте об этих инструментах как о чем-то, что поможет людям совершить действия в соответствии с тем, чему вы учите в курсе. К примеру, если ваш курс рассказывает о том, как создать убедительные заголовки для продающих писем, вы можете предложить набор карточек с заголовками и шаблонами, которые помогут быстрее создавать собственные заголовки.

Ваше исследование откроет все эти вещи, пока вы ищете, какие особенности и преимущества добавить своему курсу, чтобы он стал лучшим из тех, что сейчас существуют на рынке.

Дальше следующий шаг...

Шаг 2: Подготовьте набросок

Теперь вы знаете, какие темы вы включите в свой курс, поэтому самое время собрать всю эту информацию в первый набросок.

Для этого у вас есть несколько вариантов, включая:

- Пошаговый формат. Вам подойдет этот формат, если вы представляете какую-либо инструкцию. Вы предоставляете четкие инструкции на каждом шаге вместе с советами и примерами, чтобы сделать каждый шаг легче для понимания.

Пример: как настроить рекламную кампанию в социальных сетях.

- Информация «от новичка до профессионала». Если вы не предлагаете пошаговую информацию, вы можете использовать формат «от новичка до профессионала». Таким образом, люди, которые не обладают определенным знанием, получают его в процессе обучения.

Пример: как написать продающее письмо (где вы начнете с основ, вроде написания убедительного заголовка, и затем перейдете к более сложным темам, вроде нейролингвистического программирования).

- От легкого к более сложному. Это значит, что информация может быть легкой в начале или что информация будет размещена по сложности: от легких до более сложных (или более затратных по времени) результатов.

Пример: если у вас курс о чем-то вроде привлечения трафика в интернете, то ваша «легкая» информация может рассказывать о гостевом блогинге. Потому что это можно сделать очень быстро, и ровно так же получить результаты. В конце курса вы можете представить стратегии, которые занимают больше времени и требуют больше знаний, например, о SEO оптимизации.

- Лучшая информация сразу (и снова в конце). Если там нет никакого логического порядка, вроде пошагового или от легкого до сложного, вы можете поместить лучшую информацию в самое начало, чтобы «зацепить» ваших учеников. Поэтому добавляйте ваши лучшие советы по всему курсу, чтобы люди продолжали читать.

СОВЕТ: Разместить в начале вашего курса ЛУЧШУЮ информацию — это хорошая стратегия, вне зависимости от формата, который вы выбрали в наброске.

Итак, к этому моменту вы уже решили, как логично организовать информацию в вашем курсе. Следующий шаг — решить, какой длины будет ваш курс (хотя бы примерно), и как много времени вы готовы посвятить каждой теме (так же примерно).

Определять примерное количество слов нужно, потому что на вы не будете отвлекаться. Иногда люди много отклоняются от темы, что в итоге приводит к сплошной воде. Если вы определите ограничение по количеству слов, вы обяжете себя придерживаться темы, не добавляя ненужный контент.

К тому же, определение ограничений для каждого раздела поможет убедиться в том, что вы уделяете большую часть времени самым важным разделам.

А теперь соберем все это вместе...

Шаг 3: Разработайте свой курс

Теперь вы готовы создать курс. Ниже вы найдете лучшие практические советы, которые помогут вам а этом этапе создания продукта. Взгляните сами...

Используйте достоверные источники

Скорее всего, вы будете проводить какое-либо исследование, чтобы создать свой курс. Может, вы захотите добавить некоторые факты, статистику или данные. Или вам нужно освежить информацию о том, как закончить определенный этап задачи.

Поэтому внимание: используйте достоверные источники.

Знаю, это кажется очевидным, но часто люди берут первую попавшуюся информацию из поисковиков. И не разбираются, можно ли ей доверять или нет. Так что вот несколько советов, чтобы убедиться, что вы используете достоверные источники:

- Проверьте, авторитетный ли это сайт. Это хорошо известный сайт, который существует уже какое-то время и его репутация не испорчена?

К примеру, если вы ищете медицинскую информацию, вы можете использовать авторитетный сайт, вроде MedPortal.ru (контент которого написан медицинскими специалистами).

Другой пример: если вы хотите найти информацию по дрессировке собак, найдите экспертов в этой сфере, которые ведут собственные блоги. В интернете не один десяток хороших специалистов.

- Берите информацию с новостных сайтов, научных ресурсов и государственных сайтов.
- Подтверждайте все факты. Даже если вы берете информацию из достоверных источников, уточните ее правдивость в другом таком же источнике. Потому что сайтами все равно управляют люди и они всегда могут совершить ошибку.

Далее...

Создайте уникальный взгляд

Не нужно придумывать что-то совершенно новое. Однако вам необходимо сделать свой курс уникальным. И вот как это сделать:

- Создайте формулу. Идея здесь в том, чтобы обучать вечнозеленой информации новым способом, используя «формулу».

Хороший пример — копирайтинговая формула AIDA (в переводе — внимание, интерес, желание, действие). И хотя люди преподавали

копирайтинг абсолютно так же, люди, которые придумали AIDA, сделали более запоминающуюся и понятную формулу.

СОВЕТ: Если это возможно, создайте вашу формулу с помощью похожей аббревиатуры. К примеру, если вы хотите создать курс по подготовке продающего блога, вы можете назвать шаги к этой цели П.Р.О.Д.А.Ж.И. (например, Шаг 1 – Подготовьте блог...)

- Придумайте новое слово или фразу. Идея здесь в том, чтобы придумать термин, который будет использовать весь рынок. Как только они поймут, что Вы придумали это слово, они начнут считать вас экспертом.
- Добавьте новый взгляд на старый метод. Другими словами, не повторяйте за другими. Вместо этого покажите людям новые способы достижения цели.

К примеру, кофейный фильтр нужен для приготовления кофе, да? Т все же люди в интернете очень рады новым спискам того, что еще можно сделать с кофейными фильтрами. Например, мыть окна.

Подумайте, как вы можете использовать это в вашей сфере. Есть ли какой-то новый способ использовать уже существующий продукт или стратегию? Он не должен быть поразительным. Только уникальным.

- Добавьте свой уникальный взгляд. Что можете предложить вы, чего не могут остальные в вашей сфере? Эти возможности могут включать:
 - Кейсы, основанные на ваших личных тестах. И хотя у остальных тоже будут кейсы, именно ваш будет уникальным.
 - Релевантные истории. Опять же, это вас выделяет. И к тому же, делает ваш контент более запоминающимся, более значимым и вовлекающим.
 - Уникальный опыт. Если вы работали в сфере долгое время, вы уже профессионал, и тогда вы можете добавить ваш уникальный взгляд в ваш курс.

далее...

Расскажите людям «Почему»

Большинство людей, создающих курсы, делятся информацией «что» и «как». Но если вы хотите заслужить авторитет в вашей сфере — и заставлять людей действовать на основе того, чему вы учите — делитесь информацией «почему». Это значит, что нужно сказать людям, почему именно ваш метод так хорошо работает.

Потому что дело вот в чем...

У людей парализуется анализ, если они читают или видят слишком много контента по определенной теме. Они перегружаются. И получают много противоречащей друг другу информации, и это их парализует.

Но если вы скажете, почему люди должны действовать определенным образом, они преодолеют этот аналитический паралич. Они будут делать, что вы говорите. И в итоге станут довольными клиентами. А довольные клиенты совершают повторные покупки.

Заключение

Итак, теперь вы все знаете: простой метод за три шага для создания вашего курса из большой идеи. И вот краткий обзор этих шагов.

- Шаг 1: Проведите исследование. Здесь вы изучили похожие продукты, чтобы вы смогли сделать ваш курс другим и ЛУЧШЕ, чем что-либо, что сейчас существует на рынке.
- Шаг 2: Подготовьте набросок. Здесь вы узнали, как организовать ваш контент логичным и полезным способом.
- Шаг 3: Разработайте свой курс. Здесь вы получили лучшие практические советы по созданию полезного курса, который точно полюбят ваши ученики.

Теперь у вас есть все, что нужно, чтобы двигаться дальше. Так что дерзайте!
Превращайте вашу большую идею в прибыльный курс. И начните прямо сейчас.
Потому что чем раньше вы начнете, тем скорее освоите выгоду!

Рекомендованные ресурсы

- **Рабочие курсы.** Узнайте 7 быстрый и бесплатных способов продавать больше онлайн курсов. Ценные советы проведут вас через настоящие шаги к получению результатов.

<https://propiar.goodly.pro/store>

- **Подтверждения и заказы.** Откройте 12 способов сделать так, чтобы больше людей подписывались на вашу рассылку и покупали все, что вы продаете. Советы, шорткаты, ответы на часто задаваемые вопросы, шаги и шаблоны — все в этих шпаргалках.

<https://propiar.goodly.pro/store>

- **Сила фриланса.** Насколько может разрастись ваш бизнес, если у вас будет группа профессиональных графических дизайнеров, писателей, маркетологов и программистов мирового класса? Соберите виртуальную команду, чтобы расширить свой бизнес!

<https://propiar.goodly.pro/store>

- **Ежемесячный пассив.** Превратите 12 систем «настроил и забыл», генерирующих пассивный доход в настоящий бизнес, приносящий ежемесячный доход. Создайте эти инструменты единожды, и они будут работать на вас всю оставшуюся жизнь.

<https://propiar.goodly.pro/store>

**[НАЖМИТЕ СЮДА,](#)
ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ РЕСУРСОВ!**