

ПРИНЦИПЫ ЗАПУСКОВ ОНЛАЙН-КУРСОВ

Краткое руководство к действию

***Работающие алгоритмы высокой
конверсии***

**Петр Пономарев
ProVocation.ru**

Оглавление.

1. Принципы запуска онлайн-курсов.
2. Ценовая динамика запуска онлайн-курсов.
3. Этапы запусков онлайн-курсов.
4. Ключевые показатели.
5. Типы событий.
6. Модели запуска.

Что такое запуск? Создание большого количества ценности (избыток) для целевой аудитории, и изменение мышления, побочным явлением которого является сильная мотивация дальнейших изменений при помощи покупки продукта.

ПРИНЦИПЫ ЗАПУСКА

1. Обращение к целевой аудитории
2. Дефицит — нужно четко понимать из-за чего мы создаем иллюзию ограниченности предложения. По времени, по количеству и по условиям.
3. Результат запуска зависит от восприятия разницы между ожидаемой ценностью продукта и ценой.
4. Задача запуска максимально увеличить видимую ценность продукта в глазах целевой аудитории.

ЦЕНОВАЯ ДИНАМИКА ЗАПУСКА

1. **Цена раннего списка** — самая низкая цена.
Первое касание. Как правило 50% скидка. Не участвуют VIP пакеты. Предложение на 24 часа. Без возможности использования рассрочек. Только полные оплаты.
2. **Клиентская цена** — первая цена продажи.
Предоставляется ТОЛЬКО КЛИЕНТАМ проекта. Тем, кто уже платил деньги. Тем, кто уже лоялен. Условия действуют 3 дня. Рассрочки действуют. (Могут быть ограничения) Как правило скидка 35-40%. В виде исключения может быть предоставлена скидка на VIP пакет.
3. **Базовая цена запуска** — цена, по которой идут основные продажи.

4. Цена закрытия - цена последних продаж, без перечеркивания. Полная цена курса.

5. Дополнительные скидки и условия:
условия отдельных событий могут отличаться в лучшую сторону. Например, на отдельном вебинаре (только в период запуска) может действовать дополнительная скидка на 1-2 дня от базовой цены.

6. Дополнительная цена закрытия - может вводиться как цена для финального закрывающего мероприятия после завершения запуска.

7. Дополнительные цены: на этапе постзапуска мы можем вводить новые продукты и новые цены. Например, продавать первый урок отдельно или первый модуль, сделать новый пакет без поддержки или наоборот с усиленной поддержкой. Добавить места в тарифы — но на других условиях. Ввести цены с другими условиями рассрочки.

Важно: VIP пакеты. Мы не предоставляем скидки. Ограничиваем количество мест. Регулярно знакомим участников с вписавшимися в VIP (можно без имен), но с рассказом ситуации и причины и целей на VIP и почему именно VIP.

ЭТАПЫ ЗАПУСКА

1. Предзапуск – задача создать заинтересованность. Описать ключевые плюсы проекта. Показать ценность, создать ожидания запуска. Провести интерактив с аудиторией. Главное действие собирать людей в ранний список.

Длительность: от 3 до 30 дней.

Мероприятия предзапуска:

- Выдача контента (статьи, видео с ценностью и призывом взаимодействовать);
- Видео-уроки;
- Не продающие вебинары с ответами на вопросы, ценностью, анонсами курса;
- Интерактивы с вопросами по решению конкретных задач;
- Марафоны в соц сетях (3-5 дней по решению конкретной задачи);
- «Мягкие интенсивы» без продаж с большим количеством контента;
- Презентация курса, его идеи, результатов;
- Отзывы и интервью .

Итог: вебинар раннего списка.

2. Запуск.

Задача: получить максимальную конверсию в онлайн-курс или тренинг. Создать материалы и ресурсы для пост-запуска.

Длительность: Срок от 10 до 60 дней.

Мероприятия запуска: согласно выбранной стратегии.

Одно событие или серия событий:

- **Одно событие:**

Вебинар/автовебинар

Интенсив (3-7 дней)

Бесплатный тренинг (7-15 дней)

Игра

Реалити-шоу

Плюсы автовебинара: большее количество касаний. Меньше времени на сбор аудитории. Минусы - более низкая конверсия.

- **Серия событий:**

комбинация

Комбинация: Серия вебинаров

Интенсив + вебинар

Интенсив + курс

Вебинар + марафон + вебинар

Принцип окна:

Продажи проходят в строго ограниченное время. В другое время условия сильно отличаются в худшую сторону.

1) Плавное ухудшение

Длинное окно на весь период запуска. Есть несколько точек изменения условий. 3 или 4 за весь период

2) Короткое окно. Продажи идут всего 2-3 дня. Или даже 24 часа. Все остальное время запуска мы или отправляем их в ранний список или же просто запрещаем покупать.

3) Несколько коротких окон.

Например, продажи открываются только во время вебинаров. Которых ограниченное количество.

4) Плавающее окно.

Окно которое продлевается или открывается повторно вне плана. "По просьбам" или по каким либо другим причинам. Важно. Каждое открытие окна должно давать ухудшение условий.

5) **Комбинация.** Например есть длинное окно. Но на вебинарах условия лучше - действуют 24 часа - затем возврат к обычным условиям окна.

ДВЕ КЛЮЧЕВЫЕ МОДЕЛИ:

1) Интенсивная модель - вручную.

Что значит интенсивная модель?

- Ставка на высокую эффективность.
- Высокое качество и высокая детализация планирования.
- Малое количество событий.
- Высокая результативность.
- Разные типы взаимодействий
- Аналитика в режиме реального времени.
- Качественная работа с трафиком и регулярный анализ качества
- Масштаб запуска от 10 млн в месяц
- Конверсия от 5% в заказы на событиях.
- Период подготовки запуска от 30 дней
- Период запуска от 30 дней.

2) Экстенсивная модель:

- Простые действия по шаблонам и алгоритмам
- Максимально процессы автоматизированы.
- Массовое привлечение трафика
- Конверсии 1-3%
- Масштаб запуска от 1-4 млн. В месяц
- Подготовка запуска 3-7 дней
- Период запуска 7-10 дней.

Результат запуска: выполнение плана по клиентам, бюджету и обороту.

3. Пост-запуск.

Задача: максимизировать прибыль и привлечь максимум клиентов участвующих в запуске к покупке продукта.

Мероприятия:

- Рассылка видеопродажника
- Работа отдела продаж по сегментам
- Продажа первого урока
- Продажа Upgrade пакетов. (В том числе проведение отдельных мероприятий, для купивших младшие пакеты)
- Бесплатный тест-драйв
- Продажа упрощенного пакета.
- Касания через другие каналы (Instagram)
- Дополнительный вебинар для пропустивших активности
- Упаковка и продажа активностей запуска
- Консультации
- Групповые встречи и сессии
- Общение с участниками предыдущих программ

Результат: дополнительная прибыль и клиенты

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗАПУСКА

- Стоимость лида
- Количество лидов
- Количество в эфире
- Количество лидов до оффера
- Конверсия в заявку
- Конверсия в оплату (частичную и полную)
- Качество лидов (оценка по действиям и активностям)
- Количество заказов по пакетам
- Затраты времени Автора/Эксперта

ТИПЫ СОБЫТИЙ

1. Вебинар раннего списка.

Вебинар с презентацией курса. Весь контент дается в разрезе “как мы это делаем на тренинге”. Отдельно контентной части нет. Упор идет на самую низкую цену из всех возможных. Оффер должен быть жестким 24 часа. Без рассрочек. Вебинар собирает горячую аудиторию. Мы во всех ранних коммуникациях сообщаем что на вебинаре будет презентация курса и особые условия. Записи не представляем. Условия жесткие не двигаем.

Разогрев:

Серия писем или видео в которых мы даем анонсы курса. Пишем о результатах прошлого о возможностях. Интервью с участниками. Задаем вопросы по тому что именно в курсе важно. Рассказываем о том как курс проходит. О структуре тренерах кураторах. Идеи курса. Стимулируем задавать вопросы именно о курсе. Все что вы боялись спросить. Но хотите узнать. Обсуждение в социальных сетях.

Усилители:

1) Можно сделать дополнительный эфир в соцсетях (Инстаграм/Facebook) с ответами на вопросы по курсу. Можно также вывести в эфир учеников с результатами и тренеров которые будут вести.

2) Табло с таймером и отображением количества проданных мест.

Трафик:

Берем тех, кто знает или скорее всего знает слышал о курсе.

Можем провести контентный вебинар для нового трафика с решением задачи/проблемы и без цены - с оффером на ранний список. Этот контентный вебинар можно сделать в виде автовебинара. Даем рекламу в наших социальных сетях. Главное рекламное сообщение - узнаете все о курсе о том как он работает и какие результаты дает - и получите уникальное предложение. Ретаргетинг.

Качество трафика отслеживаем по активностям до вебинара

По вопросам и комментариям. На входе отсекаем сразу предупреждая несколько раз о том что будет только презентация. По факту контент даем но в рамках презентации.

Конверсия в заявки на таком вебинаре должна быть не меньше 20%

Конверсия в оплаты 70-80%

Время разогрева 7-10 дней.

2. Клиентский мастер-класс

Вебинар с эксклюзивным контентом. Упор в рекламе делается на то, что этот контент не давался нигде и никогда и поэтому он дается только для клиентов. 2-3 часа мастер-класс Обязательно с

практикой и какими то осязаемыми результатами. (нет смысла делать такие МК на дешевые продукты) Мастер-класс всегда делать платным. Цена 1999-3999 рублей. Для клиентов бесплатный

Запись платная для всех (можно сделать исключение для VIP клиентов и давать им запись бесплатно. Можно сделать исключение и давать запись тем кто будет в эфире. Но главный упор на то что контент эксклюзивный поэтому записи не будет)

Оффер - хуже чем в раннем списке или такой же.

Длительность 2-3 дня

Рассрочки возможны.

Трафик:

Рекламу даем ретаргетингом.

Рекламу в наших социальных сетях - с оффером только для клиентов. Рассылка по базе по тем, кто не клиент (станьте клиентом чтобы попасть на вебинар)

Важно: продаем запись после завершения.

Прогрев:

3-4 видео в которых раскрывается один из аспектов/один инструмент. Собираем вопросы для вебинара с обещанием выделить отдельный блок с ответами.

Закрытие:

Делаем видео-нарезку - лучшие моменты МК

Продаем запись МК + курс

Усилители:

Конкурс для участников МК (не билет на курс!!! Что-то другое)

Делаем эфир с приглашением (инстаграм/facebook) кусок контента

и анонс того что будет на МК

Конверсия в заявки на таком мастер-классе должна быть не ниже 20%
Конверсия в оплаты 60-70%

3. Продающий вебинар одиночный

Вебинар раскрывающий конкретную тему. Дается четкое обещание результата, который получают ученики. Вебинар состоит из вступления, контентной части, и продажи.

Трафик:

Прямой трафик на вебинар.
Трафик через лид-магниты.
Трафик собираем 5-10 дней.

Разогрев:

Мини-курс — 3-4 видео с заданиями.
Посты-задания в соц сетях.
Розыгрыш приза.
Серия писем и серия касаний.
Прозвон: автозвонок+колл-центр.
SMS и воронка в мессенджерах.

4. Мастер-класс

Тоже самое, но контент делаем с упором на получение **ОДНОГО КОНКРЕТНОГО РЕЗУЛЬТАТА**. Или на получение навыка решения ряда задач. Мастер-класс должен быть снабжен заданиями.

Усиление:

Анкета с запросом потребностей и задач на МК.
Рабочая тетрадь и материалы: Выдается только тем кто в живую или за деньги.

Запись+ материалы продается.

5. Платный мастер-класс

Прямая продажа на холодный или теплый трафик. Упор на результат + гарантия + дополнительные материалы.

Может продаваться как тренинг через отдельный разогрев 3-4 видео.

6. Серия продающих вебинаров. (2-3 дня)

Объединены общей идеей. И одним окном продаж. Разогрев такой же как и на единичный. После каждого собираем отзывы. И даем в рекламе (письмах, в рекламных сообщениях)

Усилитель: делаем финальный вебинар с розыгрышем приза. На котором выдаем бонусы за активность.

7. Бесплатный марафон результативный (3-5 дней)

Ориентирован на практику - то есть домашние задания которые нужно делать

- 1 день - проблема
- 2 день - решение возможно
- 3 день - алгоритм
- 4 день - будущее.
- 5 день презентация программы

Усилители:

- 1) конкурс с розыгрышем призов.
- 2) работаем с ранним списком и делаем оффер на последнем вебинаре. А с участниками раннего списка работаем через отдел продаж.
- 3) делаем VIP вебинар секретный. Для тех кто выполнил

какие то условия.

Также, существуют другие модели:

8. Бесплатный тренинг
9. Платный мини-курс (2-3 дня)
10. Игра/розыгрыш
11. Интенсив 1 день/2 дня
12. Ворк-шоп, мастерская.
13. Открытый первый урок.
14. Вебинар с презентацией итогов и результатов потока.
15. Большой автовебинар
16. Реалити - шоу
17. пост вебинар после начала курса для тех, кто в него не вписался
18. Мастер-класс для финалистов программы.
Берем тех кто зафиналил программу и разбираем в формате "выпускного" итоги результаты в закрытой группе для своих.
Презентуем следующий уровень.
19. Тест-драйв. Демо-модуль.

МОДЕЛИ ПРОДАЮЩИХ ВЕБИНАРОВ

1. Эволюция (путь клиента)

Структура вебинара - это описание пути развития. С контрольными точками. Продажа - как алгоритм пройти точки быстрее.

2. Откровение. (На личной истории)

Эмоциональный рассказ личной истории. Через какие ошибки я прошел. Предложение. Хотите я помогу вам пройти ваши ошибки. ? Упор идет на том, что вы будете лично работать с участниками.

3. Шестеренка - разбираем подробно один важный и большой аспект. После чего показываем что есть еще 4-5, которые тоже важны. И они будут в программе

4. Урезанная версия. Показываем 10 элементов системы и разбираем 4-5. Важно показать именно важность системы в целом и то как она работает.

5. Каскадные продажи. 4-5 офферов в одном вебинаре - как часть одного продукта.

6. Перевертыш - от обратного. Мы объясняем подробно о том, что не работает. И почему. Приходим к тому как должно быть "правильно" и делаем оффер

7. Через хаос. Большое количество бессистемных фишек, кейсов, результатов.

8. Область незнания. Показываем что результаты достигаются не за счет того, что думает клиент. А за счет ему

неизвестного и предлагаем это неизвестное пройти.

9. Реалити с экспертом.

Приглашаем и показываем как создается результат в режиме реального времени.

10. Стандартный контенто-продающий вебинар

Тайминг для оффера:

- В зависимости от модели оффер делается
- Есть несколько способов сделать оффер:
- Первый вариант: переход к офферу и сам оффер

Сценарий оффера на стандартном контенто-продающем вебинаре.

0) Ресар итоги вебинара - на одном слайде все самое главное что случилось.

1) 5 вопросов о вебинаре на которые ответ "да"

- вы много узнали ?
- изменилась ли ваша жизнь?
- и т д.

2) Вопрос что делать теперь?

Формулируем ключевой вопрос - готовы ли вы ?
Ответьте кто готов.

3) Как это сделать ?

- У вас есть три пути:
- ничего не менять
 - пройти самостоятельно
 - пройти с поддержкой
- какой вариант выбираете вы ?

4) Для тех, кто принял решение идти 3-м путем, я с гордостью хочу

представить программу: ХХХ

5) Предпродажа:

- главный результат (цель)
- 2-3 отзыва
- структура и содержание курса

6) Продажа цены.

- что входит и результаты
- сравнения
- цена (полная без скидок)

7) Вопрос - про адекватность цены.

8) показываем цену со скидкой – только для тех кто пришел на вебинар

9) но и это еще не все. ... бонус за быстрое принятия решений.

10) продажа бонуса

- результат
- отзывы
- структура
- цена

11) Подробная презентация курса. ПО модулям.

12) Закрытие возражений через истории + ответы на вопросы

13) Усиление

14) ответы на вопросы + отзывы и результаты.

С уважением

Петр Пономарев

Provocation.agency

[Клуб Challenge](#)

P.S. Как создать онлайн-школу ? [“Конструктор онлайн-школ”](#) курс для тех, кто хочет стать лидером.