







# Kurs online - checklista



-  **Wstępne opracowanie pomysłu i koncepcji**, bo temat to nie wszystko - dobierz do niego formę - video, audio, treść pisana, quizy, workbook - w jaki sposób najłatwiej będzie kursantom przyswajać tą wiedzę, którą chcesz przekazać?
-  **Rozpisanie harmonogramu przygotowań i realizacji na poszczególne aspekty i etapy**. A będzie tego sporo! Sama/sam zobacz: strona techniczna, strona wizualna, sprzedaż i promocja, zawartość merytoryczna oraz etap przygotowań, realizacji i etap promocji oraz sprzedaży. Jeśli chcesz, by to ostatnie zakończyło się sukcesem, musisz znaleźć czas na planowanie i nie wymigasz się od niego :)
-  **Przygotowanie zaplecza merytorycznego - research, badania, ankiety i analizy**. Tylko, jeśli tego potrzebujesz :) Znam osobę, która napisała kurs online w dwie noce, a w kolejne dwie - nagrała! Temat siedział w jej głowie od lat, wystarczyło go przenieść na narzędzia wirtualne.
-  **Analiza potrzebnych i dostępnych rozwiązań technicznych** - w zależności od koncepcji, którą opracujesz w pkt. 1., będziesz potrzebować kilku zasobów: sklep, platforma kursowa, upload wideo, audio... I tak dalej.
-  **Rozpisanie budżetu (koszty versus szacunkowy przychód), zebranie informacji prawnych, księgowych i podatkowych**. Bez tego nawet nie próbuj zabierać się za sprzedaż! Postawa YOLO i jakoś to będzie nie sprawdza się, gdy poświęcasz swój cenny czas, by zarobić pieniądze i spełnić marzenia o niezależności i biznesie na własnych zasadach. Zaprzyjaźnij się z kalkulatorem i nie bój się prosić o pomoc osoby bardziej doświadczone i kochające cyferki :)
-  **Opracowanie zawartości merytorycznej - scenariusze, rozpisanie dodatkowych narzędzi (np. arkusze pracy do druku), bonusów itp.** Im bardziej obudujesz kurs dodatkowymi, przydatnymi kursantowi treściami, tym chętniej zapłaci zadowolającą Cię cenę za kurs i tym większe poczucie zadowolenia będzie mieć w trakcie jego realizacji. Pamiętaj jednak - nie

mnóż materiałów na siłę, zadbaj o ich merytorykę i rzeczywistą funkcjonalność.



**Przygotowanie materiałów promocyjnych – kolorystyka, grafiki, landing page, fotografie.** Pamiętaj – tworząc to wszystko, myśl o swojej grupie docelowej, o tym co lubi i co przykuwa jej uwagę.



**Szczegółowe dopracowanie zawartości merytorycznej w docelowej formie – ebooki, wideo, audio, materiały do druku, materiały do pracy indywidualnej czy grupowej z kursantami.** To, co masz już ogarnięte treściowo, musisz ubrać w odpowiednią szatę graficzną lub nagrać.

- **Wdrożenie kursu od strony techniczno-merytorycznej** (w tym sprzedaż).



**Wdrożenie zaplanowanych działań promocyjnych i sprzedaż kursu – bez promocji się nie sprzeda!**

