



MARKETINATOR

Дарья  
Шанс



# ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ

ИНФОБИЗНЕСА  
И ОНЛАЙН-ШКОЛЫ

«Marketinator» Copyright ©2020

12+

Дарья Шанс

**Этапы создания инфобизнеса  
и онлайн-школы**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

## **Шанс Д.**

Этапы создания инфобизнеса и онлайн-школы / Д. Шанс —  
«ЛитРес: Самиздат», 2020

Бизнес в нише онлайн обучения – самый привлекательный на сегодняшний день по ряду объективных причин. Во-первых, этот тип бизнеса позволяет заниматься любимым делом, путешествовать по миру, управлять командой удаленно и иметь время на семью, хобби и друзей. Ведь мы создаем бизнес для того, чтобы у нас был тот стиль жизни, который нам нужен: для кого-то важна финансовая свобода, а для кого-то – свобода передвижения, которая возможна, если вы работаете удаленно. Уже много знаменитостей открыли свои онлайн-школы. Кристина Агилера учит пению, Павел Воля – публичным выступлениям, Гарри Каспаров – игре в шахматы. Но у тех экспертов, которые только осваивают онлайн пространство, обычно возникает много вопросов: «С чего начать этот бизнес?» или «Как создать воронку продаж?». Поэтому Дарья Шанс написала эту книгу. Она хочет, чтобы как эксперты (авторы, тренеры, коучи, спикеры, учителя), так и интернет-маркетологи почувствовали вкус жизни, обладая высоким пассивным доходом от своей онлайн-школы.

© Шанс Д., 2020

© ЛитРес: Самиздат, 2020

## Содержание

Начальный этап	5
Онлайн-школа как вид инфобизнеса	6
Виды энергии	7
Как узнать свое предназначение?	8
Ваша основная цель	9
Перед запуском онлайн-школы	10
Каким категориям людей нужно помогать	11
Какие возможны «подводные камни» создания онлайн-школы?	12
Что происходит после старта	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

## Начальный этап

Что такое онлайн-школа? Это почти полностью автоматизируемый, высокомаржинальный и прибыльный бизнес, где не нужно нанимать много сотрудников. Он позволяет путешествовать, занимаясь продажей онлайн-курсов из любой точки мира, посвящать больше времени близким, спорту и хобби.

В чем еще преимущество создания онлайн-школы? Это возможность продать свои знания и навыки в максимально короткие сроки без значительных временных и денежных затрат.

Онлайн-школа, в отличие от инфобизнеса, – это система, которая позволяет авторам, тренерам, коучам, спикерам, профессорам, учителям и другим помогающим экспертам продавать свою компетентность не только офлайн, но и онлайн. По сути, это передача знаний и навыков при помощи интернета. При этом в идеале вы предлагаете не просто онлайн-курсы – вы обеспечиваете результат для широкой аудитории. В чем разница между онлайн-школой и инфобизнесом? Инфобизнес направлен на продажу онлайн-курсов и получение прибыли. Онлайн-школы – на продажу результата и получение из этого прибыли. Инфобизнес – это киоск на автобусной остановке. Онлайн-школа – это luxury бутик в ЦУМе.

Образцовой онлайн-школой на сегодняшний день можно назвать обучающий медиа-портал, который полностью освещает нюансы своего направления и параллельно предлагает онлайн-курсы.

Почему этот бизнес выгоден и высоко рентабелен? Он:

- Растет и развивается даже при наличии небольшой команды
- Позволяет вести свободный образ жизни
- Дарит шанс путешествий по миру
- Дает возможность посвящать больше времени родным и близким
- Позволяет обходиться без офиса, склада и других 100 «мелочей» офлайн-бизнеса

## Онлайн-школа как вид инфобизнеса

В последнее время отношение к инфобизнесу не радует. В рунете он вообще почти потерял доверие аудитории. Основная причина заключается в том, что на рынок инфобизнеса вышли так называемые «псевдоэксперты», то есть люди очень далекие как от бизнеса в целом, так и от той ниши, которую они пытаются завоевать.

Если в офлайн-бизнесе выживает каждый десятый, то в виртуальном пространстве ситуация патовая. И решив в один прекрасный день «принести пользу всему миру» и заработать себе на хлеб с тонким слоем икорки, начинающие инфобизнесмены сталкиваются с неудачей. При этом у них, как правило, за плечами не один отечественный и зарубежный вуз, работа на высоких должностях и т.п. Дело в том, что настоящий эксперт-профессионал зачастую не имеет навыков, чтобы себя спродюсировать и пропиарить. Ему нужен человек-управленец, чтобы создать образовательный онлайн-проект и делиться своими знаниями, опытом, навыками и талантами

Одна из ошибок экспертов, выходящих в онлайн, заключается в том, что они не владеют инновационными инструментами маркетинга, а другая (помимо остальных) – в том, что у их проекта отсутствует яркая, привлекательная упаковка. Пути решения три: научиться все делать самостоятельно, найти интернет-маркетолога (продюсера) или нанять команду из профессионалов (и параллельно взаимодействовать с разными подрядчиками). Итак: бизнес модель и команда, а также привлекательная упаковка – это первые шаги к успеху онлайн-бизнеса в целом и бизнеса на рынке онлайн-обучения в частности.

Что еще делает онлайн-школу успешной? Наличие информационной площадки, на которой вы будете обучать студентов, плюс грамотная воронка продаж для созданных вами онлайн-курсов.

## Виды энергии

Что является одним из факторов, которые приводят к хорошей прибыли? Прежде всего, высокая эффективность его владельца. Как повысить свой уровень энергии? Можно использовать восточные практики или жить по законам тайм-менеджмента. Но даже самого скрупулезного человека не хватает надолго, хорошо, если пару недель удастся продержаться. Какой смысл во всех этих «волшебных пилюлях самоорганизации», если такие практики малоэффективны?

Замечали, наверное, что один человек использует сутки с большей продуктивностью, чем другой. Второй человек просто обладает большим уровнем энергии, а также умеет грамотно фокусироваться на своей цели и распоряжаться своим временем. Считается, что восполнить запас энергии можно благодаря питанию, физическим тренировкам, полноценному отдыху. Но опыт показывает, что это лишь часть правды. В последнее время специалисты склонны выделять четыре основных «уровня энергии».

**Первый уровень – физический.** Это занятия спортом, профилактика болезней и правильное питание. Разочаруем вас: при таком подходе вы получите лишь незначительный поток энергии.

**Второй уровень – ментальный.** Здесь стоит вспомнить об аффирмациях, «позитивном мышлении», мнемотехниках, чтении. Соблюдая все эти «каноны», вы можете значительно повысить свой внутренний заряд. Ставьте перед собой достижимую и измеримую финансовую цель, например, на год, и фокусируйтесь именно на тех действиях, которые приведут к ее достижению, а не на какой-то второстепенной операционке и рутине, которая никак не влияет на продажи.

**Третий уровень – эмоциональный.** Общение, дружба, взаимопомощь, творчество и влияние на нас социума, то есть, нахамив в пробке другому водителю, вы значительно уменьшите свой «внутренний заряд». Имейте это в виду!

**Четвертый уровень – это уровень предназначения.** Это так называемые самовыражение и самореализация, то, к чему многие из нас стремятся. Здесь ключевым моментом является ваша миссия и цель. Не финансовая, а именно большая цель, из-за которой вы решили создать бизнес. Деньги не могут быть целью, деньги – это не цель, а инструмент для ее достижения. А еще каждой компании нужна миссия, потому что если у вас ее нет, то 1) вас будут обгонять те компании, у которых она есть, 2) ваша команда будет работать только за деньги и уйдет к тому, кто больше предложит, не раздумывая.

## **Как узнать свое предназначение?**

1. Создать список вещей, которые заряжают вас положительной энергией.
2. Выписать то, что вас мотивирует. Если это деньги, то отметьте, для достижения какой цели они вам необходимы. Вам нужно «большое почему». Это может быть покупка жилья или авто для обеспечения достойного существования вашим детям, погашение кредита, обеспечение безбедной старости родителям, путешествия и т.п.
3. Визуализируйте ваш идеальный день. Буквально по часам, начиная с утра: в каком настроении вы просыпаетесь, как добираетесь до работы, с кем общаетесь, как проводите вечер. Погрузитесь и почувствуйте состояние восторга, постарайтесь, находясь в этом состоянии-желания, пойти и что-то сделать прямо сейчас. И постоянно возвращайтесь к этой картинке, особенно когда сталкиваетесь с жизненными сложностями.

## **Ваша основная цель**

При визуализации вашей цели важно не привязываться ни к текущему, ни к прошлому заработку. Вы инстинктивно будете руководствоваться своим опытом заработка в прошлом, потому что вам эти суммы уже понятны, и можете последовать линейному росту дохода.

Не фокусируйтесь на том, что для реализации вашей мечты вам требуется гораздо больше денег, чем у вас есть, и цель в данный момент для вас недостижима. Например, аренда пентхауса где-то на берегу океана за 8000\$ в неделю. Ваш мозг может не понимать, как прийти к этим деньгам, потому что исходит из прошлого опыта. Сейчас забудьте о своем прошлом опыте, о своих неудачах. Представьте себе ту жизнь, о которой вы мечтаете, и напишите ту желаемую сумму, которая для этой жизни потребуется. Если вы видите перед собой цель, вы поймете, как раздобыть финансовые средства для ее достижения, потому что ваше подсознание само начнет ловить сигналы из окружающего мира, которые укажут на то, как ее добиться. Так работает ретикулярная активирующая система нашего головного мозга. Проще говоря, когда вы четко знаете, какая перед вами стоит цель, Вселенная сама укажет на те инструменты, которые помогут вам ее добиться.

Советы и упражнения, которые приводятся в этой книге, эта методика и ее реализация исходят из понимания того, какой результат они приносят, и основаны на опыте сотен других людей. Поэтому постарайтесь не воспринимать все критично, а просто поверить в то, что это так работает. Но одной визуализации мало, вам также нужно действовать.

Еще полезно написать свою жизненную историю и сделать это так, чтобы она была максимально интересна читателям и вдохновляла их на добрые дела. Определите, что полезного вы можете дать людям, рассмотрите свой багаж знаний и опыта. При этом не забудьте и о себе: смело озвучьте все свои желания Вселенной!

## **Перед запуском онлайн-школы**

Что еще может существенно повлиять на результат? Искренность, открытость и активная помощь окружающим. Чем больше вы мотивируете других, тем больше получаете сами. Даже прожженным эгоистам стоит ненадолго включить альтруизм. Таковы законы Вселенной, и не нам их менять. Принесут свои плоды «хорошие дела», сделанные здесь и сейчас.

Это все хорошо, но как достичь этого на практике? Начните с малого: займитесь благотворительностью или познакомьтесь с человеком, который также намерен добиться большого результата. Старайтесь ему помочь, особенно, если увидите, что уровень его мотивации пока невысок. Искренне радуйтесь его успехам. Если вы будете открыты и позитивны, то возможности в скором времени придут и к вам. Важно, чтобы это было от чистого сердца, и вы не воспринимали помощь человеку или группе людей как обязательство. Находитесь в состоянии щедрости, и таким образом вы будете более привлекательны в глазах других людей.

## **Каким категориям людей нужно помогать**

1. Людям, которые в нужде.
2. Людям, которые помогали вам до этого.
3. Людям, которые помогают другим людям.

Помогая таким людям, вы быстрее получаете результат в виде помощи вам.

И не забывайте: если вы хотите летать с орлами, вы не можете кричать с утками. Вам надо окружить себя теми людьми, которые успешнее вас, тогда вы невольно потянетесь за ними. «С кем поведешься – от того и наберешься» – народные мудрости не врут, на то они и мудрости. Коучи личностного роста говорят, что вы – это среднее арифметическое тех пяти людей, с которыми вы общаетесь больше всего. Как им не поверить? Следующий шаг – это сделать ваших кумиров вашими конкурентами.

## Какие возможны «подводные камни» создания онлайн-школы?

Онлайн-бизнес в нише обучения имеет свои особенности. И даже если вы отличный специалист офлайн, все равно при выходе на онлайн-рынок на первоначальном этапе максимум, что у вас может получиться, это «выйти в ноль», то есть просто вернуть вложенный в рекламу бюджет.

Это связано с тем, что вы пока не имеете никакого медиавеса в «виртуальном пространстве», а конкуренция в некоторых нишах настолько высока, что стоимость привлечения клиента часто равняется стоимости самого онлайн-курса. Поэтому не работать со своей репутацией в качестве онлайн эксперта означает остаться за бортом.

Кроме того, сразу продать ваш продукт холодной аудитории не получится, каким бы качественным и полезным он ни был. Люди устали от рекламы. Плюс добавляется уже ставший мемом образ «инфоцыган», которые тупо копируют «воду» из рунета, выдавая это за «уникальный авторский контент».

Доверие к инфобизнесу упало ниже доверия к правительству, поэтому продать что-то человеку, который впервые в жизни вас видит, с первого клика – из области фантастики.

Поэтому для того, чтобы у вас купили какой-то онлайн-курс, нужно для начала предложить определенную «полезность» абсолютно бесплатно. Ведь если люди вас не знают и никак не смогли попробовать ваш продукт, они не купят у вас «кота в мешке».

Даже у крутого эксперта, имеющего большой опыт в инфобизнесе и постоянно работающего над маркетинговой стратегией, прогревающего свою аудиторию «вкусным» контентом, дающим бесплатные полезности в виде мини-курсов, серьезно работающим над оптимизацией воронок продаж – возврат на инвестиции зачастую бывает не больше 1 к 4. А новичкам в онлайн на первых порах еле-еле удается выйти на точку безубыточности. Именно поэтому вы должны работать над созданием базы лояльных подписчиков и постепенно развивать свой личный бренд онлайн. Создайте круг лояльных подписчиков и попробуйте продать им свой продукт. Выйдя за пределы этого круга, вы рискуете слить ваш рекламный бюджет до последнего рубля. Почему? А кто вы для тех людей, которые вас не знают? Какую ценность вы несете, зачем им перенимать ваш опыт?

Чем раньше вы начнете работать над созданием сильного личного бренда, тем сложнее вас будет догнать и тем больше «плюшек» вы можете получить:

#

- Повышение доверия и лояльности аудитории
- Увеличение возврата на инвестиции
- Приобретение новых партнеров и доступ к их ресурсам
- Повышение прибыли бизнеса
- Снижение уровня претензий клиентов
- Инверсия продаж (когда не вы бегаете за клиентами, а они – за вами)
- Привлечение клиентов при нулевом усилии
- Перспективный нетворкинг
- Востребованность и медиавес на вашем рынке

Получается, что вам уже никому не нужно будет доказывать, что вы крутой. Ваше имя все скажет за вас.

Это работа на долгосрочный период. Нельзя лечь спать, а утром проснуться знаменитым. Как и нельзя дать пиарщику пару миллионов рублей и стать уважаемой и авторитетной звездой на следующий день. Но если заняться своим брендингом вплотную, то это принесет железобетонные результаты и откроет безграничные перспективы.

## **Что происходит после старта**

Предположим, что какой-то медиавес у вас уже есть, тогда, с одной стороны, есть аудитория, которая хочет что-то купить. С другой стороны – вы, т.е. тот, кто может им помочь. Для этого вам нужно всего лишь подобрать нужные слова, которые хотят слышать ваши потенциальные покупатели.

## **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.