



## Старт интернет продюсирования | Анализ состояния курса. Часть 2

Продавать снег эскимосам можно, но стоит ли? В этом разделе мы определим - насколько готов ваш "главный продукт" для онлайн-продаж.

### Анализ тематики курса

- Количество поисковых запросов по теме курса в Яндексе  
*Анализируем прямые запросы и что ищут вместе с ними в <https://wordstat.yandex.ru/>*
- Есть ли поисковые запросы по данной теме с большей частотностью?  
*Пример - "как запустить онлайн-школу" запросов 147 в месяц, а "онлайн школа запуск" и "онлайн школа создание" - 361 и 815 соответственно.*
- Количество групп с ключевыми словами в ВК  
*Используя поиск ВК или парсеры анализируем количество групп с ключевыми словами в названии*
- Какая мотивация используется в названии - "Морковка спереди" или "Морковка сзади"?  
*Бывает, что смена мотивации в названии с положительной на отрицательную, сильно влияет на продажи курса и результаты клиентов.*

### Анализ целевой аудитории курса (ЦА)

- Есть ли портрет вашей целевой аудитории (ЦА)  
*Важно наиболее четко понимать, кто ваша ЦА. Нельзя продавать одно и то же и байкеру и гламурной блондинке. Если ЦА неоднородная, важно выделить несколько портретов*

по нижеперечисленным признакам.

Пол вашей ЦА

*Мужчины и женщины в процессе покупки руководствуются разными мотивами, даже если покупают одно и то же.*

Возраст вашей ЦА

*У аудитории двадцатилетних сленг сильно отличается и не всегда понятен аудитории сорокалетних. Что одних зацепит, другие даже не поймут. Хорошо, если возрастные группы поделены как в статистике ВК - "24-27", "27-30" и т.д.*

Семейное положение ЦА

*Семейный статус влияет на интересы и принятие решений*

Наличие детей, желательно возраст и количество

*Думаю не для кого не секрет, что дети многое меняют в жизни в плане приоритетов и целей.*

Социальный статус

*Помогает понять про занятость (у домохозяйки времени больше чем у гендиректора), и про варианты работы - с домохозяйкой вполне прокатят манипулятивные техники, со статусным лицом - скорее перечеркнут все надежды на сотрудничество*

Уровень дохода

*Ну тут думаю вообще все понятно*

Интересы ЦА

*Не менее 3-4 интересов своих клиентов, занимающих значительное место в иерархии ценностей*

Боли целевой аудитории

*Пример: в курс "Гармоничные отношения с мужчиной" могут попасть женщины с разными болями, а именно, - "Привлечение мужчины", "Создание условий для роста мужчины" и "Удержание мужчины". По факту из этого можно сделать три разных курса.*

Ссылки на группы, где обитает целевая аудитория

*Это могут быть группы не связанные с вашей тематикой. Например - мамочки в декрете часто сидят в группах по тематикам - "Развитие ребенка", "Похудение", "Совместные*

покупки"

## Анализ структуры курса

- Есть ли к вашему курсу "лид-магнит"?

*Лид-магнит - бесплатная "полезность" для стимулирования выгодных нам действий. Например - подписка в рассылку, отправка контактных данных и т.д.*

- Насколько тема лид-магнита соответствует интересам и болям ЦА

*Темы не обязательно должны совпадать. Например, можно протестировать к обучению удаленной профессии лид-магнит типа "33 способа заработать в интернете"*

- Есть ли к вашему курсу "условно-бесплатный" продукт?

*Продажа перед основным продуктом чего-то полезного, но недорогого значительно повысит вашу экспертность в глазах клиента и усилит его желание купить основной продукт.*

- Продолжительность Вашего курса.

*Затянутые курсы здорово снижают результативность студентов его купивших.*

- Регулярность домашних заданий и обратная связь по ним.

*В зависимости от вовлеченности вашей аудитории нужно выбрать оптимальный темп выполнения - кому-то полчаса в день на занятия много, кто-то и весь день готов работать.*

- Наличие встроенной геймификации

*Соревновательные элементы с возможностью получить какую-нибудь плюшку в конце сильно увеличивают результаты студентов.*

- Конкуренты

*Ссылки на профили и продающие ресурсы конкурентов. Продающие ресурсы - группы, паблики и мероприятия, которые вам известны.*

- Образцы для подражания, на кого вам хочется быть похожим.

*Ссылки на профили и продающие ресурсы. Продающие ресурсы - группы, паблики и*

*мероприятия, которые вам известны.*

Если данный чек-лист показался тебе полезным, впереди будет еще интереснее! Не пропусти новые посты с новыми чек-листами! . Подписка на новости - [https://vk.com/app5898182\\_-183583081#u=644393&s=363349](https://vk.com/app5898182_-183583081#u=644393&s=363349) . Запись на бесплатную консультацию по аудиту готовности к онлайн-продажам - [https://vk.com/app5898182\\_-183583081#u=644394&s=378899](https://vk.com/app5898182_-183583081#u=644394&s=378899)

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?