Чек-лист | Эксперт

Чек-лист по созданию инфопродукта

Каждому работнику сферы инфобизнеса необходимо предоставить краткую и конкретную последовательность действий, которые необходимо совершать каждый раз при выпуске новых курса, книги, интенсива или иного источника информации. Для этого мы придумали простой и доступный чек-лист, раскладывающий все действия по полочкам.

- [ ] **1.** Понять, что хотите донести с помощью данного инфопродукта

  Вам должен быть кристально ясен путь из точки А, в которой находится ваш потенциальный клиент, к точке Б, в которую вы планируете его привести.

- [ ] **2.** Описать целевую аудиторию

  Определите аудиторию, которой может быть интересен переход из точки А в точку Б. Получите максимально полный портрет потенциального клиента через общение в социальных сетях, опросы и наблюдения.

- [ ] **3.** Определить формат инфопродукта

  - коробочный - видеокурс, книга, автотренинг; - групповое обучение - тренинг, мастер-группа; - индивидуальное - коучинг, серия консультаций; - мембершип и так далее. Если это ваш первый инфопродукт, попробуйте начать с видеокурса или книги.

- [ ] **4.** Составить подробнейший план инфопродукта

  Посвятите ему целый день - это самый важный шаг. Рекомендуется использовать интеллект-карты или Evernote.

- [ ] **5.** Приступить к созданию инфопродукта

  - выделите определенное количество часов в день, в течение которых вы занимаетесь только этим; - уберите все отвлекающие факторы; - установите дедлайн

- [ ] **6.** Не редактировать материалы сразу

  Сначала сделайте все в черновом варианте, иначе вы постоянно будете прерываться и

терять мысль.

- [ ] **7.** Оформить получившиеся материалы для представления клиенту

  Здесь возможны варианты: - представлять просто для скачивания; - выкладывать на закрытый сайт; - использовать дополнительные элементы оформления и так далее. Проще всего дела обстоят с книгой - она просто представляется в виде pdf-файла.

- [ ] **8.** Подготовить инфопродукт для продажи

  Сюда входит выбор сервиса для приема оплат, создания страниц и ведения рассылок; оформление продукта в выбранном сервисе; настройка способов оплаты; создание продающей страницы; проверка работоспособности формы заказа.

- [ ] **9.** Приступить к продаже

  - прямая реклама продающей страницы через контекст, таргет или партнеров; - продвижение через воронку продаж с последующей рассылкой писем; - вебинары и автовебинары

- [ ] **10.** Проанализировать результаты

  Организуйте небольшой опрос ваших клиентов об использовании инфопродукта. Оправдались ли ваши ожидания? Подумайте, чего не хватает в вашему инфопродукту для получения более высоких показателей?

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

как это убрать?