

E-BOOK GRÁTIS

10 Estratégias para você lançar o seu curso on-line

*Transforme o seu conhecimento em
um produto*

TALITA ISSEI

SUMÁRIO

NICHO E SUBNICO	3
PESQUISAS	4
ESTRUTURA DO CURSO	5
DEFINIÇÃO DE LINHA EDITORIAL	8
CRIAÇÃO DE CONSCIÊNCIA DO SEU PRODUTO	9
CRIAÇÃO DE LANDING PAGE	10
AQUECER AUDIÊNCIA	11
EVENTO LANÇAMENTO DO SEU PRODUTO	12
ABERTURA DE CARRINHO	13
NÃO DESISTA!	14
QUEM SOU EU	15

NICHO E SUBNICO

A primeira instância, é comum querer trabalhar com um mercado maior, onde existe mais público do que focar em um nicho menor. Porém dentro do mercado, existem empresas maiores atuando, onde a concorrência é grande, e o seu esforço para atingir o público será muito maior.

A vantagem de subnichar, é a possibilidade de se tornar uma autoridade e ser especialista no assunto. Por exemplo, dentro da Nutrição temos vários subnínhos: Introdução Alimentar, Emagrecimento, Alimentação saudável, entre outros.

Quando você sabe exatamente quem é o seu público e o que ele precisa, consegue criar uma comunicação com mais facilidade, além de poder desenvolver uma solução mais específica. E, por último, mas não menos importante, com o mercado menor, que tem características mais definidas, as campanhas de marketing ficam mais precisas, o que aumentam as conversões de vendas.



Caso o seu curso ainda não esteja desenvolvido, fique tranquilo, antes de começar a desenhar o seu produto, é fundamental conhecer as principais **DORES, DESEJOS e SENTIMENTOS** que a sua persona tem. Para isso, realize pesquisas com a sua audiência, use todos os recursos disponíveis, Stories, Concorrentes, Forms, etc.

Coletando essas informações, você conseguirá construir as melhores estratégias para comunicar-se com o seu público e levantar as necessidades para melhorar ou desenvolver o seu curso.



ESTRUTURA DO CURSO

O produto é desenvolvido através da sua experiência e da clareza do **PROBLEMA** que ela resolve, a partir daí que você alcançará um público que precisa desse produto.

✓ Estude o mercado:

Não gaste tempo e dinheiro em algo que não possui demanda!

✓ Analise:

As pessoas têm interesse no assunto?

As pessoas possuem dúvidas acerca desse assunto?

Existe no mercado algum curso sobre esse tema?

✓ Reúna materiais necessários:

Pense quais assuntos você irá abordar e reúna todo o conteúdo e material necessário: Livros, Artigos, Gráficos, Vídeos;



Organize o seu curso em módulos

Estude todo o seu material e organize seu curso em módulos bem definidos, a partir de assuntos em comum, seguindo uma sequência lógica de aprendizado – Isso transmite uma ideia de progressão e facilita o aprendizado, garantindo que o seu aluno terá adquirido a base necessária para compreender os assuntos ensinados posteriormente.

Formato

Escolha o formato do seu conteúdo Mentoria, Consultoria, E-book, Material interativo...

Lembre-se, o ideal é disponibilizar conteúdos em mais de um formato, para proporcionar estímulos diversos e auxiliar a aprendizagem.



Estrutura

Como será o ciclo de aprendizagem?

Preço e Formas de Pagamentos?

Qual a garantia do curso?

Terá Bônus?

Qual o principal diferencial do seu curso?

Concorrentes (análise no reclame aqui, o que as pessoas estão dizendo)?

Qual a transformação que a pessoa irá ter?

Quais as dores que o seu produto resolve?

Quais são os benefícios relacionados a transformação?



É hora de especificar, analise os seguintes pontos:

Investimento total:

Quanto você investiu para produzir o seu produto?

Público:

Qual a capacidade financeira da sua persona?

Concorrência:

Quanto a sua concorrência cobra por cursos similares?

Valor gerado:

Quanto vale a transformação que você gera na vida do seu cliente?



Defina a plataforma que será disponibilizado:

Encontre uma plataforma que atenda às suas necessidades e reúna todas as funcionalidades que você deseja ofertar aos seus alunos

04

DEFINIÇÃO DE LINHA EDITORIAL

A linha editorial serve para utilizar as **estratégias do Marketing Digital**.

Producir conteúdos no Instagram focados em vendas, é um grande erro! Afinal as pessoas não estão lá para comprar, o Instagram é uma rede social de entretenimento.

Criar uma linha editorial é fundamental, ela será o seu guia para definir os temas que serão abordados.

Esses temas precisam ser do interesse do seu público alvo, estar relacionadas às principais **dores e desejos** da sua audiência.



Escolha 3 temas

Como por exemplo:

Se o seu subnicho for Alimentação saudável para mulheres, esse será o tema principal, você pode incluir Receitas e a Sua rotina pessoal.

05

CRIAÇÃO DE CONSCIÊNCIA DO SEU PRODUTO

Antes de lançar o seu curso, você precisa produzir muito conteúdo para aumentar a consciência a respeito do **PROBLEMA**, da **SOLUÇÃO** e do **PRODUTO**.

Defina a frequência das suas postagens, o ideal é que seja pelo menos 1x por dia.

Os formatos disponíveis são: Carrossel, Reels, Live, Vídeo e Card. Utilize de todos os formatos, focando naqueles que a sua audiência mais consome,



CRIAÇÃO DE LANDING PAGE

O evento serve para criar o desejo da sua audiência no produto que você irá oferecer.

Antes do evento, você precisará criar uma Landing Page para divulgar e atrair leads. Ela é uma Página de conversão na internet que tem o objetivo de converter Visitantes em Leads (contatos de pessoas que podem se tornar clientes). Nela, você colocará todas as informações necessárias para que a pessoa sinta segurança para se cadastrar.



07

AQUECER AUDIÊNCIA

Aquecimento é **aumentar a consciência** e a **expectativa** da sua audiência, enquanto você trabalha no conteúdo do evento.

É uma fase muito importante do lançamento, não pule! Se o aquecimento for bem feito, significa que você terá **mais pessoas no seu evento**, isso aumentará as conversões.

Lembre-se, pessoas novas chegarão no seu perfil, entregue muito conteúdo de valor! Conforme for entregando, acompanhe quais são as melhores narrativas, isso vai te ajudar no dia do evento.



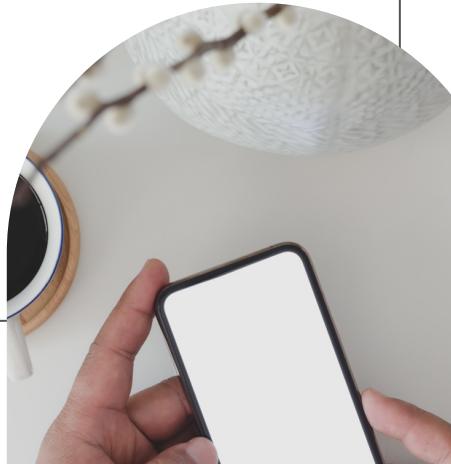
08

EVENTO | LANÇAMENTO DO SEU PRODUTO

O evento pode ser composto por 1, 3, 4 ou mais aulas gratuitas. Ele serve para gerar desejo e consciência sobre o produto que você irá oferecer no final.

Defina os temas das aulas, é importante ter uma sequência lógica para garantir que a sua audiência consiga enxergar a transformação no final.

- Gerar consciência do problema e que existe uma solução para ele.
- Antecipar levemente que você tem um produto.
- Baixar a objeção que a sua audiência tem e fazer a venda do seu produto.
- Fazer o pitch de vendas



ABERTURA DE CARRINHO

Depois que abre o carrinho, é importante continuar com as estratégias para que o seu produto continue vendendo. O intervalo entre a abertura até o fechamento é uma das etapas mais importantes do lançamento.

Faça lives para quebrar objeções, tirar dúvidas, mostrar benefícios, e principalmente, chamar a atenção das pessoas utilizando o gatilho da escassez, que em breve você fechará o carrinho e não tem previsão de abertura para novas turmas.

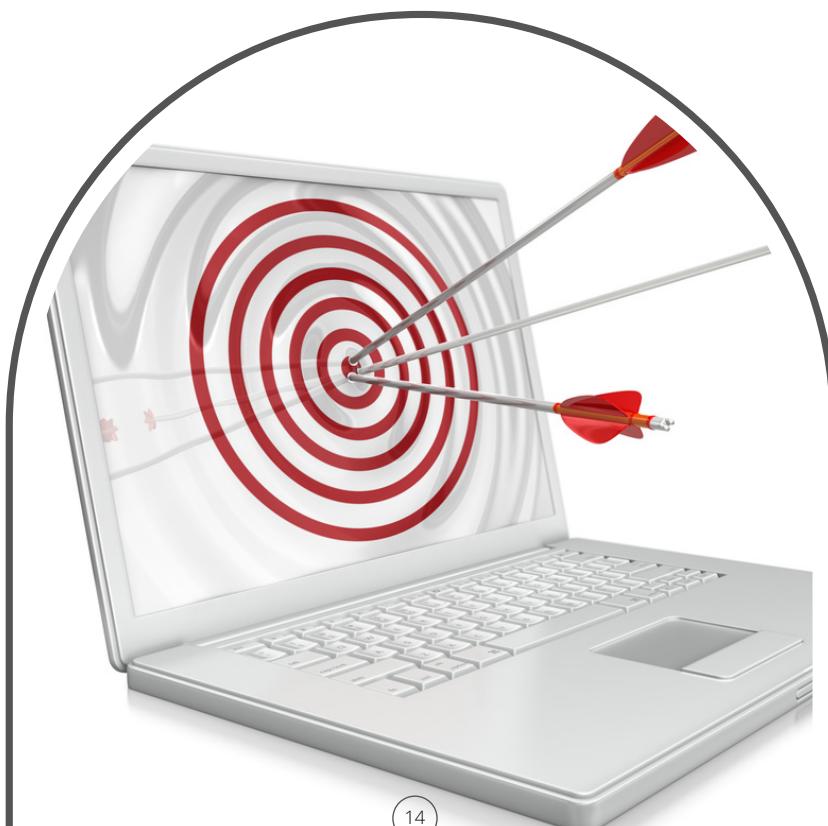


NÃO DESISTA!

A realidade é que a maioria das pessoas ficam inseguras na hora de lançar seus produtos, o resultado disso é a procrastinação ou desistência.

Por isso, foque e trace metas, saber onde quer chegar te permite alinhar e direcionar os seus esforços para alcançar o seu objetivo.

Muitos desafios ao longo da sua jornada irão surgir, mas não desista!





CONTATO

 @issei.talita

 talita@issei.com.br

 (11) 98504-3045

Olá, muito prazer sou **Talita Issei**.

Trabalho no segmento de **Consultoria há mais de 10 anos**, antes de entrar para o mundo digital, era responsável pelo gerenciamento de projetos e de times.

Iniciei no Marketing digital em 2021. Estudei MUITO, mas não fiquei só na teoria, **tudo que eu estudava, eu aplicava!** Peguei meus primeiros projetos e percebi que o grande problema das pessoas que queriam lançar um curso digital, **era não saber por onde começar**, por isso, reuni 10 passos para você tirar essa ideia do papel.