Onlinekurs meets Webinar

WORKBOOK

NUTZE WEBINARE UM BESSERE UND
ERFOLGREICHERE ONLINEKURSE
ZU ENTWICKELN, VERMARKTEN & VERKAUFEN.

Inhalt

[1] THEMA S 3
Finde durch Webinare ein profitables Thema
für deinen Onlinekurs.

[2] KURSART & INHALTE S 5
Nutze Webinare für die richtige Kursart
und die passenden Inhalte.

[3] VERBINDUNG S 9
Baue durch Webinare lange vor dem Verkauf
eine Verbindung zu deinen Kunden auf.

[4] VERMARKTE S 13
Vermarkte deinen Onlinekurs mit Webinaren erfolgreich
auf angenehme Art und Weise.

[5] MEHRWERT S 17
Erhöhe den Mehrwert für deine Teilnehmer
im Onlinekurs durch Webinare.

[6] EVALUIERE & OPTIMIERE S 19
Evaluiere und optimiere bestehende Onlinekurse
durch Webinare.

Stufe 1

FINDE DURCH WEBINARE EIN PROFITABLES THEMA FÜR DEINEN ONLINEKURS

Wenn du darüber nachdenkst, künftig einen Onlinekurs anzubieten, dann solltest du dir möglichst VOR der Erstellung klar darüber werden, welches das „richtige“ Thema für deinen Onlinekurs ist, aka zu welchem Thema ein Onlinekurs gebraucht UND gekauft wird. Um das schnell und zuverlässig herauszufinden, sind Webinare ein geeignetes Tool.

THEMEN, ZU DENEN ICH EINEN ONLINEKURS ERSTELLEN KÖNNTE

1. _____
2. _____
3. _____

AUSWERTUNG DER THEMEN

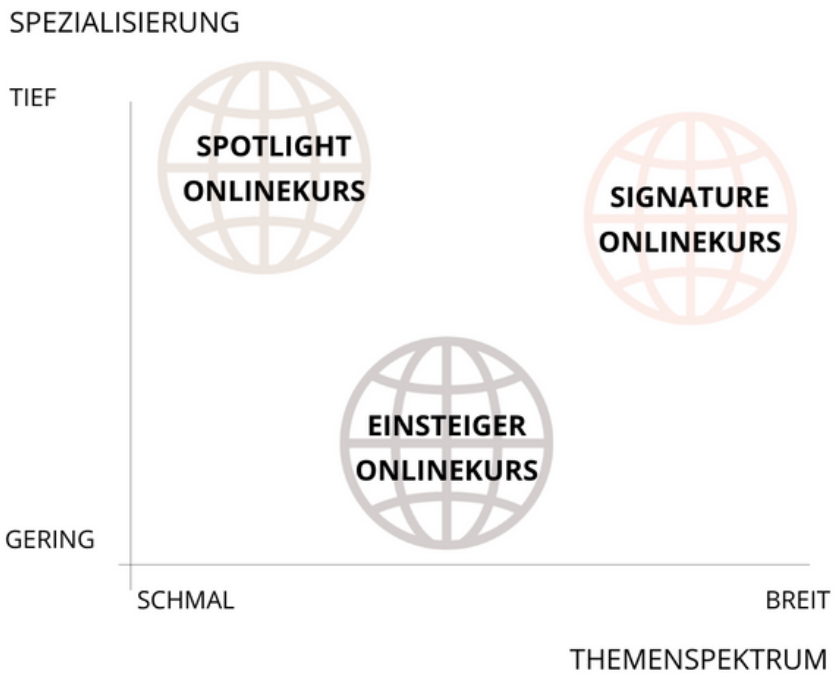
	THEMA 1	THEMA 2	THEMA 3
ANMELDE-ZAHLEN			
TEILNEHMER-FEEDBACK IM WEBINAR			
HAT ES MIR SPASS GEMACHT?			

Notes

Stufe 2

NUTZE WEBINARE FÜR DIE WAHL DER RICHTIGEN KURSART UND DER PASSENDEN INHALTE

Stelle deinen Teilnehmern im Webinar Fragen um herauszufinden, welche Onlinekurs-Art die richtige für sie ist. Mögliche Alternativen sind ein Einsteigerkurs, Spotlight-Kurs oder ein Signature-Onlinekurs:



Höre für weitere Unterscheidungen gerne in die Mini-Podcastfolge zur Onlinekurs-Typologie im LEARN and CREATE online-Podcast rein:
https://www.simoneweissenbach.com/frage-onlinekurs-typologie/

Stelle deinen Webinar-Teilnehmern dazu nicht nur allgemeine Fragen, z.B. bist du Anfänger oder Fortgeschrittener im Thema xy (das können die Teilnehmer oft nur schwer einordnen), sondern stelle konkrete Fragen, wie:

„Hast du xy schon mal ausprobiert?“
„Was findest du am schwierigsten beim Thema xy?“
„Was sind deine aktuellen Herausforderungen, wenn du an xy denkst?“

Natürlich können die Antworten weit auseinandergehen, doch lassen sich meistens klare Trends und Tendenzen herausfinden.

SINNVOLLE FRAGEN FÜR MEINE TEILNEHMER UM DIE KURSART HERAUSZUFINDEN

Frage deine Teilnehmer direkt und lasse sie im Chat oder sogar via Freischaltung (v.a. wenn die Teilnehmeranzahl eher klein ist) antworten. So bekommst du sogar noch wertvollere Infos, weil du die konkreten Formulierungen und Beschreibungen deiner Teilnehmer erfährst. Das kannst du später optimal für die Vermarktung deines Onlinekurses nutzen um den Teilnehmern das Gefühl zu geben, dass der Kurs wie für sie gemacht ist.

Um einen umfassenderen Überblick zu deinen Fragen zu bekommen, lassen sich in den meisten Webinar-Tools auch Umfragen einrichten.

DIE RICHTIGEN INHALTE FÜR DEINEN ONLINEKURS

Ebenso wie die Art des Onlinekurses lassen sich im Webinar ganz einfach durch Fragen die richtigen Inhalte für deinen Onlinekurs herausfinden. So verhinderst du auch, dass deine Onlinekurse viel zu groß und umfangreich werden, wenn es doch eigentlich z.B. nur ein kompakter Spotlight-Kurs werden sollte.

Auf diese Art kannst du deinen Vermutungen zu den richtigen Inhalten vor der Erstellung des Kurses gegen checken und jede Menge Zeit sparen!

Je besser deine Inhalte auf deine Teilnehmer abgestimmt sind, umso wahrscheinlicher ist es, dass sie den Kurs fertig machen, die Inhalte umsetzen, Erfolge haben und dich gerne weiterempfehlen.

Höre für weitere Ideen gern in die Podcastfolge von Mira
„Wie Du mehr über Deine Zielgruppen herausfindest"

SINNVOLLE FRAGEN FÜR MEINE TEILNEHMER UM DIE PASSENDEN INHALTE HERAUSZUFINDEN

Notes

Stufe 3

BAUE DURCH WEBINARE LANGE VOR DEM VERKAUF EINE VERBINDUNG ZU DEINEN KUNDEN AUF

Die Vermarktung von Onlinekursen funktioniert häufig nicht, weil die Kommunikation mit potenziellen Teilnehmern vorab gefehlt hat. Auch diese Funktion können Webinare ganz einfach erfüllen.

NUTZE DIE CHANCEN DES SEEDING

So kannst du beispielsweise in deinen Webinaren immer schon mal ein bisschen von deinem neuen Onlinekurs erzählen, aber ohne am Ende den Kurs zu verkaufen. In diesem Fall nutzt du Webinare nicht als Verkaufstool, sondern zum Community- und Vertrauensaufbau. Die Strategie, immer mal im Vorfeld über deinen Onlinekurs zu sprechen, den du gerade erstellst, nennt sich Seeding.

Auf diese Art kannst du bereits vor Kursverkauf die Verbindung zu den richtigen Menschen aufbauen, die dann gar nicht mehr erwarten können, wenn du deinen Onlinekurs endlich tatsächlich verkaufst.
#truestory #fangirls ;-)

Durch die Vorabkommunikation mit deinen Webinar-Teilnehmern kannst du deine Message immer weiter verfeinern und später ein Wie-für-mich-gemacht-Gefühl wecken.

DIE BESTE ZEITINVESTITION VOR DEINEM LAUNCH

So helfen dir Webinare als laufende Evaluation und Optimierung während der Kursentwicklung. Ja, das kostet Zeit. Sie könnte aber in dieser Phase kaum besser investiert werden und wird sich später im wahrsten Sinne des Wortes auszahlen. Deine Ergebnisse führen nämlich dazu, dass du auch bessere Texte und Social Media Posts erstellen kannst und einen (noch) besseren Onlinekurs erstellst.

Total überfordert, ob Deine Inhalte überhaupt gut genug sind, um sie zu verkaufen? Kein Problem! Dann höre in diese Podcastfolge von „Mit Webinaren erfolgreich" rein.

DIE SPRACHE MEINER TEILNEHMER

DER REAL LIFE CHECK: WER WÄRE DER PERFEKTE, REALE TEILNEHMER FÜR MEINEN ONLINEKURS? WAS BESCHÄFTIGT DIESEN MENSCHEN WIRKLICH?

Höre für mehr Infos zum Real Life Check gerne in die Podcastfolge zu unwiderstehlichen Angeboten im LEARN and CREATE online-Podcast rein: https://www.simoneweissenbach.com/102-unwiderstehliches-angebot/

Notes

Stufe 4

VERMARKTE DEINEN ONLINEKURS MIT WEBINAREN ERFOLGREICH AUF ANGENEHME ART UND WEISE

Natürlich eignen sich Webinare auch sehr gut für die Vermarktung deines Onlinekurses, also in der eigentlichen Launch-Phase.

NUTZE DEN SECRET LAUNCH

Eine spannende Idee ist hier auch vorab einen Secret Launch an die Liste deiner Webinar-Teilnehmer aus dem Pre-Launch durchzuführen. So kannst du deine Message nochmal checken. Funktioniert deine Botschaft auch, wenn es jetzt darum geht, nicht „nur“ Zeit, sondern auch Geld zu investieren. Da in der Liste der Webinar-Teilnehmer überwiegend sogenannte hot leads sind, für die dein Thema JETZT gerade relevant ist, sind die Conversion Rates in Secret Launches oft trotz kleiner Listen sehr hoch.

Außerdem geben dir erzielte Vorab-Verkäufe im Secret Launch eine ganz andere Sicherheit im folgenden Launch. Du weißt jetzt schon, dass es funktionieren wird. Dieses Gefühl wirst du im Launch ausstrahlen, was sich wiederum positiv auf deine Verkaufszahlen auswirken wird.

Und keine Sorge! Sollte der Secret Launch nicht laufen, wie geplant, ist „nicht viel kaputt“. Du kannst noch immer nachjustieren und optimieren! Nutze die Chance um Webinar-Teilnehmer, die beispielsweise aktiv im Webinar waren und kommentiert haben, später aber nicht gekauft haben, zu einem kurzen Gespräch einzuladen. Die meisten helfen sehr gerne.

So kannst du genau herausfinden, an welcher Stellschraube du noch etwas drehen solltest. Meistens sind das Kleinigkeiten, die aber eine sehr große Auswirkung haben können.

Höre für mehr Infos zu Simones Secret Launch Experiment in die Podcastfolge im LEARN and CREATE online-Podcast rein:
Teil 4 der Sommerserie

IDEEN ZU EINEM SECRET LAUNCH

DIE FORMEL FÜR WEBINARE, IN DENEN DU MIT ANGENEHMEN GEFÜHL VERKAUFEN WIRST

1. Sprich das echte Problem deiner idealen Kursteilnehmer an. So zeigst du ihnen, dass du genau weißt, was sie beschäftigt. (Wie-für-mich-gemacht-Gefühl). Außerdem gibst du ihnen so die Chance zu erkennen, warum dein Thema relevant für sie ist.

2. Gib ihnen echten Mehrwert. Auch wer deinen Onlinekurs nicht kauft, sollte mit Mehrwert aus deinem Webinar gehen und nicht am Ende das Gefühl haben, seine Zeit verschwendet zu haben.

3. Die Webinar-Inhalte gehen vor allem auf das Warum und das Was ein. Natürlich kannst du auch erste Ideen zum Wie einbauen. Das solltest du jedoch nicht zu viel machen. Nicht, weil du Angst haben solltest, „zu viel rauszugeben", sondern damit du deine Teilnehmer nicht überforderst. Damit tust du ihnen keinen Gefallen.

4. Deute deinen Onlinekurs gerne im Webinar immer schon mal an, wenn es gut passt (Seeding). Dann ist es später der nächste logische Schritt, deinen Onlinekurs als Möglichkeit mit dir tiefer ins Thema einzusteigen, vorzustellen.

5. Sei stolz auf deinen Onlinekurs! Das wirst du ausstrahlen, wenn du über deinen Kurs sprichst. Deine Kunden kaufen deinen Kurs nicht nur, weil sie deine Inhalte wollen, sondern auch, weil sie DICH und deine Energie wollen. So macht Verkaufen Spaß, denn es ist ein Service für die richtigen Teilnehmer!

Höre für mehr Infos zum Thema verkaufen ohne salesy zu wirken in Miras Podcastfolge rein:
https://www.webverbesserin.de/ich-hasse-verkaufen/

IDEEN FÜR MEIN LAUNCH-WEBINAR

Notes

Stufe 5

ERHÖHE DEN MEHRWERT FÜR DEINE TEILNEHMER IM ONLINEKURS DURCH WEBINARE

Auch im Onlinekurs kannst du die Kommunikation mit deinen Teilnehmern optimal durch Webinare unterstützen. Überlege dir, welche Frequenz für dich gut machbar ist. Das kann, je nach Onlinekurs, wöchentlich, aber auch nur monatlich sein. Ganz so, wie es für dich, deinen Teilnehmer & deinen Onlinekurs Sinn macht.

Du kannst das Webinar als Q&A-Call anbieten oder auch eine Kombi aus Ideen, Inspirationen und Teilnehmer-Fragen machen. Eventuell kommt auch live Coaching oder Mentoring im Call für dich in Frage. Lass deiner Fantasie freien Lauf.

Auf diese Art kannst du für deine Teilnehmer sehr hohen Mehrwert im Kurs schaffen und unterstützt sie dabei, ihre Ziele auch wirklich zu erreichen.

Mehr dazu in der Podcastfolge von Mira
„Wie Du Deine Teilnehmer im Onlinekurs aktivierst"

IDEEN FÜR WEBINARE IN MEINEM ONLINEKURS

Notes

Stufe 6

EVALUIERE UND OPTIMIERE BESTEHENDE ONLINEKURE DURCH WEBINARE

Auch du hast einen weiteren großen Vorteil, wenn du Webinare auch während deines Onlinekurses mit deinen Teilnehmern durchführst:

Du bekommst viel tiefere Infos darüber:

- Welche Sprache deine Teilnehmer verwenden.
- Welche Fragen immer wieder gestellt werden.
- Welche Inhalte du ggf. noch ergänzen solltest.
- Welche Herausforderungen deine Teilnehmer bei der Umsetzung haben.
- Wo es Unklarheiten gibt.
- Was deine Teilnehmer wirklich bewegt.

All dies Wissen kannst du perfekt nutzen, um deinen Onlinekurs zu evaluieren, noch weiter zu optimieren und die Botschaft für deine Vermarktung noch besser auf deine künftigen Teilnehmer abzustimmen.

Ergänzen kannst du deine Evaluation auch noch mit Einzelgesprächen mit Teilnehmern. In diesem Zusammenhang kannst du deine Teilnehmer auch gleich um ein Kundenfeedback zu deinem Onlinekurs bitten, was dir auch wieder bei der künftigen Vermarktung hilft.

IDEEN FÜR DIE AUSWERTUNG & OPTIMIERUNG MEINES ONLINEKURSES

Notes

Danke!

Wir sind gespannt, wie du künftig Onlinekurse und Webinare verbinden wirst!
Dabei wünschen wir dir ganz viel Spaß und Erfolg!

Simone

Mentorin für Onlinekurs-Creator &
Launch Guide

simoneweissenbach.com

&

Mira

Die Webverbesserin &
Business-Mentorin

webverbesserin.de