



# Workbook zum Kurs Online-Kurs-Mastery MODUL 1

---



Copyright by Ulrike Giller  
[ulrike@ulrikegiller.com](mailto:ulrike@ulrikegiller.com)

# COPYRIGHT

URHEBERRECHTSHINWEIS  
© COPYRIGHT 2022 BY ULRIKE GILLER

ALLE INHALTE DIESES WORKBOOKS, INSBESONDERE  
TEXTE, FOTOGRAFIEN UND GRAFIKEN, SIND  
URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT.

DAS URHEBERRECHT LIEGT, SOWEIT NICHT  
AUSDRÜCKLICH ANDERS GEKENNZEICHNET, BEI ULRIKE  
GILLER.

DIE - AUCH AUSZUGSWEISE - VERWENDUNG DER INHALTE  
DIESES WORKBOOKS KANN NUR NACH MEINER  
VORHERIGEN SCHRIFTLICHEN ZUSTIMMUNG ERFOLGEN.

ALLE RECHTE, EINSCHLISSLICH DER  
VERVIELFÄLTIGUNG, VERÖFFENTLICHUNG, BEARBEITUNG  
UND ÜBERSETZUNG BLEIBEN VORBEHALTEN.

ICH WEISE DARAUF HIN, DASS DERJENIGE, DER GEGEN  
DAS URHEBERRECHT VERSTÖSST ,INDEM ER Z.B. BILDER  
ODER TEXTE UNERLAUBT KOPIERT, SICH GEM. §§ 106 FF  
URHG STRAFBAR MACHT UND ZUDEM GEM.  
§§ 97 F URHG KOSTENPFLICHTIG ABGEMAHT WIRD UND  
SCHADENSERSATZ LEISTEN MUSS.



ONLINE MARKETING CONSULTANT

# Herzlich Willkommen

*Mit meinen Workbooks zu den  
jeweiligen Modulen möchte ich dich  
durch den Kurs begleiten.*

*Du kannst die Inhalte direkt am  
PC bearbeiten.*

*Bitte speichere dir anschließend  
das Eingetragene unbedingt ab!!*

A handwritten signature in black ink that reads "Ulrike Giller". The signature is written in a cursive, flowing style.



## EIN PAAR GEDANKEN FÜR DICH

Ich freue mich sehr, dass du bei Create and Launch dabei bist.

Dein oberstes Ziel darf es sein, einen erfolgreichen Online-Kurs zu verkaufen. Das bedeutet, dass dein Fokus nicht nur auf einer 100% perfekten Erstellung deines Kurses liegen darf, denn das geht ohnehin nicht. Dein Kurs wird im Laufe der Zeit auch immer wieder Veränderungen unterliegen.

Ein wichtiger Fokus liegt jedoch auch auf der Vermarktung deines Kurses.

In diesem Programm möchte ich dir zeigen wie du deinen Kurs entspannt nach und nach erstellst und trotzdem bereits mit den ersten Käufern arbeiten kannst.

*Ulrike Giller*

# GELD VERDIENEN MIT DEINEM ONLINE-KURS



Mir geht es für dich darum, dass du deinen Kurs zügig und ohne große technische Hürden auf den Weg bringst.

5-stellig verdienen mit einem Online-Kurs? Wenn du im Monat nur 3 Kurse a 297€ verkaufst, sind das im Jahr schon fast 10.000€.

Das ist natürlich steigerungsfähig durch die Erweiterung deines Angebotes.

Doch im Wesentlichen geht es JETZT darum, dass du zügig in die Umsetzung kommst.

*Ulrike Giller*

# FÜNF-SCHRITTE-PROZESS - IN 8 WOCHEN ZUM KURSSTART - FÜR SCHNELLUMSETZER

Diese Schritte führen dich zügig zu deinem ersten Online-Kurs und den ersten Beta-Testern

01

## FINDE DEN PASSENDEN KURS (WOCHE 1)

Hier machst du dir Gedanken um deine Zielgruppe, das Thema und dein Angebotsportfolio

02

## ENTWICKELE DEINEN KURS (WOCHE 2)

Hier führe ich dich durch die wichtigsten Punkte, die deinen zukünftigen, erfolgreichen Online-Kurs ausmachen. Du entwickelst die Grobplanung deines Kurses.

03

## MODUL 1 ERSTELLEN (WOCHE 3 UND 4)

Jetzt geht es darum, dass du **NUR dein 1. Modul** erstellst und direkt in deiner zukünftigen Kursplattform einbindest, die ich dir noch vorstellen werde.

04

## VERKAUFSPROZESS EINRICHTEN (WOCHE 5)

Hier richten wir dein Angebot ein.

05

## BETATESTER FINDEN UND KURS STARTEN (WOCHE 6 -8)

Ich zeige dir wie du deine ersten zahlenden Kunden finden kannst.

# FÜNF-SCHRITTE-PROZESS - IN 12 WOCHEN ZUM KURSSTART -

## FÜR MEHR ZEIT

Diese Schritte führen dich entspannt und trotzdem noch zügig zu deinem ersten Online-Kurs und den ersten Beta-Testern

01

### FINDE DEN PASSENDEN KURS (WOCHE 1)

Hier machst du dir Gedanken um deine Zielgruppe, das Thema und dein Angebotsportfolio

02

### ENTWICKELE DEINEN KURS (WOCHE 2)

Hier führe ich dich durch die wichtigsten Punkte, die deinen zukünftigen, erfolgreichen Online-Kurs ausmachen. Du entwickelst die Grobplanung deines Kurses.

03

### MODUL 1 ERSTELLEN (WOCHE 3 UND 6)

Jetzt geht es darum, dass du **NUR dein 1. Modul** erstellst und direkt in deiner zukünftigen Kursplattform einbindest, die ich dir noch vorstellen werde.

04

### VERKAUFSPROZESS EINRICHTEN (WOCHE 7)

Hier richten wir dein Angebot ein.

05

### BETATESTER FINDEN UND KURS STARTEN (WOCHE 8 -12)

Ich zeige dir wie du deine ersten zahlenden Kunden finden kannst.

# TREFFE JETZT DEINE ENTSCHEIDUNG

Q

## IN 8 WOCHEN ZUM KURS?

---

---

*Für dich geeignet, wenn du*

- deine Aufgaben lieber zügig umsetzt
- genügend Zeit einplanen kannst
- deinen Kurs nicht zu aufwendig gestalten willst
- gerne dran bleibst
- vielleicht auch schon erste Interessenten hast

Q

## LIEBER IN 12 WOCHEN ZUM KURS?

---

---

*Für dich geeignet, wenn du*

- dich öfters verzettelst und es dir schwer fallen könnte, dran zu bleiben
- NICHT genügend Zeit einplanen kannst
- dein Kurs aufwendiger ist, z.B. mit viel Präsentationen und Videos
- noch keine Interessenten und keine Community hast



*Treffe Jetzt deine  
Entscheidung*

LIEBER 8 ODER  
12 WOCHEN?

Gehe **NICHT** planlos dran!

# KURSZEITPLANER - WOCHE 1

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 2

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 3

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 4

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 5

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 6

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 7

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES



# KURSZEITPLANER - WOCHE 8

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 9

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 10

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE II

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# KURSZEITPLANER - WOCHE 12

Hier kannst du dir eintragen, welche Aufgaben du an welchem Tag und in welcher Woche erledigen möchtest.

## DEIN WOCHENZIEL:

MONTAG 01	DIENSTAG 02	MITTWOCH 03	DONNERSTAG 04
FREITAG 05	SAMSTAG 06	SONNTAG 07	NOTES

# Inhaltsangabe von Modul 1

VIDEO -  
Kurswegweiser

Tipp 1

Tipp 2

Deine Zielgruppe

Die Herausforderungen  
deiner Zielgruppe (Part 1)

Die Herausforderungen  
deiner Zielgruppe (Part 2)

Wofür bietest du  
Lösungen an?

Deine Produktpyramide

Deine Produktpyramide  
planen

Horizontaler Aufbau  
deiner Angebote

VIDEO- Festige  
deinen Kursplan

Frage deine Zielgruppe

Wettbewerbs-  
Recherche

Bücher zum Thema bei  
Amazon

Lege deine Ziele fest

Welche Ergebnisse  
haben die Kunden bzw.  
Leser mit dem Angebot  
erreicht?

Was hat gefehlt?

Was kann deinen Kurs  
besonders machen?

**LEGE DICH JETZT FEST:**  
Welchen Kurs möchtest  
du verkaufen

# Modul 1- Lektion 1- Einführung

Im ersten Teil des Workbooks geht es darum, dass du für dich reflektierst, welche Problemlösungen du für deine Zielgruppe anbietest und dazu natürlich auch, wen du konkret ansprechen möchtest.

Danach geht es darum die möglichen Angebote und damit auch Ziele für deinen Online-Kurs festzulegen.

## Auf ein wichtiges Wort:

### Ich empfehle dir **NICHT**, deinen Kurs

gleich zu groß zu planen - lieber erst mal klein starten direkt fertig zu stellen, wenn es ein größerer Kurs mit mehr als 2 Modulen ist

### **ABER**, ich **EMPFEHLE** dir,

- deinen Kurs als Beta-Kurs an eine kleine Gruppe von Teilnehmern vergünstigt (nicht umsonst) zu verkaufen UND

**NUR das 1. Modul fertig zu stellen** - alle weiteren nach und nach in einem Abstand von 14 Tagen. Das erübrigt sich natürlich,

wenn dein Kurs klein ist und nur einige Lektionen enthält. Lektionen sind hier die Lektionen, die sich in einem Modul befinden. Ein kleiner Kurs benötigt nicht die Unterteilung in Module und Lektionen, also z.B., wenn du nur 4 Lektionen hättest.



## Zusammenfassung zum Video: Kurswegweiser - Wie du den passenden Kurs findest

---



Copyright by Ulrike Giller  
[ulrike@ulrikgiller.com](mailto:ulrike@ulrikgiller.com)





## Die 3 Typen digitaler Kurse - noch erweitert zum Video



Copyright by Ulrike Giller  
[ulrike@ulrikegiller.com](mailto:ulrike@ulrikegiller.com)

# Die 3 Arten profitabler Online-Kurse

## **Weshalb das wichtig ist**

Es gibt viele Arten von digitalen Kursen. Ich möchte dir hier die wesentlichen vorstellen, die dich beim Aufbau deines Online-Kurs Business unterstützen. Das Ziel dieses Leitfadens ist es, jede der drei unterschiedlichen Arten von digitalen Kursen kennenzulernen, um dir bei der Entscheidung zu helfen, welcher Aufbau und welche Kurse für dich und dein Unternehmen geeignet sind.

## **Der Starterkurs (Einstiegskurs)**

Ein Starter-Kurs ist ein Einstiegskurs, der deinen Teilnehmern einen ersten Einstieg in das Thema gibt. Damit gibst du ihnen die ersten Informationen, mit denen sie loslegen können. Du hilfst ihnen kleine, aber wertvolle Ergebnisse zu erzielen, die zu größeren Ergebnissen führen können, wenn sie weitermachen.

## **Der Spotlight-Kurs (Fokus auf ein Thema)**

Ein Spotlight-Kurs dagegen vertieft nur einen Hauptbereich/ ein Hauptthema. Während ein Starter-Kurs dagegen eher allgemein gehalten ist und anfängerorientiert ist, ist ein Spotlight-Kurs meist sehr detailliert und spezifisch mit detaillierten Informationen. Oft wird er begleitet von Schritt-für Schritt Anleitungen. Die Teilnehmer erhalten spezifische Kenntnisse bzw. Ergebnisse in einem ganz bestimmten Themenbereich.

## **Der Signatur-Kurs**

Ein Signatur-Kurs ist ein komplettes, umfassendes Inhalts - System. Er ist der tiefgehenste aller drei Kurstypen. Er ist spezifisch, detailliert und umfasst den gesamten Rahmen (von Anfang bis Ende). Oft beinhaltet ein Signatur-Kurs auch einen länger begleitenden Zeitrahmen von 6 - 12 Monaten.

# Starterkurs: Vor - und Nachteile

## **Vorteile:**

Ein Starterkurs ist perfekt für dich, wenn du noch nie einen Online-Kurs erstellt hast und du dich darin erst üben möchtest.

Es ist der perfekte Kurs, wenn es darum geht, mit einem günstigen Angebot z.B. zwischen 47 und 97€, den Einstieg für deine Kunden zu schaffen.

Teilnehmer eines Startes-Kurses tun sich danach wesentlich leichter, einen höherpreisigen Kurs von dir zu kaufen.

## **Nachteile:**

Die "Gefahr" besteht, dass du zu viel Inhalt in den Kurs packst.

# Spotlight-Kurs: Vor - und Nachteile

## **Vorteile:**

Ein Spotlight-Kurs kann eine gute Möglichkeit sein, dein Wissen herunterzubrechen und dich auf ein Thema zu konzentrieren.

Er gibt dir außerdem die Möglichkeit einzelne Themen in mehrere Spotlight-Kurse zu verpacken.

Dadurch kannst du gezieltere Angebote für deine Zielgruppe und Nische anbieten.

Du kannst den Spotlight-Kurs höherpreisig verkaufen. Er löst für deinen Kunden ein spezifisches Problem. Spotlight-Kurse liegen in der Regel zwischen 200 und 500€. Immer natürlich auch davon abhängig, ob es sich um einen reinen Selbstlernkurs oder einen betreuten Kurs handelt.

## **Nachteile:**

Es könnte dir passieren, dass du auf Dauer zu viele Spotlight-Kurse entwickelst und den Fokus verlierst. Deswegen immer auch den Blick auf den eigentlichen Business-Aufbau werfen.

# Signatur-Kurs: Vor - und Nachteile

## **Vorteile:**

Da es sich um Ihre Premium-Inhalte handelt, kannst du auf jeden Fall auch mehr dafür verlangen. In der Regel wird ein Premium-Kurs auch mit zusätzlicher zumindest Gruppen-Betreuung angeboten.

Ein Signatur- Kurs kann auch eine Ergänzung zu deiner 1:1 Beratung sein.

## **Nachteile:**

Ein Signatur-Kurs erfordert einen großen umfangreichen und zeitlichen Aufwand von dir.

Du könntest in den Fehler verfallen, dich monatelang mit der Erstellung der Inhalte zu beschäftigen, anstatt in Marketing und Verkauf deine Zeit zu investieren.

# Treffe deine Entscheidung

## Noch unsicher?

Wenn du dir nicht sicher bist, welches der richtige Kurs für dich ist, dann können dir die nachfolgenden Punkte auf jeden Fall helfen.

## Benötigst du alle drei Arten von Kursen in deinem Unternehmen?

Nein. Das musst du natürlich nicht. Allerdings erleichtern dir der Einstiegs - und der Spotlight Kurs den Einstieg in die digitale Online-Business Welt. Zudem wird es dir leichter fallen, wenn du mit einem kleinen Produkt startest.

## Was ist bei der Wahl meines Kurstyps zu beachten?

Wenn du dich für einen Kurstyp entscheidest, dann sei dir genau darüber im Klaren, was der Kurs versprechen soll. Dementsprechend bringst du die Inhalte in angemessenem Umfang. Ein Starter-Kurs verspricht die Art von Ergebnissen, die jemanden in die richtige Richtung bringen, lässt ihn aber oft mit dem Wunsch nach mehr zurück, während ein Spotlight-Kurs Ergebnisse verspricht, die meist sehr spezifisch sind. Ein Signatur-Kurs verspricht tiefgehende und substanzielle Ergebnisse.

## Bestimmt der Kurstyp die Länge des Kurses?

Ja, die Art des Kurses kann dir helfen, die Länge deines Kurses zu bestimmen. Da der Starter-Kurs der Ausgangspunkt, aber nicht das gesamte System ist, besteht ein Starter-Kurs tendenziell aus weniger Modulen und Lektionen und ist für Kursteilnehmer in der Regel innerhalb kürzester Zeit zu konsumieren. Ein Spotlight- und Signatur-Kurs wird für dich länger dauern, um ihn zu erstellen, und für deine Teilnehmer länger, um ihn abzuschließen.

Du bist noch unsicher? Lass dich beruhigen: Es gibt keine falsche oder richtige Antwort! Treffe eine Entscheidung und lege los!

## Was bedeutet es einen Kurs zu erstellen, der wirklich erfolgreich wird?

- Dein Kurs bringt deinen Teilnehmern die gewünschten Resultate - auf möglichst kurzem Weg

### Deinen ersten Kurs ausarbeiten:

- Frage dich: An wen verkaufst du deinen Kurs?
- Frage dich: Mit welcher Herausforderung kämpft deine Zielgruppe?
- Frage dich: Welche Ergebnisse versprichst du?

## Willst du mit einem Einführungskurs starten oder willst du gleich ein großes Signaturprogramm erstellen?

### Der Einführungskurs oder auch etwas ausführlicher als

#### sogenannter Spotlight-Kurs

- Macht es deinen Interessenten leichter
- Unterstützt mit einem Thema
- Ist günstiger zum Einstieg

### Der Signatur-Kurs (das Premium Produkt)

- Ist sehr spezifisch
- Er führt deine Kunden von einem Beginn zu einem Abschluss
- Ist höherpreisig
- Braucht das Vertrauen deiner Zielgruppe
- Viel Erfahrung für dich

Für Anfänger noch nicht empfehlenswert!!



## Welche Art Kurs möchtest du entwickeln?

Je umfangreicher der Kurs, desto mehr

- solltest du wissen, was deine Kunden wirklich brauchen

desto sicherer solltest du dir in deinem Thema sein

- solltest du dir deiner Fähigkeiten sicher sein, die Inhalte zu vermitteln
- Brauchst du Klarheit über deine Umsatzziele und den Weg für dein Business

### Was verkauft sich?

- Schritt – für Schritt Anleitungen
- Vorlagen
- Prozesse

### Was verkauft sich eher nicht?

- Zu generell gehaltene Themen und Inhalte
- Unrealistische Versprechungen





## Weshalb viele Kurse nicht fertiggestellt werden

- Es liegt nicht an mangelnder Leidenschaft
- Es liegt nicht an fehlenden Ideen
- Es liegt nicht daran, dass es keine Interessenten gibt
- Es liegt nicht an fehlenden Ressourcen

**Es ist wichtig, dass du deinen geplanten Online-Kurs als ein Projekt zu betrachtest!**

**DAHER: Bearbeite deinen Kurs-Plan und lege das Datum fest, wann du dein 1. Modul fertig haben willst.**

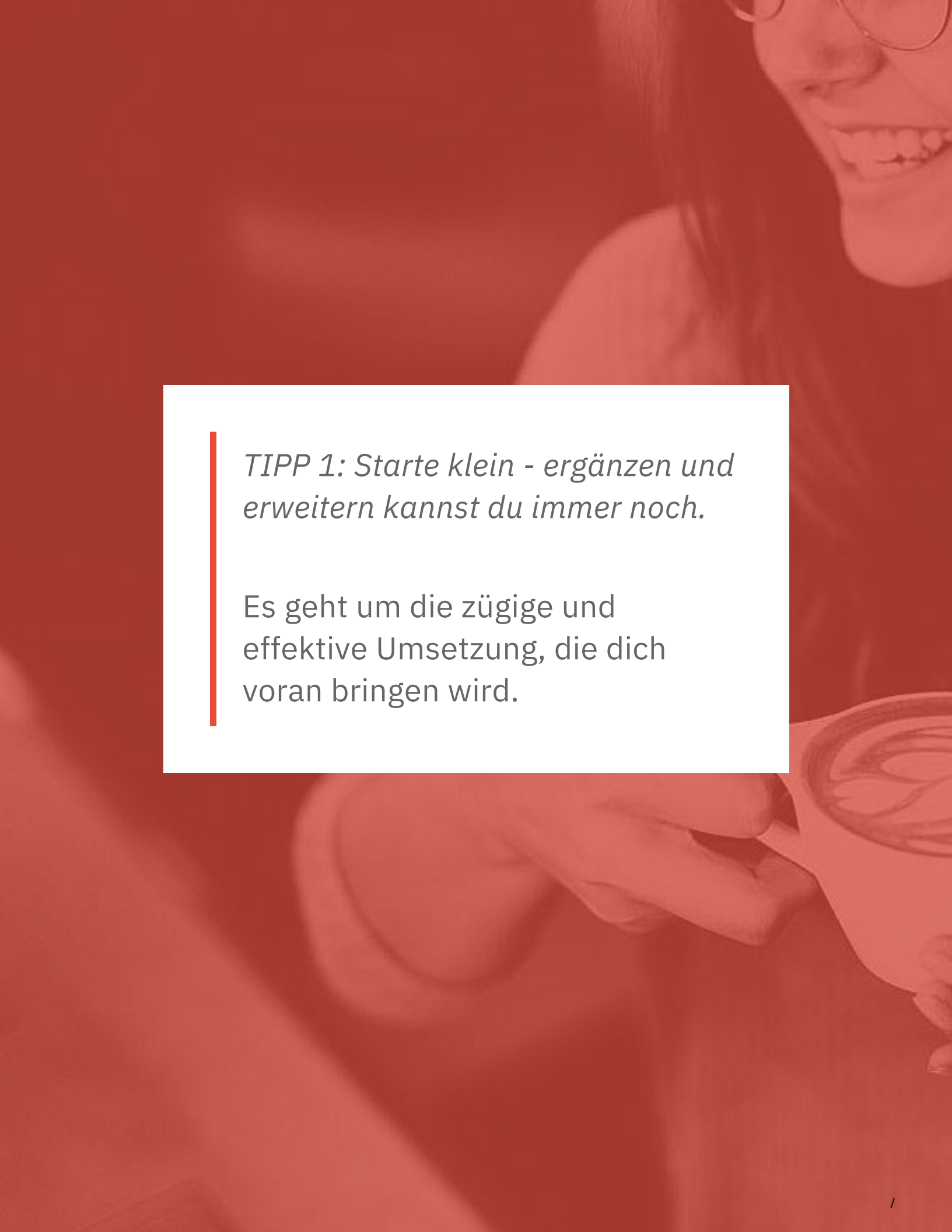
**Alle weiteren Module lieferst du dann an deine Beta-Tester Kunden im 2 - wöchigen Rhythmus aus.**

**Du brauchst Start - und Endzeit!**

### **Deine Aufgabe:**


Nehme dir jetzt deinen Kalender zur Hand und lege die Zeiten fest, falls du es noch nicht getan hast.





*TIPP 1: Starte klein - ergänzen und erweitern kannst du immer noch.*

Es geht um die zügige und effektive Umsetzung, die dich voran bringen wird.



*TIPP 2: Starte, setze um und warte nicht bis ..... du noch dies oder das gelernt hast oder .... bis du.....*

Nur die Umsetzung wird dich voran bringen.

# Deine Zielgruppe

Hier kannst du dir nochmal über deine Zielgruppe klar werden.

Wen sprichst du konkret an?

**Je klarer du deine Zielgruppe definierst**, desto einfacher wirst du dein Angebot an die Interessenten und damit Kunden bringen.

Kriterien könnten sein in Bezug auf:

- Das Alter
- Das Geschlecht
- Den Beruf
- Das Problem-Thema

**Wen sprichst du an? Mache dir hier Notizen dazu.**

*Answer here*

# Was sind die 3 - 5 größten Herausforderungen deiner Zielgruppe?

---

Lass uns an dieser Stelle sammeln, was die Herausforderungen und Schwierigkeiten deiner potentiellen Kunden sind. Womit kämpfen sie? Was möchten sie verändern? Was möchten sie lösen oder verbessern? Was möchten sie vielleicht auch lernen?

Hier kannst du Punkt für Punkt eintragen

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

# Wofür bietest du Lösungen an

---

Lass uns an dieser Stelle sammeln, wofür du eine Lösung für deine Kunden anbietest. Denke an dieser Stelle nicht im großen Ganzen, sondern in kleinen, einzelnen Segmenten. Sie bilden später dein einzelnes oder auch ein kompaktes Angebot, das du erstellen wirst.

Hier trägst du jeweils eine Lösung ein, die du anbietest

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

# WO SIEHST DU DIE LÖSUNG FÜR DEINEN KUNDEN?

Worin siehst du den Sweet Spot, also die Überschneidung?



## DAS PROBLEM DEINES KUNDEN

Nehme ein konkretes Problem und biete ihm dafür deine Lösung an.

## DEINE LÖSUNG, DIE DU ANBIETEST

Hier geht es darum wie du deinem Kunden möglichst zügig helfen kannst. Hier spielen dein Wissen und deine Arbeitsweise eine große Rolle.

## "THE SWEET SPOT"

Hier verbindest du die beiden Kreise miteinander und bietest deinem Kunden eine fast "maßgeschneiderte" Hilfestellung/Lösung an.

# Deine Produktpyramide

Jetzt geht es darum, dass du dir eine Produktpyramide erstellst.

**ACHTUNG:** Falls du lieber den horizontalen Aufbau planst, dann gehe zu diesem Worksheet etwas weiter unten.

Die Pyramide dient dazu, dass du deine Interessenten zu Kunden machst.

Der Einstieg fällt dem Kunden jedoch mit einem kleinen, günstigen Angebot wesentlich leichter, da er so die Möglichkeit erhält, dich, deine Arbeitsweise und deren Qualität zu beurteilen.

Die Angebotspyramide dient dazu, dem Kunden die sogenannte Customer Journey zu erleichtern.

**Verfalle also nicht in den Wunsch,** gleich mit einem großen Kurs zu starten, in den du dein ganzes Wissen verpackst.

Es geht vor allem darum, dass der Kunde eine Lösung für sein aktuelles Problem erhält und das zügig und ohne zusätzliche, nicht zwingend erforderlichen, zusätzlichen Inhalten.

**TIPP: Starte erst mit einem kleinen Kurs.**

Das nimmt dir den Stress und lässt dich die Abläufe kennenlernen.

Die unten dargestellte Preispyramide und deren Preise ist immer abhängig von deinem Business, deiner Zielgruppe sowie deinem Business-Modell und wie ausführlich dein Kurs zusätzlich von dir betreut wird.

**HINWEIS:** Bitte betrachte die Pyramide von unten nach oben und bitte achte: Die Preise sind auch abhängig von deinem Thema und deiner Zielgruppe! Hast du z.B. Business-Kunden oder Privatkunden?

4. Kurs im oberen Preissegment/Signaturprogramm ab 1000€      aufwärts

3. Kurs im mittleren Preissegment: 397-997€

2. Kurs im unteren Preissegment: 197 - 397€

1. Kleiner Einsteigerkurs von etwa 47-97€ zum Start



# DEINE PRODUKTPYRAMIDE

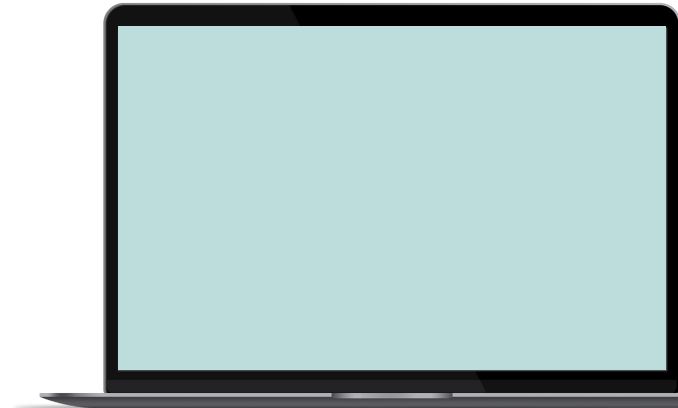
Du hast bereits deine möglichen Angebote gesammelt. Jetzt geht es darum, dass du dir eine Produktpyramide erstellst.

**Es geht nur um eine erste gedankliche Planung.**

## 01

WORÜBER SOLL DEIN KURS HANDELN?

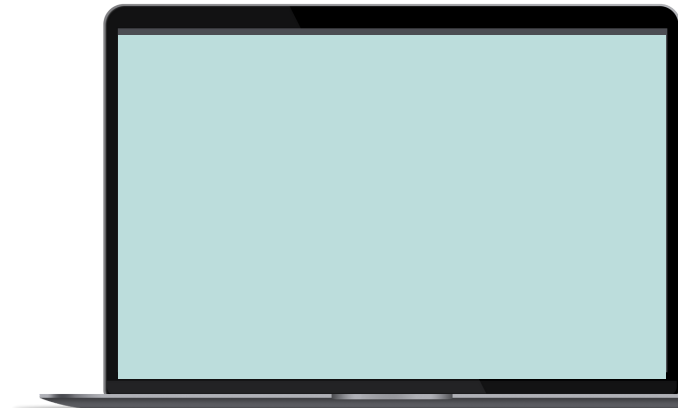
**397-997€**



## 02

WORÜBER SOLL DEIN KURS HANDELN?

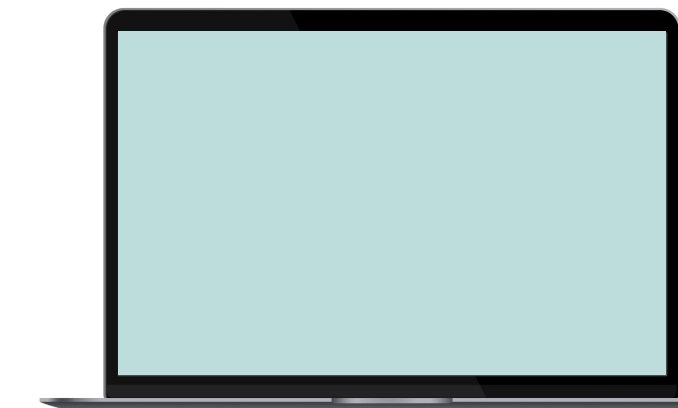
**BIS 397€**



## 03

WORÜBER SOLL DEIN KURS HANDELN?

**MINI-KURS BIS 97€**



# Horizontaler Aufbau der Angebote

Du möchtest dir ein Portfolio an Kursen aufbauen, die vielleicht untereinander aufbauen, aber sich im Preis nicht wesentlich unterscheiden. Es sollen vornehmlich Selbstlernkurse sein.

Dann könnte diese Art des Online-Kurs Business Aufbaus der richtige Weg für dich sein.

Übrigens, kannst du das Modell auch immer noch ändern, wenn du später merkst, dass es nicht zu dir und deinem Business passt.

# EINZELKURSE HORIZONTAL

Hier kannst du deine Ideen auflisten und dich dann entscheiden, mit welchem Kurs du starten möchtest.

Interessant für dich, wenn du z.B. Kurse zum Instrumentenlernen anbietest, Malkurse, Hobbykurse etc.



THEMA 01	THEMA 02	THEMA 03	THEMA 04
THEMA 05	THEMA 06	THEMA 07	NOTIZEN

# Modul 1- Video

## Festige deinen Kursplan

In diesem Teil geht es darum, dass du deine Kursinhalte festigen kannst.

Und ich zeige dir zusätzlich einen Weg, den du nutzen kannst, wenn du bisher noch keine Kunden hattest und auf keine Erfahrungen zurückblicken kannst.

Schließlich geht es darum, dass du weißt, was deine Zielgruppe wirklich benötigt, damit du den Kurs nicht an ihnen vorbei planst.



# Du kennst deine Zielgruppe noch nicht so gut?

---

Dann macht es auf jeden Fall Sinn dazu einige Gespräche zu führen.

## **Folgendes solltest du dabei beachten:**

Führe die Gespräche nur mit Personen, die auch wirklich deine Zielgruppe sind. Also, nicht mit Freunden oder Familie.

Suche dir die Fragen heraus, die passen.

Höre zu, rede selber wenig und frage nur

Gebe keinen Rat und coache nicht

Mache dir Notizen

Am Ende kannst du einen wertvollen Umsetzungstipp als Dankeschön mitgeben

Halte dich an die Zeit (maximal 20 Minuten müssen reichen)

**WICHTIG:** Mache keine Beratung daraus. Gebe am Ende einen wertvollen Tipp.

**Noch ein Hinweis:** Nehme bitte keine Gespräche ohne Einverständnis deiner Gesprächspartner auf. Das solltest du dir dann nach Möglichkeit ohnehin schriftlich geben lassen. Mache dir lieber Notizen, denn eine Aufzeichnung könnte für dein Gegenüber abschreckend sein!

## **Deine möglichen Fragen für das Interview –**

**Bitte immer in Bezug zum Thema stellen. Drucke es dir aus**

Welche 3 Dinge frustrieren dich zurzeit am meisten?

Welche Sorgen bzw. Ängste halten dich nachts wach?

Wie würde es sich für dich anfühlen, wenn du eine Lösung für dieses Problem hättest?

Was hast du bisher alles unternommen, um das Problem zu lösen?

Welche deiner Problemlösungen haben funktioniert und welche eher nicht? Woran lag es jeweils?

Hast du schon mal ein Produkt gekauft bzw. eine Beratung, die dir helfen sollte das Problem zu lösen?

Wenn ja, wie viel hast du dafür bezahlt?

Was hat dir an diesem Produkt / dieser Dienstleistung gefallen?

Hat dir dabei etwas gefehlt? Wenn ja, was?

Wie sähe für dich die optimale Lösung für dieses Problem aus?

Wovon träumst du, wenn es anders wäre?

# Wettbewerbs-Recherche

Hier kannst du deine Recherche eintragen. Welche Kurse gibt es bereits zu deinem geplanten Produkt ? Umfang? Preis? Wie ist die Expertenpositionierung des Anbieters aus deiner Sicht? Mache dir Notizen dazu.

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

# Bücher zum Thema bei Amazon

Hier kannst du sammeln, welche Literatur es bereits zu deinem Thema gibt, z.B. bei Amazon. Siehe dir, wenn es möglich ist, auch die Inhaltsangaben an. Das kann ein guter Leitfaden für dich sein.

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*



# Welche Ergebnisse haben die Kunden der Kurse bzw. die Leser der Bücher damit erreicht?

Hier geht es darum, dass du noch einmal genau sammelst, welche Ergebnisse die Kunden erreicht haben. Das hilft dir, den klaren Fokus auf das Ergebnis deines Kurses zu legen.

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

# Was hat den Lesern gefehlt?

Bei Testimonials zu Kursen wirst du darüber keinerlei Hinweise erhalten. Deshalb nutze die Bewertungen bei Amazon. schau dir jetzt ganz gezielt die Sterne-Bewertungen ab 3 und darunter an. Was wurde bemängelt? Was fehlte? Das kann ein sehr guter Indikator für dich sein, welche Inhalte enthalten sein sollten.

**TIPP:** Denke daran, wenn du mit einem kleinen Einführungskurs startest, dann reicht es, wenn du einen kleinen Themenbereich abdeckst und die weiteren, ergänzenden Themen in einen Aufbau-Kurs packst.

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*



ENTSCHEIDE DICH,  
WELCHER KURS ES  
WERDEN SOLL

# Beschreibe dein geplantes Angebot

---

Du hast dir auf den vorhergehenden Seiten bereits ausführlich Gedanken über deine Angebotsmöglichkeiten gemacht. **JETZT** geht es darum, dass du für deinen ERSTEN Online-Kurs festlegst.

**1. Was soll dein Angebot werden? Beschreibe es mit allen Varianten, die zur Verfügung stehen sollen . 2. Welches Problem löst du beim Kunden mit deinem Angebot? 3. Was macht dein Angebot so herausragend, das es deinem Kunden eine Hilfe ist?**

*Answer here*

# Was kann deinen Kurs besonders machen?

Auch, wenn du vielleicht nur mit einem kleinen Kurs startest (was ich dir auch empfehlen würde) , kannst du trotzdem schauen wie du deinen Kurs zu einem besonderen machst, der nicht mehr vergleichbar mit dem der Wettbewerber ist.

**ABER ACHTUNG:** Fange an dieser Stelle NICHT an 1 zu 1 Dienstleistungen zu ergänzen. Das würde sich nicht rechnen. Ein Kurs, der die zusätzliche 1 zu 1 Komponente beinhaltet, sollte auch entsprechend preislich positioniert werden.

**Hier einige Beispiele:** Du könntest einen FAQ-Bereich einfügen, in dem du bereits Fragen beantwortest - du hast nur PDF`s im Kurs, dann könntest du sie als Audioaufnahme vorgelesen zur Verfügung stellen.

**NOCH EIN HINWEIS:** Verfalle an dieser Stelle nicht in die Versuchung noch mehr Inhalte in den Kurs zu packen!

**Jetzt ergänze deine Ideen** und suche dir eine davon aus., die einfach und schnell umzusetzen ist.

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

*Answer here*

# Du hast noch Fragen?

Dann schaue in die FAQ-Bibliothek bzw. wenn du dort keine Antwort findest, dann nutze deine zum Kurs gehörenden Supportmöglichkeiten.

