



7 ingredienser du skal bruge til at sælge highend pladser på din egen uddannelse...

... efteruddannelse, videreuddannelse eller kursusforløb med diplom

Velkommen til mit handout, der viser dig, hvad du med kæmpe fordel kan putte ned i din markedsføringsgryde, når du skal sælge en helt ny, lækker "flerretters menu".

Den flerretters menu er: Din egen uddannelse.

Handoutet her indeholder også en tjekliste.

Det er for dig, der føler, at du har en større container af viden, værktøjer, gaver og talenter, end du kan få pakket ned i de produkter, du har i forvejen.

Eller måske har du ikke andre produkter i forvejen, for du vil gå direkte i gang med at lave en uddannelse i din forretning.

Lige meget hvad:

Du har høje drømme og ambitioner, som aldrig kan lade dig være i fred, før du gør noget ved dem. Din passion for faglighed og udvikling er evigt til stede.

Uanset om dit felt er viden, kreativitet, spiritualitet, forretning, it, clairvoyance, kognitiv terapi, massage, behandling, skrivning...

Hvis en uddannelse kalder på dig, så er der noget om snakken

En uddannelse er en total opstigning på alle planer: Personligt, fagligt, spirituelt, socialt, forretningsmæssigt og økonomisk.

Det, en uddannelse kan, er at opfylde drømme. Både dine og andre menneskers.

En uddannelse kan være det, der gør, at du føler dig tændt af glæde og en følelse af formål, hver eneste dag.

En uddannelse kan give dig frihed til at arbejde mindre, men alligevel skabe højere indtægt.

Du kan også arbejde når og hvor du vil, hvis du designer din uddannelse sådan. Den kan bringe dig rundt i hele Danmark eller hele verden. Den kan udvide din kundekreds på forbløffende måder, og ja, så kan din kæmpe faglige kapacitet og passion få et outlet, der giver mening.

Måske vi lige skal definere ordet uddannelse?

Der er forskellige måder at bruge ordet uddannelse på, og der er sådan set ikke noget forkert ved nogen af dem, men blot forskellige syn, og derfor har det betydning, at du ved, hvilken betydning, der er lagt ind i handoutet her.

En uddannelse er i det, jeg præsenterer her:

En ledet proces, hvor mennesker udvikler sig, lærer og får nye færdigheder. De får teori og praksis og bliver trænet, opkvalificeret eller certificeret til at kunne noget, de ikke kunne før.

Det er således ikke ene og alene en indre personlig udviklingsrejse, hvor man arbejder udelukkende med sine egne problemer, udfordringer og følelser.

Det indre udviklingsplan er naturligvis afgørende på mange uddannelser. Det er det også i mine uddannelser, men *uddannelse* rækker bare langt ud over egen udvikling.

To eksempler på uddannelsestyper

Train the trainer:

Denne type er den mest lukrative.

Du underviser i viden og værktøjer og træner dine deltagere, så de kan formidle det videre til deres målgruppe.

Dine deltageres målgruppe kan hedde klienter, kunder, deltagere, borgere, frisører, brugere, kolleger, medarbejdere, ledere, patienter, elever, terapeuter, advokater etc. alt efter, hvad dit eget felt er.

For eksempel kan du lave en uddannelse, så man bliver rådgiver, vejleder, mentor, coach, behandler, terapeut, underviser, formidler, skribent, healer, yogalærer, clairvoyant, sexolog, entrepreneur, konfliktmægler, stress-ambassadør etc.

Train to problem solve:

Denne type er der også gode muligheder i.

Du kan eksempelvis uddanne forældre til at håndtere teenage-udfordringer eller mænd der vil lære at sejle eller kvinder, der vil lære at ride.

Uddannelsen har så ikke et professionelt sigte, men et privat sigte.

Det vigtige er at vælge den uddannelsestype, som giver mening for dig.

Lad os dykke ned i, hvilke ingredienser der skal ned i din markedsføringsgryde. Bagefter viser jeg dig en overordnet tjekliste, som viser, hvilke trin der kan være i at udvikle selve uddannelsen fra a til z

De 7 ingredienser

1) Storytelling

Det at du bruger storytelling, er en effektiv måde at tale til din målgruppe om, hvorfor den her uddannelse er blevet til, og hvad den gør for dig, og hvad du har med dig for at kunne skabe den.

Din story kan være om dig selv eller en case, og det handler om at finde en historie, som din målgruppe kan spejle sig i, så de kommer til at *føle*.

Din storytelling kan du bruge ved at skrive den på dine onlinesider eller at speake den, når du holder webinar, workshops etc. Det bedste er at gøre begge dele.

Hvilken del af din egen historie eller en historie fra en case, kan din målgruppe finde mening at spejle sig i?

Skriv i boksen her:

2) Dine titler og erfaring

Få din tidligere erfaring, dine titler og kompetencer til at spille. Hvilke titler og kompetencer og hvilken erfaring, har du med dig, som giver mening at få fremhævet i din branding og storytelling, fordi det er relevant for det faktum, at du har lavet uddannelsen? Kig dybere end det mest oplagte.

Skriv i boksen her:

3) Kontinuerlig synlighed

Dit nuværende salg er baseret på det seneste halve års kontinuerlige markedsføring.

Kontinuerligt betyder, at du mange gange om ugen er synlig på de sociale medier. Enten i form af for eksempel betalt annoncering eller organic reach. Eller ideelt set begge dele.

Hvis du skulle lave din ideelle markedsføringsplan, hvor ville du så kunne være committet til at være synlig 5 til 7 gange om ugen?

Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn eller andet?

Vælg det du kan overskue. En flade kan være tilstrækkelig i starten, hvis du er ny. To kan være præcis det ideelle. Hvis du er mere hardcore og har support, kan du vælge at være "all over the place".

Men det er ikke afgørende, for at folk på dine hold, at du er all over the place.

Skriv i boksen her:

4) Skriv en total tiltrækkende salgsside, hvor man kan tilmelde sig og betale

Hvilket system vil du vælge at have den i? WordPress er optimalt. Simplero er også en god mulighed. Eller har du tænkt et helt tredje system? Hvis ja, så være opmærksom på kvaliteten af det man kan lave i det system, og hvordan support mulighederne er i det system samt hvor godt det integrerer med andre systemer, som du kan få brug for.

Skriv i boksen her:

5) Beskriv din metode

Det her handler om at komme ind under huden på din måde at arbejde på. At få døbt din metode et navn. Det vil sige, det er ikke alle de metoder, du har lært andre steder fra, men din egen unikke måde at arbejde på.

Når du gør det, positionerer du dig på et højere niveau, og det bliver endnu nemmere for dig at sælge pladser.

6) Udvikl din ekspertmodel

Det her punkt handler om, at du har et program, nogle steps eller en rækkefølge, som folk skal gennem for at nå målet med din uddannelse. Når du kender den, efter at du har opbygget dine moduler eller ved at tænke den journey igennem, som din kursister skal på, kan du give den et fængende navn.

Dette positionerer dig som ekspert og vil også hjælpe dig med at sælge pladser.

7) Brug referencer

Sørg for at få referencer, hvor dine kunder svarer på en vifte af markedsføringsspørgsmål, og så du kan vise billede, navn og titel.

Det virker så effektivt, at du kan sælge produkter bare på dine referencer. Et eksempel på et markedsføringsspørgsmål kan være: Hvad er de 1 til 3 vigtigste resultater, du har opnået ved at arbejde sammen med mig?

Her er lige to ingredienser mere:

8) Sørg for at have nye, professionelle billeder af dig selv og det, du vil signalere

Nye, opdaterede billeder til din branding gør en kæmpe forskel, når mennesker kigger på din uddannelse og skal vælge om de skal med.

Så meget at det kan hæmme salget eller tiltrække de forkerte, hvis der er mismatch mellem dig, dine billeder og dit brand.

9) Markedsfør dig på en måde, hvor man kan føle dig

Når du sælger højt prissatte produkter, er det ekstra vigtigt, at man kan få lov at følge dig, lære noget af dig, se dig, høre din stemme og tale med dig.

For eksempel på foredrag, workshops, webinarer, challenges, online kurser, online events, masterclasses og discovery sessioner. Få simpelthen dine gaver og talenter ud i din markedsføring, så der ikke er tvivl om, om man kan regne med dig.

Her er en checkliste til at bygge uddannelsen fra a til z:

- Find ud af din uddannelses krystalklare mål og formål
- Bliv skarp på hvem du vil have med på uddannelsen, og hvordan du "kalder dem ind"
- Skær ind til benet og klargør din uddannelses faglige indhold, så du skaber overblik for dig selv og dine kunder
- Få din viden, faglige passion og dine indre gaver og talenter rigtigt i spil (og din spiritualitet, hvis du ønsker det)
- Lav produktudvikling fra a til z
- Struktur det faglige indhold i forhold til din uddannelses mål og viden om menneskelige lærings- og udviklingsprocesser
- Afklar balancen mellem teori og praksis
- Få hjælp til at beskrive din unikke metode (din måde at arbejde på), så du positionerer dig på et højt niveau og kan sætte en god pris
- Få udviklet din ekspertmodel, så du hjælper dine kursister og studerende til at se den journey de skal igennem og kan nå til optimal læring og sælg samtidig hurtigere dine pladser

- Skab materialet som dine kursister skal have
- Afklar eksamensprocedure og hvordan kursisterne skal godkendes
- Udvikl certifikatet, som dine kursister modtager
- Gør det rigtige rent juridisk i forhold til hvor din uddannelse skal afholdes, afbud efter betaling etc.
- Lær smarte måder at løbe din uddannelse i gang på, så den bliver en succes fra starten

*Så er du varmet op til liveen/masterclassen:
Lav en uddannelse, sælg pladser
og skaler din forretning!*