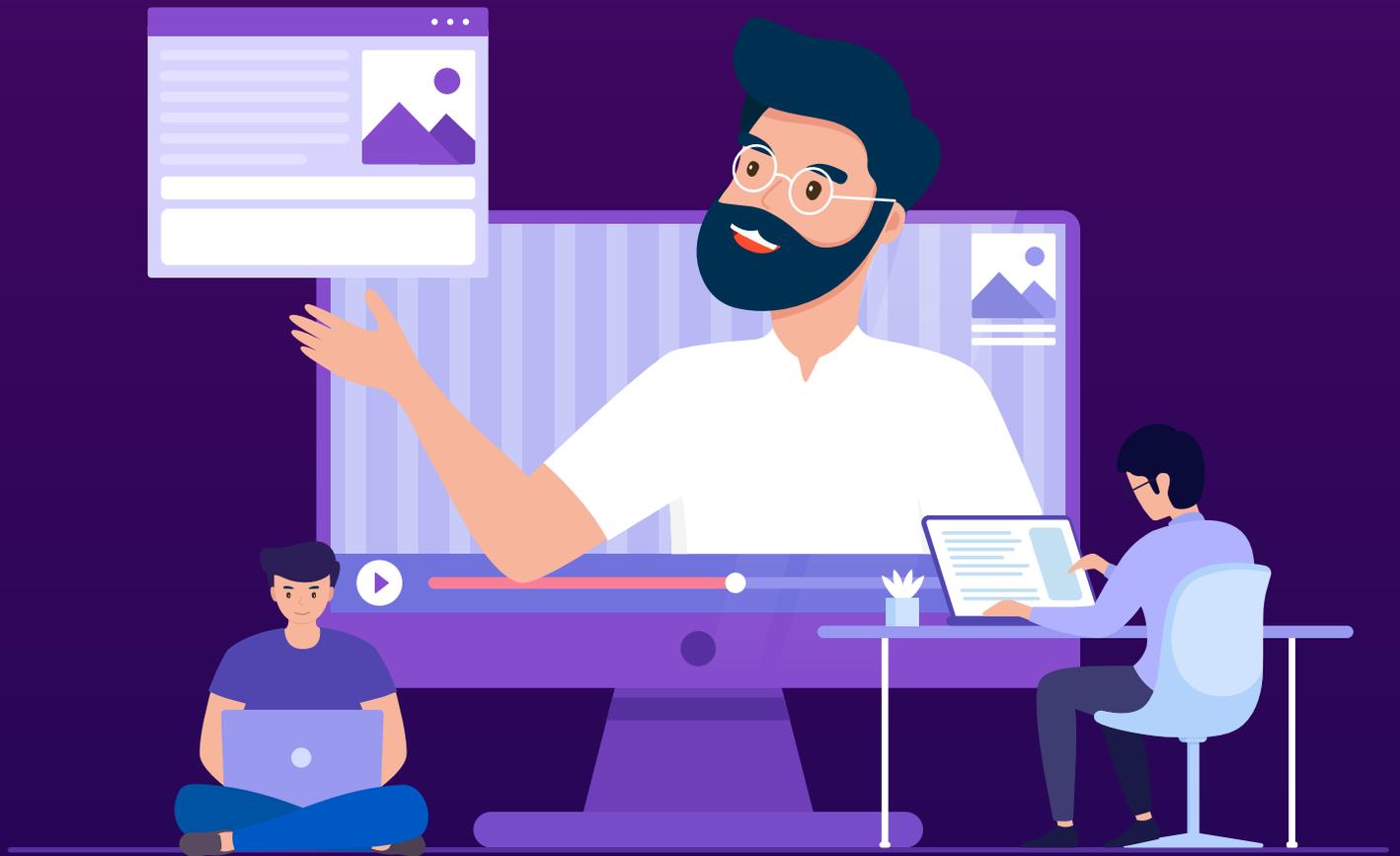


Emprende El Vu e l ^o™



E-BOOK

Infoproductor en 5 pasos

i instituto 11
Beyond Learning



i instituto 11
Beyond Learning

Introducción

Si tu objetivo es monetizar tus conocimientos y compartir tu experiencia no hay mejor opción que crear tu Curso Online.

Crear un Curso Online es una de las formas más efectivas de escalar un negocio llegando a miles de personas en todo el mundo, escapando de las limitaciones del espacio y el tiempo.

Para ayudarte a comenzar tu curso digital diseñamos este ebook con contenido, tips y ejercicios que te van a guiar para que comiences desde cero a crear tu Curso Online.

En Instituto 11 queremos compartirte nuestra experiencia y ayudarte a:

- Elegir y validar un tema
- Definir a tus clientes potenciales
- Estrategias antes de venta
- El contenido para tu curso
- Estrategias de venta

¿Listo para dar el siguiente paso? Prepárate para comenzar y cambiar el resultado de muchas personas, te deseamos mucho éxito.

Con cariño

i nstituto 11

Beyond Learning

“El mercado mundial del e-learning crecerá hasta los 325 billones de dólares en 2025.”

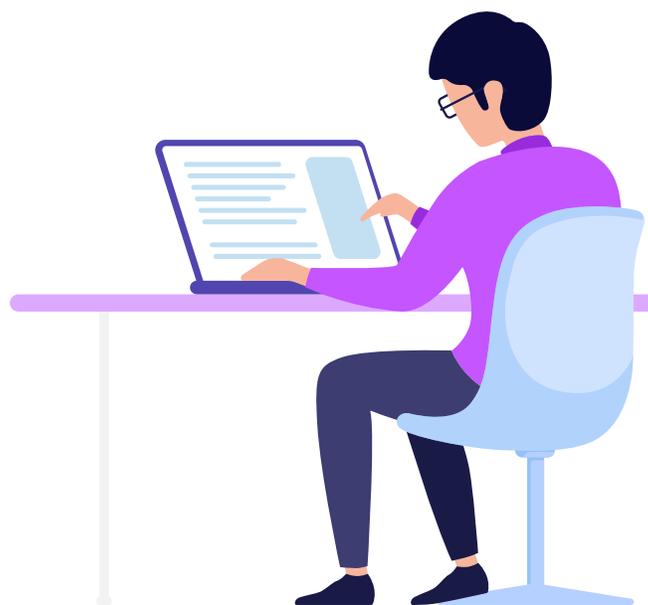
Forbes

Como ya sabrás, existen millones de cursos allá afuera, pero ¿Cómo le hacemos para que nuestro curso sobresalga?

La respuesta es sencilla: **ENCUENTRA TU OCÉANO AZUL**. Esta estrategia fue escrita en el popular libro: "BLUE OCEAN STRATEGY". Dicho libro menciona que es más sencillo tener éxito en un área de negocio donde exista poca o nula competencia, ampliando el mercado por medio de ideas nuevas.

El océano azul representa ideas que no existen en la actualidad, por lo tanto, son posibles en virtud a que son oportunidades para crecer en un futuro; generalmente se desarrollan a partir de lo que ya existe.

Recuerda que la riqueza está en las nuevas ideas y en los nichos. Es más fácil que cualquier producto se distinga de sus competidores en una categoría específica. Por lo tanto, debes aplicar esta estrategia diferenciándote de tu competencia. Todo lo que vivimos nos hace únicos y de seguro encontrarás un nicho de audiencia específico que te será muy útil para tu experiencia.



Para lograr encontrar un nicho único, te recomendamos que utilices la siguiente fórmula:

Tema específico + Nicho específico = **Un curso ÚNICO**

✓ Ejemplo:

Liderazgo + Desarrolladores de Software = **Curso de liderazgo para desarrolladores de software**

Si logras encontrar un mercado donde no hay competencia y eres el único que proporciona una solución a ese nicho específico serás indudablemente la mejor opción para ellos.

Un negocio tiene más posibilidades de ser exitoso cuando se opera en lo que se le conoce como un nicho no atendido (blue ocean), a diferencia de un mercado con muchos competidores peleando por ser el mejor (red ocean).

TIP



Pasos para formar tu océano azul

1 Crear nuevos espacios para el consumo: se busca desarrollar el océano azul, en otras palabras, negocios nuevos, originales e innovadores que tengan futuro en el mercado y que sean rentables.

2 Lo que importa es la idea: una vez que se tiene el proyecto, el siguiente paso es encontrar cómo aplicarla. En este mundo tan interconectado es preciso tener clara la visión y la manera de como se hará el distanciamiento de la competencia.

3 Ir más allá de la demanda: no concentrarse solamente en las necesidades del cliente actual y conocer también a quienes aún no son clientes.

4 Asegurar la viabilidad: el objetivo es disminuir el riesgo que tiene la implementación de la estrategia, es necesario plantear las siguientes preguntas: ¿Los clientes obtienen algo único de la nueva idea de negocio?; ¿El precio establecido está al alcance de mis posibles clientes?; ¿La estructura de costos es sostenible tomando en cuenta los precios establecidos?; ¿Qué obstáculos existen para transformar tu propuesta de valor?.

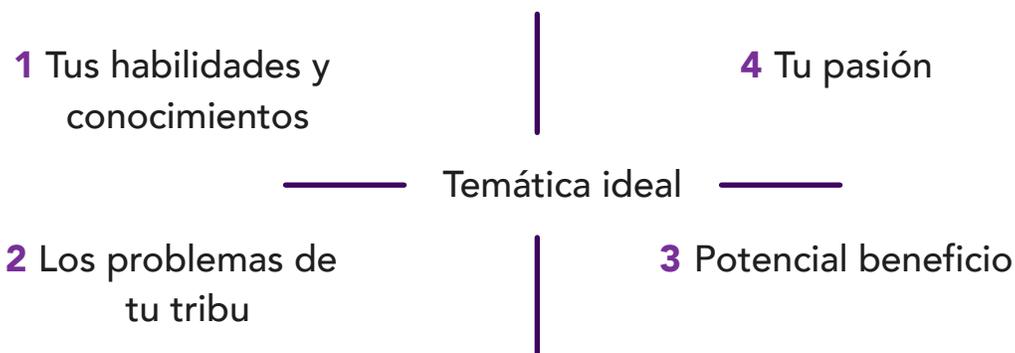
El tema del curso

Dicho lo anterior el primer paso que puedes dar en este momento para iniciar a crear cursos es aclarar el tema de tu curso.

En este punto, es posible que tengas alguna o demasiadas ideas para tu primer curso, o tal vez te sientas confundido porque no sabes cuál de tus ideas podría ser "la indicada".

No te preocupes, las siguientes estrategias creativas te ayudarán a elegir el tema perfecto para tu curso: el tema que tu cliente ideal realmente quiere y necesita aprender, y que a la vez estás emocionado de enseñar.

Antes de pasar a estas estrategias, debes comprender que tu objetivo es encontrar el punto óptimo: es decir, la intersección entre tus habilidades y conocimientos, un problema que enfrenta tu tribu (y con gusto pagará por la solución) y un tema que realmente lo transforme. Esto ayudará a delimitar tu tema rápidamente.

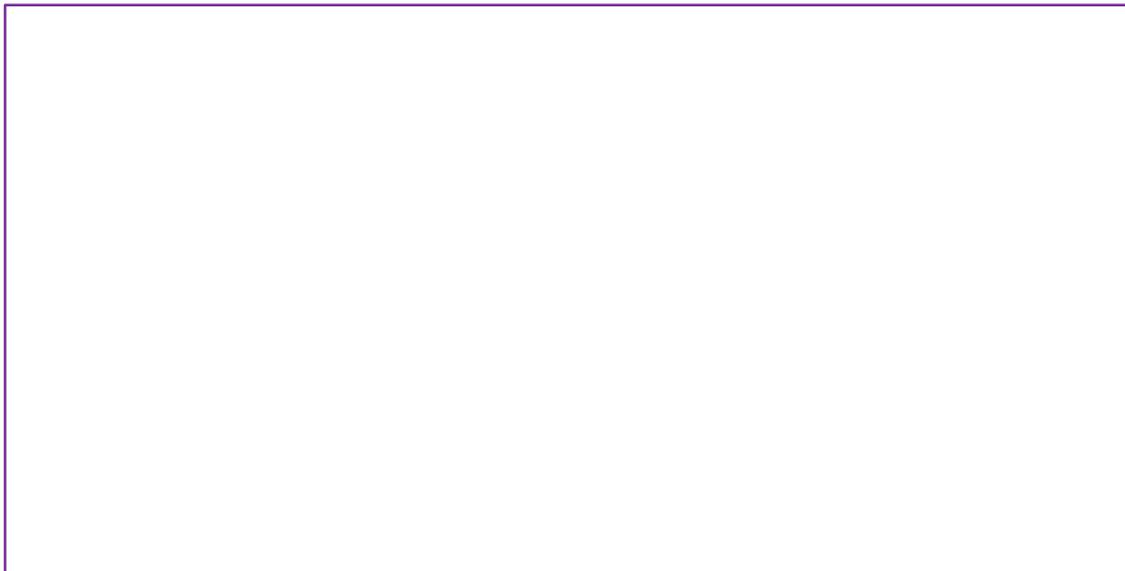


Actividad: sigue estas ideas creativas para elegir el tema de tu curso

Inspiración sin juicio

Es posible que ya hayas tenido ideas para tu curso en línea, que pienses constantemente en que tú puedes aliviar el dolor de tu cliente y enseñarle cómo superarlo o incluso ya afirmaste ¡este tema es perfecto para un curso!. Pues bien, todas son ideas de inspiración y no debes ignorarlas.

A continuación escribe todas las ideas que tengas para tu curso en línea. Olvídate de los juicios y anótalas a medida que se te venga algo a la mente durante el día. No juzgues tus ideas a medida que surjan; simplemente haz una lluvia de ellas sin limitar tu creatividad o el flujo de ideas. A partir de esto, toma tu lista y prueba una de las siguientes estrategias para elegir la mejor.



La "varita mágica"

Una excelente manera de obtener comentarios valiosos de tu tribu es preguntar ¿cuáles son sus problemas? o qué resultado les gustaría obtener.

Una forma divertida y eficaz de hacer esto es planteando una pregunta de "varita mágica".

✓ Ejemplo:

"Si pudieras agitar una varita mágica y hacer desaparecer tu mayor problema (inserta tu nicho aquí), ¿cuál sería?"

Entonces, si tu nicho son las personas interesadas en la pérdida de peso, la pregunta podría verse como una de *estas*:

"Si pudieras agitar una varita mágica y desaparecer tu mayor desafío de pérdida de peso, ¿cuál sería?"

"Si pudieras agitar una varita mágica y eliminar tu mayor lucha en torno a tus intentos de perder peso, ¿cuál sería?"

La magia de hacer este tipo de preguntas es que cuando tu cliente ideal responde, obtienes una gran información sobre la idea de un tema.

En las próximas 24 horas, publica en Facebook, Twitter y / o Instagram el método de la "varita mágica". Esta pregunta puede ayudarte a aprender mucho las dificultades de tu audiencia.

Notas:



Crea y nutre tu marca

Una vez que ya encontraste tu océano azul, es tiempo de crear una marca. El error más grande que cometen las empresas al crear un curso en línea es intentar venderlo a todo el público. Construye una marca que ataque a tu nicho de mercado, es preferible encontrar tu nicho y empezar a generar contenido para posicionar tu marca. Es decir, cuando tu cliente ideal esté buscando sobre tu tema, tienes que ser el primero en aparecer y hacerlos sentir que encontraron lo que necesitan, trabaja en los titulares.

Añade constantemente contenido de valor en todos los medios sin descuidar la calidad, y toma en cuenta que entre mayor sea tu presencia, mucho mejor será tu resultado. De esta manera, será más fácil posicionarte en la mente de las personas y verás crecer tu comunidad con la credibilidad y confianza que construyes todos los días.

Una vez que ya ampliaste tu red, identifica el perfil y características de tu audiencia, continúa ayudándoles con contenido de interés y muestra soporte en tu comunidad: conócelos en sus hábitos y lo que hacen, conecta con ellos y si te preguntan responde sus inquietudes, muestra que tu apoyo y comparte sus testimonios.

Si ocupas ayuda encontrando tu nicho, te dejamos estas 3 preguntas que puedes hacerte antes de crear tu curso:

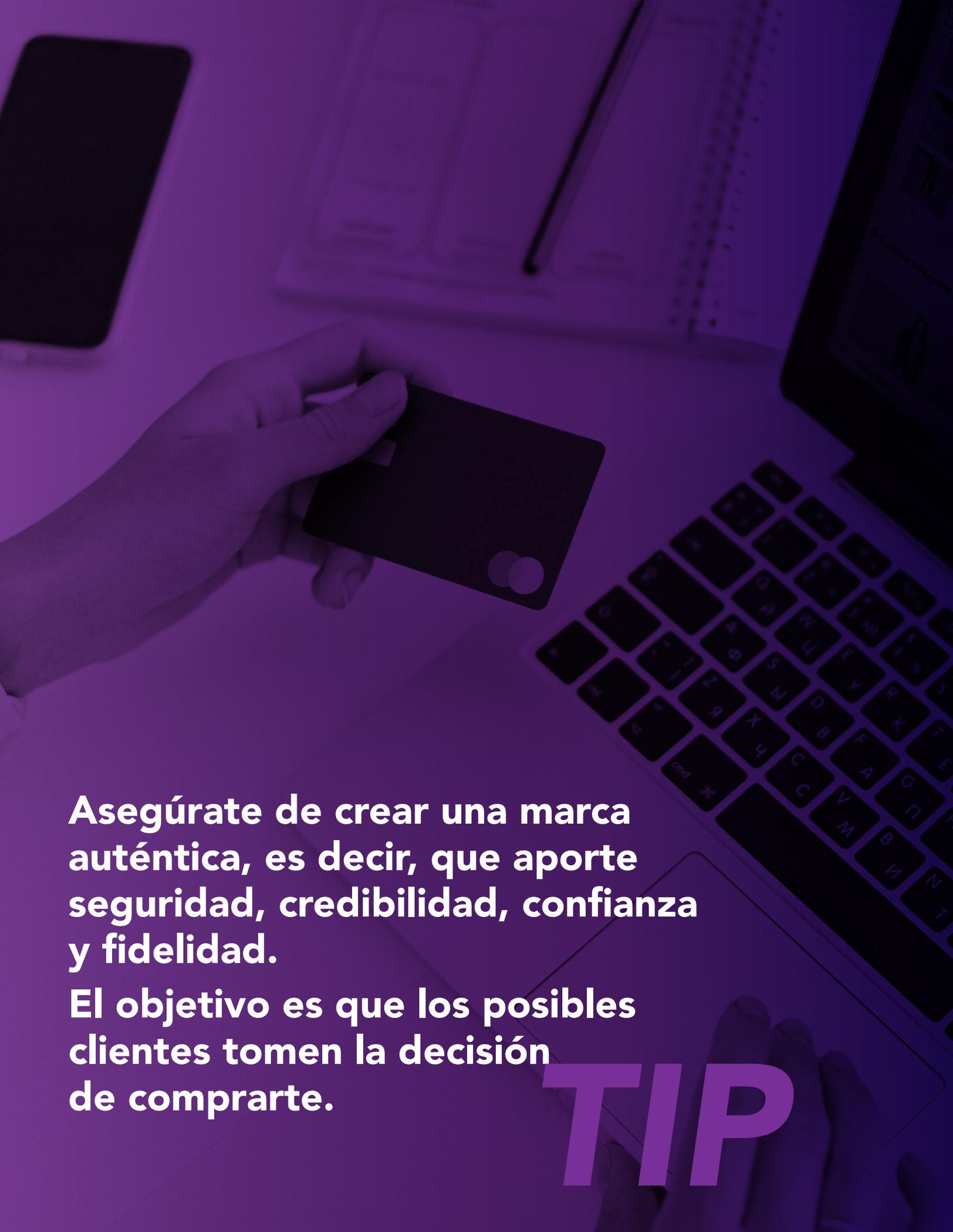
¿A quién ayudas?

¿En qué les ayudas?

¿Cuál es el beneficio para ellos?

5 pasos para que tu marca crezca:

- 1 Especialízate y conviértete en un experto de tu área o tema**
- 2 Conoce a tu competencia**
- 3 Cuida tu reputación en línea**
- 4 Supervisa diario tu actividad**
- 5 Sé original y no imites a nadie**



Asegúrate de crear una marca auténtica, es decir, que aporte seguridad, credibilidad, confianza y fidelidad.

El objetivo es que los posibles clientes tomen la decisión de comprarte.

TIP

Contenido antes de la venta

¿Cuántas ocasiones has visto un video o leído una opinión de un producto antes que comprarlo en Amazon? Muchas veces ¿verdad?. La realidad es que el juego en el que indudablemente tienes que estar es en el de crear contenido.

Solo observa la estrategia de instituto 11, antes de venderte cualquier curso, tienes miles de recursos gratis en Instagram, YouTube y Facebook. Atrae gente publicando contenido por los medios de comunicación. Eso sí, cada pieza tiene que aportar valor al usuario. De lo contrario, es más probable que tu contenido no sea la mejor opción para los clientes.

Asimismo, las opciones de alternativas de contenido que puedes crear son miles según sea tu industria, te recomendamos investigar las que pueden aportar más valor para tu target.

Por ejemplo, existen diferentes opciones de contenido que puedes empezar a crear desde hoy:

Blogs

Podcasts

Webinars

Ebooks

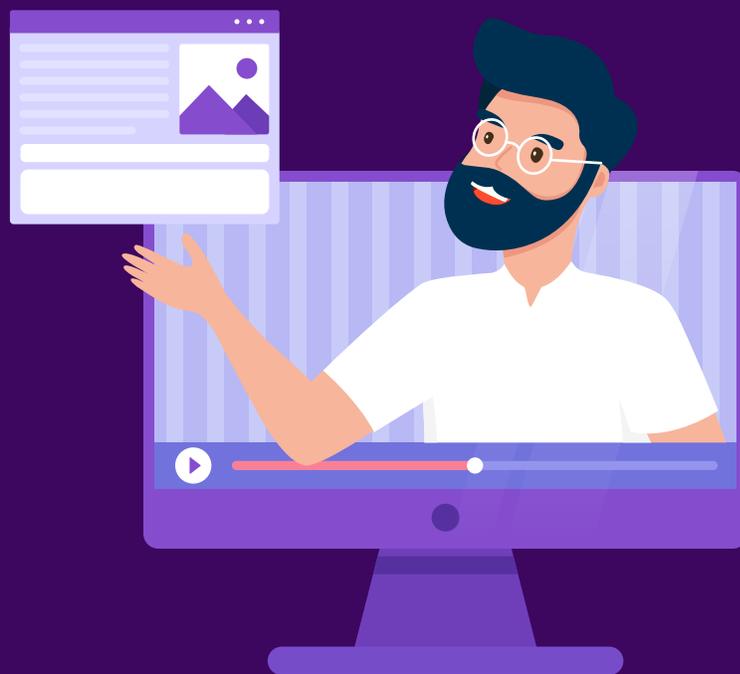
Videos

Infográficos

Plantillas

Talleres

Casos de éxito



Sigue estos 5 pasos para crear contenido:

- 1 Define tu nicho y segmentalo por interés, edad, localización, etc.**
- 2 Ofrece información que aporte valor en lugar de un pitch de ventas tradicional.**
- 3 Crea objetivos para cada campaña o estrategia que nutra tu marca.**
- 4 Planea una línea de tiempo para desarrollar el contenido**
- 5 Evalúa tu éxito o fracaso y optimiza.**

Para ampliar tu marca de manera más rápida, te recomendamos analizar las diferentes tendencias de cada canal o red social y apegar tu contenido para cada uno de ellos.

TIP



Valida la demanda para tu curso:

Planear y validar si existe una audiencia para tu curso online te puede ahorrar mucho tiempo y dinero. Conecta con tu audiencia y menciónales que estás planeando crear un curso en línea y pregunta qué es lo que necesitan aprender de ti. Si existen suficientes personas que requieren aprender sobre un tema en específico, entonces ya sabrás el contenido de tu próximo curso.

También, puedes analizar el contenido de valor, el precio y el nicho que ofrece tu competencia. Por ejemplo, si tu competencia entrega un producto de alto valor y su precio es equivalente a este mismo debes compararlo con tu producto y optar por establecer un precio accesible y conforme agregas contenido de valor a tu curso, podrás subir el precio.

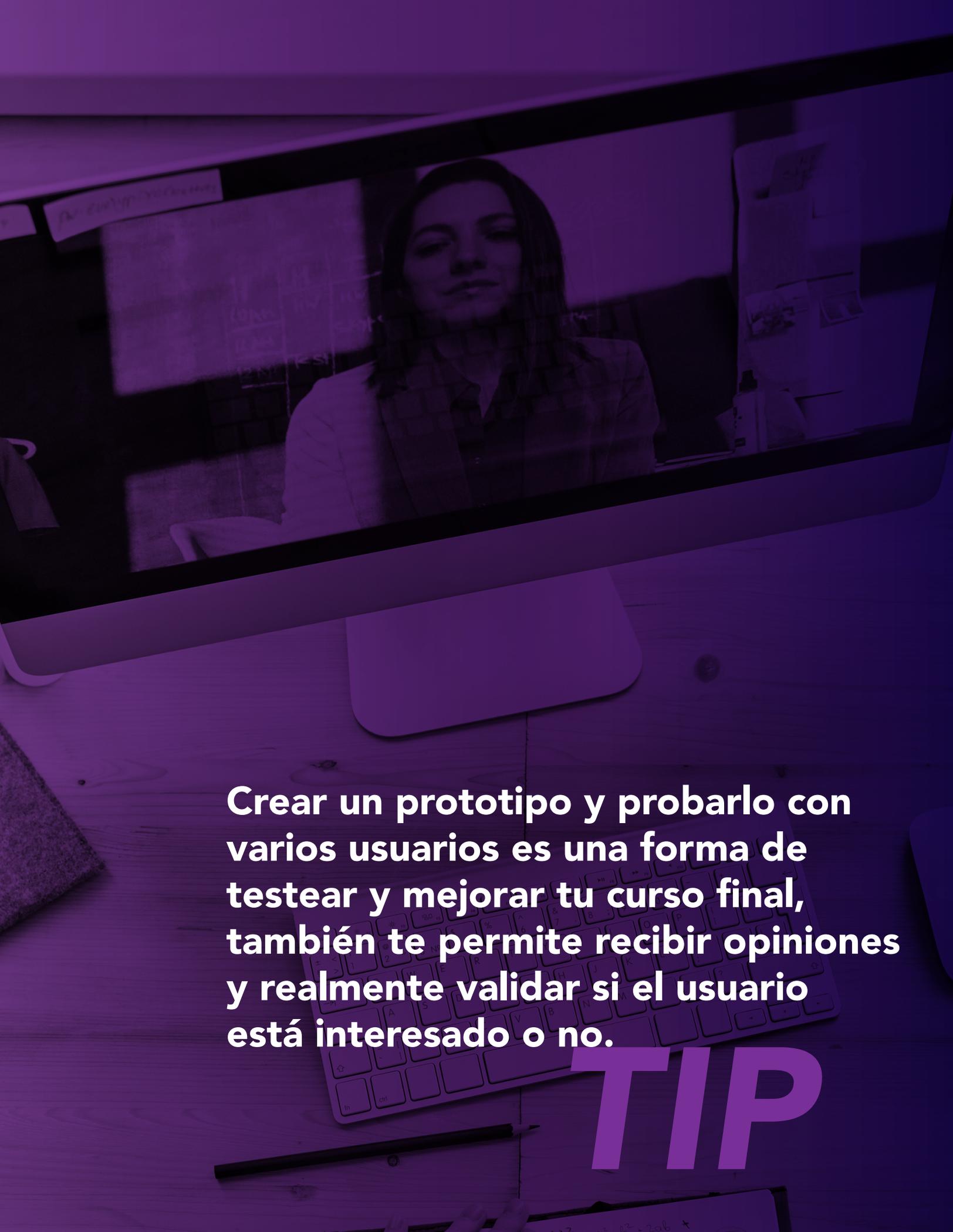
Las formas más comunes que puedes utilizar para confirmar si existe una demanda, son las siguientes:

1 Contacta a personas de tu target directamente por email, teléfono o redes sociales

2 Encuesta a personas en línea con preguntas muy sencillas para que no les tome mucho tiempo

3 Analiza en herramientas como Google Trends que es lo que busca tu nicho sobre el tema

4 En caso de identificar a competidores, investigar sus estrategias y errores para mejorar esos aspectos

A woman with long dark hair, wearing a light-colored blazer over a dark shirt, is seated at a wooden desk in a meeting room. The room is dimly lit with a purple hue. On the wall behind her are several sticky notes and papers. In the foreground, a white computer keyboard and a black pen are visible on the desk. The overall scene suggests a professional or educational setting.

Crear un prototipo y probarlo con varios usuarios es una forma de testear y mejorar tu curso final, también te permite recibir opiniones y realmente validar si el usuario está interesado o no.

TIP



Si tu cabeza tiene un montón de ideas para un curso potencial y no estás seguro de cuál es el más adecuado para ti y tu audiencia, la mejor manera de averiguarlo es preguntando.

Comienza un Live rápido y comparte tus tres ideas principales para el curso; luego pídale a tu audiencia que vote por el que ellos sienten que quieren y necesitan más.

Otra excelente manera es crear una encuesta simple en las redes sociales con preguntas clave.

Cuando incluyes a tu audiencia desde el principio, experimentará el sentido de identidad con tu curso. Cuando construyes una comunidad, es más probable que te compren cuando tu producto este listo para lanzarse.

Asegúrate de identificar a quién deseas que respondan a tu encuesta. No quieres que las personas que no son tu cliente ideal se unan. Asegúrate de decir algo como:

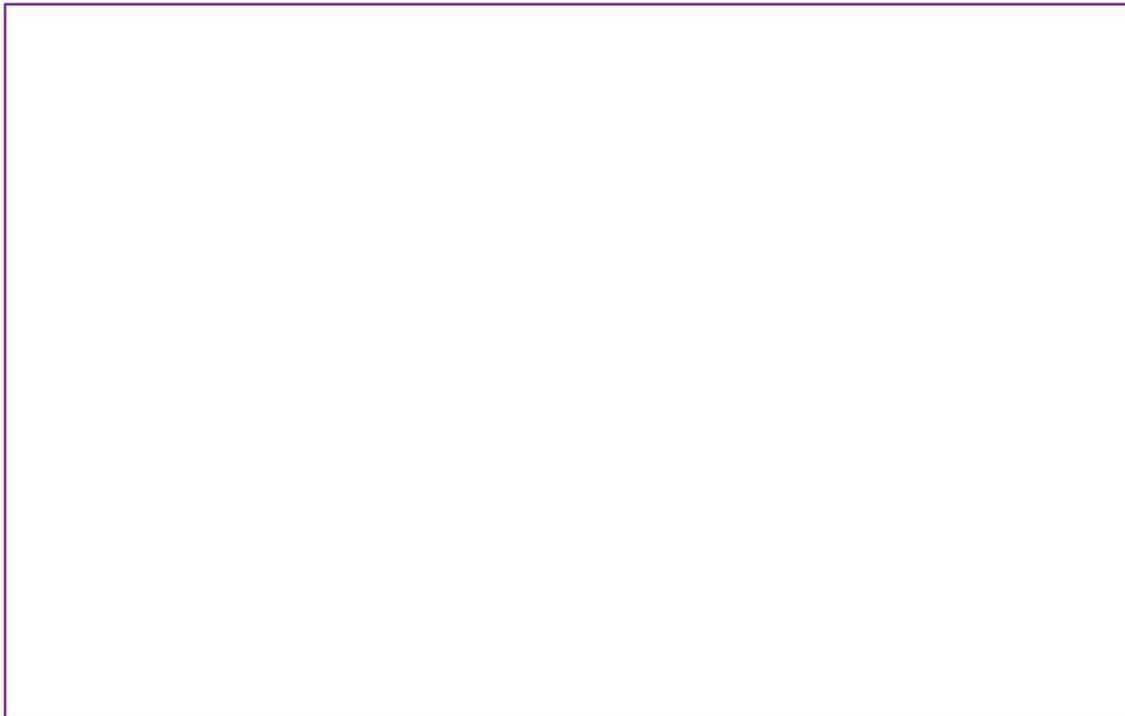
"Si eres (ingresa un nicho), me encantaría que votaras sobre cuál de las tres ideas de cursos sería más útil para ti."

Actividad:

Después de haber hecho tu lista de ideas y haber planteado tu pregunta sobre la "varita mágica", propón algunos temas del curso y crea una encuesta en las redes sociales para obtener comentarios.

Para pensar en el tema de tu próximo curso, te recomendamos anotar tus respuestas. Te sorprenderá la claridad que obtienes a medida que respondes

Después de realizar la actividad "varita mágica" anota 3 temas más populares en el siguiente espacio.



Actividad:

Apóyate de las siguientes preguntas para analizar y validar la demanda de tu tema:

¿Qué temas del curso están siendo enseñados con éxito por otra persona?

Amazon: Cómo está posicionada la temática en Amazon

¿Hay libros de la temática en el TOP de ventas? Si/No

¿Hay libros de la temática o de otras? Si/No

de libros de la temática

Identifica los comentarios que más se repiten y descubre las áreas de oportunidad que puedes incluir en tu contenido.

Media de satisfacción de reviews

¿Está validado? Si/No

Valida tu temática si hay libros de la temática, y si hay muchos reviews (significa que tienes audiencia)

Google Trends: Analiza si tu temática es tendencia

¿Tu temática es una tendencia? Si/No

¿La temática es tendencia en tu país? Si/No

¿Las consultas de la temática están* en Sí/No***

¿Está validado? Si/No

Valida la temática si hay muchos videos y si estos videos tienen muchas reproducciones

Lead Magnet: Crea un mini curso, ebook, plantilla, guía, vídeo, etc. y analiza el impacto que tiene. Comparte el recurso gratuito

¿Está validado? Si/No

Valida tu curso online si consigues una lista de interesados de mínimo 100 personas durante la promoción orgánica y pagada en 1 o 2 semanas.

Pregunta en grupos: Pregunta en grupos de Facebook, LinkedIn o G+ si los profesionales están interesados en tu curso

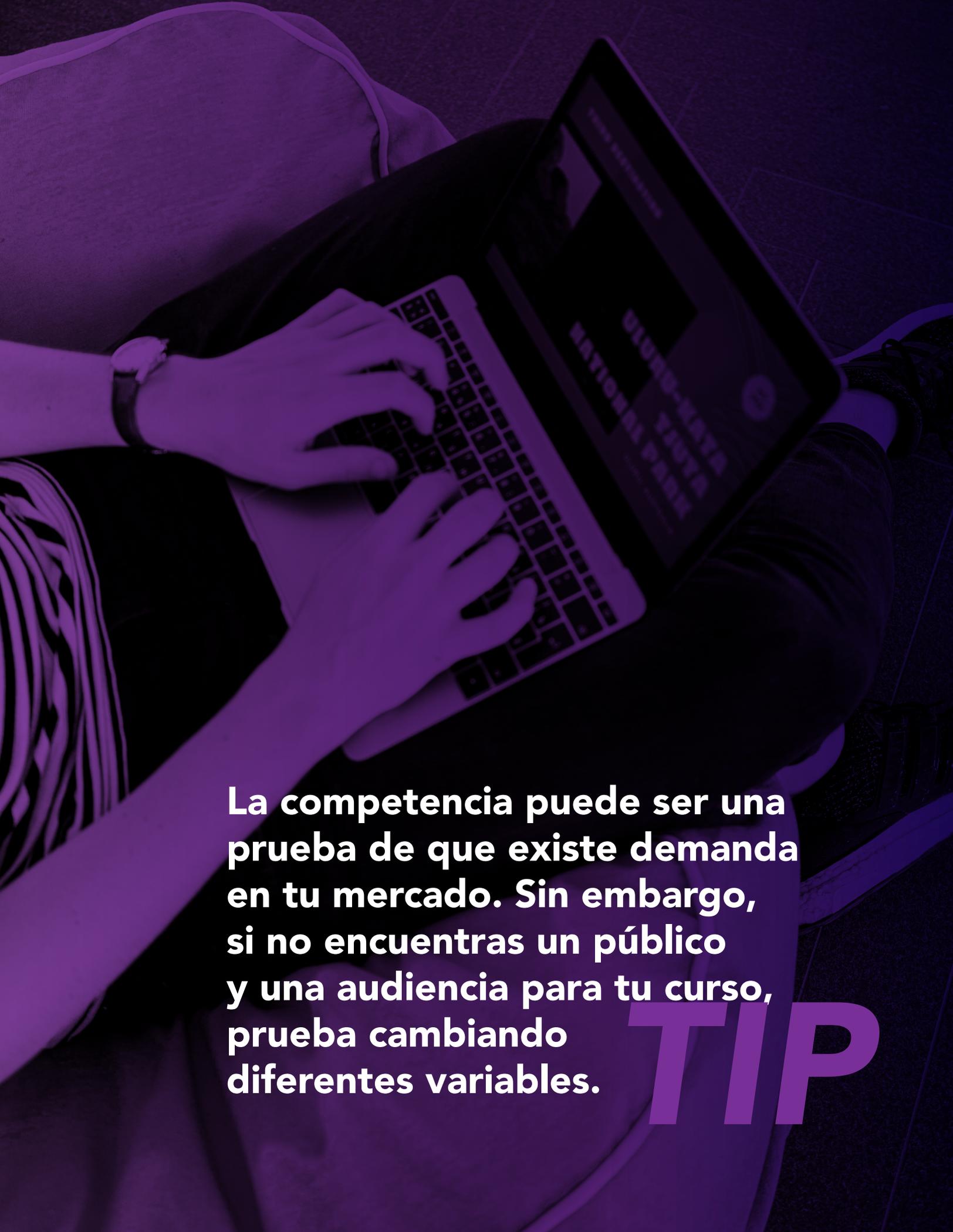
¿Está validado? Si/No

Saca una media de los comentarios que reciben los posts de preguntas como el tuyo y valida tu tema si más del 30% contesta.

Contactos profesionales: Coméntale a tus conocidos profesionistas tu idea y pregúntales si es interesante

¿Está validado? Si/No

Valida tu curso si el 50% te responde de forma positiva

A person is shown from a top-down perspective, sitting on a couch and using a laptop. The person's hands are on the keyboard, and their left wrist has a watch. The laptop screen displays a website with the text 'BUNDLES' and 'NATIONAL PARKS'. The entire image is overlaid with a semi-transparent purple filter.

La competencia puede ser una prueba de que existe demanda en tu mercado. Sin embargo, si no encuentras un público y una audiencia para tu curso, prueba cambiando diferentes variables.

TIP

¿Cómo aprovechar al máximo estas estrategias?

Te sugiero que te comprometas en hacer las actividades los próximos días. Reserva algo de tiempo para trabajar y definir:

El tema de tu curso
Identificar tu público objetivo
Validar la viabilidad de tu tema
Las estrategias antes de la venta

El nombre de tu curso

Cuando eliges el nombre de tu curso, algo comienza a cambiar. Todo el proceso de tu curso digital se vuelve más real y las cosas comienzan a avanzar rápidamente.

El nombre perfecto de tu curso puede llegar a ti en minutos, o puede tomar un par de horas; pero no te quedes limitado aquí.

Tu objetivo es elegir un nombre para que puedas pasar a las decisiones y acciones más importantes que crearán un impacto que cambiará la vida de tu empresa y de tu audiencia.

La lista de verificación de 7 puntos

Una vez que hayas elegido el nombre de tu curso, regresa aquí y ejecútalo en la lista de verificación de 7 puntos del nombre del curso. Esta lista de verificación asegurará que no elijas un nombre que las personas no puedan recordar o no puedan pronunciar. También te ayudará a evitar elegir un nombre confuso o uno que podría ser difícil de encontrar para las personas que buscan en línea una solución a su problema.

Cuando hayas elegido un nombre, responde las siguientes preguntas:

¿El nombre de mi curso es fácil de recordar?

¿El nombre de mi curso es fácil de pronunciar?

¿Hay alguna palabra clave que mi audiencia reconocerá de inmediato?

¿Es interesante el nombre?

¿Es tan creativo que es casi confuso (con frecuencia voy a tener que explicar lo que significa)?

¿Les dice a mis compradores potenciales de qué se trata mi curso?

¿Va a llamar la atención de mi cliente ideal?

Tipos de nombre para tu curso

Tipo 1: "El resultado en el título del curso"

El nombres de estos cursos detallan el resultado que te ayudarán a lograr, pero dejan lo suficientemente abierto para que un estudiante potencial imagine y defina cómo se vería ese resultado en su propia vida. El resultado es claro, conciso y no hay confusión sobre de qué se trata este curso.

El "Resultado en el curso de título" es recomendado para los creadores de su primer curso.

Tipo 2: El Viaje

Este tipo de nombre de curso lo lleva de un punto "A" a un punto deseable "B". Debido a que documentan todo el "viaje del héroe" de una manera eficiente, efectiva y fácil de digerir, también tienden a funcionar realmente bien. Establecen la brecha desde el principio, que es la clave para vender casi cualquier cosa.

Tipo 3: Es lo que es

Es lo que dice que es. Si bien se puede acusar a cualquiera de estos ejemplos de no ser lo suficientemente "llamativo", también conllevan una cierta seguridad en sí mismo que refleja la confianza de los autores de lo que crearon.

Es una alternativa excelente que cualquiera puede usar, y confía en su mensaje de marketing para llevar a cabo los aspectos más importantes de por qué las personas deben inscribirse.



Palabras clave para el nombre de tu curso

Para ayudarte a elegir el nombre perfecto para tu curso, tu negocio y tu de cliente ideal, experimenta con algunas de estas palabras poderosas para nombrar cursos. No todos serán adecuados para ti, pero prueba algunos y complementalos con tus ideas.

Power words

Masterclass	Academia	Plano	Plan Maestro
Camino	Código	Una guía	ADN
Maximiza	Maestría	Implementación	Fórmula
Universidad	Sistema	Motor	"x" Beneficios

Subtitle power words

Incluir un subtítulo puede ayudar a aliviar la preocupación de tratar de encontrar el nombre perfecto para tu curso. Cuando incluyes el subtítulo en tu página de ventas, puede brindarle a tu comprador potencial una comprensión más profunda de lo que trata su curso.

Paso a Paso	Construir	Limitado	Probado
Poderoso	Crear	Libertad	Rápido
Crecer	Atraer	Cómo	Descubrir
Explotar	Aprovechar	Sin	Incluso si

Notas:

Aprovecha este espacio para escribir tus anotaciones

El contenido de tu curso online

Cuando ya tienes el tema validado y tu público objetivo definido te toca crear la primera versión del temario de tu curso online. Esta primera versión consiste en abrir un documento en blanco y comenzar a escribir temas de los cuales hablaremos en el curso sin importar el orden. La investigación previa te será de ayuda para terminar de pulir tu propia metodología. Tener tu pitch de venta te ayudará no solo para tu página de venta y anuncios, también te para hacerle entender claramente a tus clientes el beneficio principal que tendrán al formarse contigo.

¿Cuál es el punto A en el que parten las personas al tomar el curso?

¿Cuál es el punto B en el que terminan al haberlo finalizado?

El punto A en el que inicia la persona antes de tomar tu curso y el punto B en el que alguien termina al finalizar el curso.

Actividad:

Reflexiona y llena la siguiente tabla.

¿A quién le voy a servir?	¿Qué resultado le quiero dar?

Actividad:

Tómate un tiempo y posteriormente contesta las siguientes preguntas:

He diseñado un programa educativo para

(¿quiénes?, tu audiencia)

que quieren aumentar / conseguir /
eliminar/ deshacerse de/superar

(desafío o problema)

Por ejemplo, a uno de los alumnos le he

ayudado a

(caso de éxito)

Notas:

Aprovecha este espacio para escribir tus anotaciones

Actividad:

Escribe al menos 6 temas clave que el alumno necesita para llegar al punto B. Acomódalos de tal manera que sea el mejor camino para llegar al punto B. Recuerda que la parte de tu curso con más estrategia es tu temario.

1

2

3

4

5

6

BUT OF MOMENT
LIFE IS A JOURN
ENJOY IT

Define las partes en las que tienes que dividir tu curso para que todo el contenido esté bien organizado y sea amigable para tus alumnos.

Este punto de cómo estructurar todo tu contenido por fases, etapas, módulos o lecciones te ayudará para grabar las lecciones y para configurar tu curso previamente para abordarlo en plataformas como Kajabi, Hotmart o el sitio de tu preferencia

TIP

Estrategias de venta

Después de validar tu curso y a tu audiencia es importante tener una estrategia de venta para atraer el cliente. Lo primero que tienes que pensar es la manera de generar una necesidad para que el cliente diga: "Necesito esto para mí". Investiga las mejores estrategias, te puedes basar en las que la competencia esté usando.

Prospera tus posibles clientes

Clasifícalos en base al perfil

Conecta con tu audiencia

Identifica sus necesidades

Lanza tu producto

Complementa tu producto

Ofrece la mejor versión de tu marca

Este es el resumen de algunas estrategias clave:

- ◆ Crea escasez o limita el acceso a tu curso
- ◆ Produce webinars con posibles compradores de manera personalizada
- ◆ Regala cupones para descargar contenido gratis
- ◆ Ofrece contenido de valor gratuito
- ◆ Implementa copias como argumentos de venta
- ◆ Crea grupos de networking y dales acceso a tus clientes
- ◆ Brinda recursos descargables
- ◆ Ofrece ejercicios y prácticas
- ◆ Ofrece sesiones de soporte
- ◆ Utiliza correos y llamadas para interactuar
- ◆ Crea lead magnets
- ◆ Asegúrate que tu landing page cuente con un diseño adecuado, un buen copy y una oferta coherente

Crear tu propio Curso Online es prepararte para tener un impacto en el mundo mientras aumentas tus ingresos y tu libertad.

Si deseas un modelo comercial muy rentable que reduzca hasta un 80% el tiempo, la complejidad y los gastos generales sin sacrificar los ingresos, todo lo que necesitas es un negocio de cursos digitales.

No olvides que lo más importante en un negocio es aportar contenido de valor. Si lo haces, la gente indicada te pagará muy bien por eso.

Recuerda que ahora es el mejor momento para ser propietario de tu propio curso digital.

Emprende El Vu e l ^o™

i nstituto 11
Beyond Learning

info@instituto11.com
instituto11.com