

Cómo hacer el lanzamiento de tu producto

Cautivar a tu audiencia con tu primer curso online.



Ya tienes tu curso online, ahora debes prepararte para lanzarlo a tu audiencia, de modo que obtengas el mayor impacto posible.



El curso online es el primer escalón del infoproductor, un *Producto Mínimo Viable*, ese esquema sencillo, baja inversión de tiempo y dinero, que busca probar, a ti como emprendedor digital y a tu mercado, es el primer paso en la ruta de tu negocio digital.

El objetivo es cautivar a tu público, aquel que necesita la solución que aporta tu producto; cautivarlo tanto que lo dejes deseoso de saber más, de probar tu producto y comprarlo.

¿Cómo hacerlo?

La oportunidad en el mercado

Un paso importante para afinar tu producto y lograr un lanzamiento exitoso es la investigación del mercado para encontrar oportunidades.

Diferenciarse no es sencillo, pues todos los días se lanzan productos nuevos, lograrlo dependerá del conocimiento que obtengas del propio mercado para hallar la especificidad que haga sobresalir tu producto.

¿Adónde debes apuntar? A estudiar quiénes están demandando la solución que ofreces, a quiénes puede ser útil, los intereses, necesidades y motivaciones de tu público.

Además, debes observar los canales de información y redes sociales que utilizan y las características de las búsquedas que realizan. Estos datos serán de ayuda a la hora de diseñar tus anuncios y dirigir tus mensajes de lanzamiento a la audiencia que has identificado.

Qué te hace fuerte



En el camino para adaptar tu curso online a las necesidades de tu audiencia y hacer un lanzamiento exitoso, una herramienta útil de análisis es DOFA, que no es otra cosa que definir las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de tu negocio o producto.

Con los resultados en mano, [podrás ver con claridad cuáles son las competencias que ya posees](#), en qué áreas debes mejorar, en qué campos hay necesidades que abren oportunidades para tu producto y a qué debes estar atento para no empañar tu trabajo.

Mirar de reojo a la competencia

Tampoco olvides mirar de reojo a la competencia. No para copiar, sino para comparar, y determinar cuáles son sus buenas y no tan buenas prácticas que pueden convertirse en oportunidades para el lanzamiento de tu curso online.

Siempre hallarás otra perspectiva que pueda aumentar el valor de lo que tú haces en el mismo segmento.

Comunicar con claridad tu curso online

Para dar a conocer tu producto los mensajes tienen que ser claros, debes cuidar bien el contenido de lo que quieres comunicar.

Los mensajes claves deben estar enfocados en el concepto de tu producto y en lo útil que es para resolver un problema.



Piensa en las dificultades de la gente que quieres ayudar y ajusta todo el contenido de la promoción de tu curso online para que responda una y otra vez a esa necesidad.

Echa a andar tu creatividad sin perder de vista la identidad de tu producto para hacer llegar tu mensaje por todos los medios de comunicación y difusión posibles.

Difundir y perseverar

El estudio de tu audiencia te dirá también cuáles son los canales más idóneos para el lanzamiento de tu producto, pero lo importante es que no te quedes con uno solo.

Blog, redes sociales, email marketing, webinars, revistas del sector y comunidades que agrupen a tu público son canales por los que debe correr el mensaje de tu producto.

Simultáneamente, [trabaja para convertirte en un experto, en una autoridad en el tema de tu producto.](#)

Mantén tu blog actualizado con contenido de calidad, ofrece contenido gratuito, interactúa con la gente y hazlo con perseverancia para que tu audiencia siempre sepa de ti, del curso online que estás en capacidad de ofrecer para solucionarle un problema.

[Lanzar tu primer curso online](#) es tu primera prueba de fuego, disfruta el proceso de autodescubrimiento de tu talento, de tu mercado, tu capacidad de inversión y mercadeo, que luego vendrá la rentabilidad (incluso puedes obtener ganancias en el camino).



Edgady Aponte