CREA TU CURSO *Online*

EN 3 SEMANAS Y AUNQUE NO TENGAS WEB

Semana 3

www.evajorda.com

SEMANA 3

1. Si tienes web o plataforma de cursos
2. Si no tienes web
3. Plataformas para alojar y vender tu curso: gratuitas y de pago
4. Embudos: recorrido de tu curso, clientes, pagos, pre y post venta
5. Emails: Plantillas para copiar y pegar
6. Posts, publicaciones y redes sociales
7. Entrega y protege tu curso
8. Últimas recomendaciones muy importantes
9. Checklist del recorrido antes, durante y después de crear tu curso online

1. SI TIENES WEB O PLATAFORMA DE CURSOS

Para crear cursos en tu misma web, puedes utilizar:

- **WORDPRESS** Sistema de gestión interno de contenido. Páginas con contraseña.

- PLATAFORMAS DE ESCUELA COMO **SENSEI.** Te permite lecciones, módulos, diploma, gestionar alumnos...
- Otros plugins de escuela como **LEARNDASH** o **LMS**

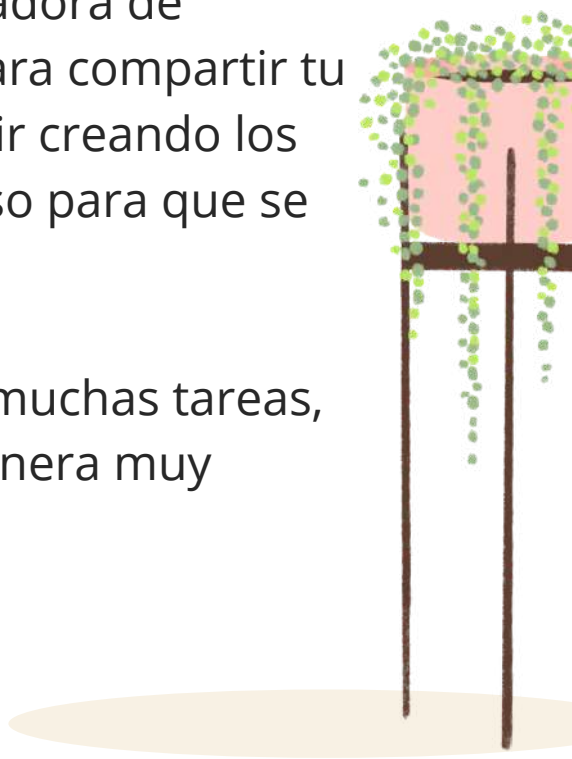
2. SI NO TIENES WEB

Hoy en día, cualquier persona con una idea, proyecto o negocio, tiene que tener su representación digital para que las personas puedan saber quién es, a qué se dedica y en qué nos puede ayudar su servicio, producto o curso.
Si toda esa información la recogemos en una página web nuestra, donde nosotras seamos las propietarias del hosting y el dominio, muchísimo mejor.

Pero, si estás empezando, si aún no has generado los suficientes ingresos para invertir en programas digitales que no dominas, puedes simplificarlo muchísimo, alojando tus cursos en plataformas que hacen muchísimas cosas por tí de forma gratuita, por comisiones fijas y variables o por cuotas de venta.

Al principio de tu andadura como creadora de contenidos SIMPLIFICA los métodos para compartir tu curso. Recuerda que lo importante es ir creando los contenidos e ir promocionando el curso para que se inscriban muchas alumnas.

Estas plataformas no solo simplifican muchas tareas, sino que mostrará tu curso de una manera muy profesional y de forma muy efectiva.



3.Plataformas para alojar y vender tu curso: gratuitas y de pago

- **HOTMART**

Es la mejor plataforma para subir tus cursos, cobrar por ti, crear landing pages y mandar correos a tus alumnos, cuando no tienes o web, o sí tienes pero no sabes usarla o sabes usarla pero no quieres cargar con mucho peso virtual, manejar pagos nacionales e internacionales y llenar tu web de plugins.
10% de comisión por venta, pero sin pago mensual

- **KAJABI**

Pagas una comisión por venta de 3 a 4% y también pagas una mensualidad de 149$ a 199$

- **TEACHABLE**

Pagas una comisión por venta de 3 a 4% y también pagas una mensualidad de 39$ a 99$

- **UDEMY**
- **DOMESTIKA**
- **COURSERA**
- **LINKEDIN LEARNING**

RECOMENDACIÓN
HOTMART

- Ábrete una cuenta. Lo ideal es que gestiones también tu cuenta bancaria desde el principio para que vayan enlazando tus cuentas.
- Una vez dentro, en el panel de la izquierda, ve a PRODUCTOS y a "registrar productos"
- Te dará varias opciones: Crear un CURSO ONLINE, subir un ebook, un área de miembro, etc. Haz click en el CURSO ONLINE que es lo que vamos a crear ahora
- Rellena la información de tu curso que te pide
- Ve creando los módulo y las lecciones como se adjunta en el tutorial.
- Si quieres saber más sobre Hotmart, ellos gratuitamente te asignan un representante que te ayuda en todo el proceso y en todas las áreas que puedes utilizar como Analytics, Herramientas para conectar con otras plataformas, etc
- El servicio de atención al cliente de Hotmart es increíble, así que aprovéchalo para tus consultas.

4. Embudos: recorrido de tu curso, clientes, pagos, pre y post venta

1

ENLACE DE TU CURSO

Dónde tu lo compartes para que lo compren

2

PÁGINA DE VENTA

Dónde explicas toda la info de tu curso

3

BOTÓN DE COMPRAR

Bien claro, visible y varias veces en la página de ventas

4

PROCESADOR DE PAGO

El de tu web o de plataformas externas como HOTMART

5

ASIGNA ETIQUETA DE PRODUCTO

6

EMAIL AUTOMATIZADO CON ACCESO AL PRODUCTO

Email que recibe el cliente al comprar tu curso

7

CLIENTE ACCEDE AL PRODUCTO

desde tu web con Wordpress o plataforma externa como Hotmart

8

CLIENTE FELIZ Y ETIQUETADO

"¡Sólo crea cursos útiles que las personas necesitan!"

5. Emails: Plantillas para copiar y pegar

Introducción al Email Marketing

El email marketing es el arte y la ciencia de usar emails para **indoctrinar, comprometer, ascender, segmentar y recuperar a tus leads y prospectos** usando mensajes persuasivos por email. Cada uno de los emails que envías a tu lista debe tener una razón y un propósito.

Al conocer y usar las 5 etapas del email marketing, será más fácil escribir de forma estratégica, calificar a tus clientes y por supuesto, vender más.

Las 5 etapas del email marketing:

1. Indoctrinar - Ensénales quién eres
2. Comprometer - Haz que completen su primera compra
3. Ascender - Haz que sigan comprando
4. Segmentar - Pregúntales qué es lo siguiente que quieren comprar
5. Recuperar - Empiezan el ciclo de nuevo con otra oferta

Cada etapa depende de la anterior y todo funciona como una máquina profesional de emails con intención que cumplen una función.

¡Empecemos!

Las 5 etapas del email marketing

Aprender a utilizar el poder del email marketing con estas 5 etapas, ya que creará una gran diferencia para ti y para tu negocio

Recuerda que, nuestros clientes son personas. Y de la misma forma como una relación de amor empieza con un café, una charla, una cena, luego una caminata, un abrazo, y luego un beso, de la misma forma, hay pasos pequeños que contribuyen a afianzar la relación con nuestros clientes.

- A un prospecto no se le puede vender, hasta que sea indoctrinado
- A un prospecto no se le puede ascender a vender una segunda vez, si no hay una primera venta

Cuidando con detalle cada paso en el recorrido de tu prospecto contigo, puedes maximizar tus ganancias porque tu prospecto confía en ti, cada vez más.

Ahora, veamos cada una de las 5 etapas en detalle.

1. Indoctrinar - Ensénales quién eres

¡Felicidades! Tienes un nuevo lead. ¿Y ahora qué?

Tu primer paso es enseñarle a tu nuevo prospecto qué beneficio va a lograr estando en tu lista, quién eres y qué haces. Puedes enviar un solo email largo o enviar una serie de 2-3 emails cortos para cubrir varios temas.

Estas preguntas te pueden ayudar a escribir este tipo de email:

- ¿Quién eres?
- ¿Cuáles son tus valores?
- ¿Por qué haces lo que haces?
- ¿Por qué tu trabajo es diferente?
- ¿Qué pueden esperar de E y tu contenido?
- ¿Con qué frecuencia enviarás contenido?
- ¿Cuál es su siguiente paso?

2. Comprometer - Haz que completen su primera compra

Esta serie de emails de “compromiso” convierte a leads o prospectos en clientes y compradores. Estos emails hacen ofertas y su intención en vender.

Aparte de los emails iniciales de venta que presentan un curso, producto o servicio, todos los emails que se envían para recuperar ventas tras un abandono de carrito, o pagos fallidos, cumplen la función de comprometer a tu prospecto a que complete una compra.

Ahora que tu prospecto ha comprado, es hora de que compre más. Es hora de ascenderlo en tu ciclo de cliente.

3. Ascender - Haz que sigan comprando

En esta serie de emails es donde puedes maximizar tus ganancias.

Esta es una de las reglas más importantes de los negocios por internet: Por cada oferta que haces, siempre hay un porcentaje de clientes que quiere comprar más.

Es un grave error abandonar a tus clientes o compradores solo porque ya te compraron algo. Si tu producto o servicio es de calidad, ¡Tus clientes siempre van a querer comprar más de ti!

Si nunca has hecho una segunda oferta a tus clientes, es hora de pensar en un nuevo producto. Si ya tienes un segundo producto que ofrecer, entonces es hora de escribir un email que los asciendan a comprar más.

Aparte de ofrecer un segundo producto, otra forma de ascender a tus clientes es ofrecerles un descuento para su siguiente compra.

¿Qué haces si tus prospectos no responden a tus emails de compromiso o ascenso? Cambias el mensaje y la forma de transmitirlo.

4. Segmentar - Pregúntales qué es lo siguiente que quieren comprar

El propósito de los emails de segmentación es lograr que tus leads tomen una acción que los segmente y los envíe a una nueva campaña.

En estos emails, tus leads deben tomar acción en alguna de estas opciones:

- Hacer click en un botón
- Registrarse en un nuevo contenido
- Responder a una encuesta

Una vez lo hagan, automáticamente serán enviados a una nueva campaña que les indoctrine acerca de un nuevo tema, les haga una primera oferta o los ascienda.

La segmentación tiene un gran poder porque te permite enviar emails y contenidos personalizados según el interés de tu prospecto. Este nivel de personalización es lo que tus prospectos quieren. Muchas personas no compran porque se les ofrece un producto que ellos no quieren ni necesitan. Si ofreces un producto por el cual tu prospecto ya ha expresado interés, tus posibilidades de vender son mucho más altos.

No importa cuán agresivamente me quieras vender un producto, si este no me interesa, lo único que lograrás es que me salga de tu lista de emails.

Enviar un solo email de segmentación a tu lista, puede crear una cadena de ventas de todos tus productos.

5. Recuperar - Empiezan el ciclo de nuevo con otra oferta

¿Qué pasa cuando tus prospectos llevan un tiempo contigo y ya no abren tus emails? Si no haces nada, estás perdiendo dinero.

Es hora de ganártelos de nuevo.

Es hora de recuperar su atención.

Para recuperar la atención de tus prospectos puedes:

- Enviarles una oferta del 50%
- Enviarles una prueba gratuita de tu producto
- Enviarles un cupón de descuento
- Probar un tripwire (producto de bajo coste y alto valor)

1 - Ejemplos de Emails: Indoctrinar
Asunto: ¡Hola! Soy Eva - Te Regalo Mis Mejores Artículos y Audios

“Hola María,
Ya que estás aquí, quiero contarte cómo ayudamos a miles de personas en todo el mundo a renunciar al temor y abrazar su propósito.

Siempre perseguí el éxito. Tomé muchos riesgos y conté con suerte: obtuve la libertad de tiempo y dinero para viajar por el mundo, tal y como lo había soñado. Pero una vez alcancé el éxito como lo define el mundo, me di cuenta que en realidad quería **la felicidad y paz mental.**
Sólo cuando puse mi vida al servicio de los demás, me sentí viviendo mi propósito y conocí la felicidad. Entendí que **no importa cuánto logre ni cuanto dinero gane, no puedo ser feliz si las personas a mi alrededor sufren**. Este propósito Universal lo compartimos todos, sin importar nuestra profesión.

Quiero compartir contigo ideas, experiencias y resultados para que renuncies al miedo, encuentres la paz, disfrutes la felicidad, ordenes tus pensamientos y vivas mejor, logrando todo lo que quieres, incluyendo más dinero.

¿Cómo compartimos nuestro contenido?

Publicamos contenido fresco todos los días en Facebook, Twitter e Instagram. También compartimos una gran librería de recursos gratis.

Mis mejores artículos y podcasts, ¡solo para ti!

Cómo Renunciar al Auto-Sabotaje En Mi Vida. LEE MAS.
Cómo Sanar Tu Relación Con La Comida. LEE MAS.
3 Errores Letales En Tu Figura. LEE MAS.

RECUERDA:
No estás dañado, estás haciendo lo mejor que puedes, con lo que tienes. Cuando aprendes más, das más. Estos artículos, audios y recursos son una poderosa fuente de aprendizaje para cambiar tu vida del miedo al amor.

Con amor,
Eva.”

2 - Ejemplos de Emails: Comprometer
Asunto: Cómo lograr TODO lo que quieras en tu vida

“Hola Gina,
Hoy quiero regalarte los pasos indispensables para lograr TODO lo que quieras en la vida:

1. Debes tener claro lo que NO te gusta de tu vida.
2. Debes tener claro lo que SI quieres en tu vida.
3. Debes saber cuáles son las características de una persona que ya tiene lo que quieres (Disciplinada, constante, arriesgada, etc).
4. Debes programar estas características en tu identidad profunda.
5. Debes tener la valentía de PEDIR lo que quieres. El Universo no trabaja con contradicciones.
6. Debes tomar acción inspirada: responde a todos los impulsos y nuevas ideas que lleguen a tu mente.
7. Debes agradecer por adelantado por lo que quieres: "Gracias porque _____ ya viene en camino.”

Ya lo tienes.
Estos son los pasos exactos que he seguido en mi vida para tener todo lo que quiero. Recuerda, yo empecé igual o con menos que tu. Hoy vivo la vida de mis sueños, así que estoy calificada para darte estos pasos.

En el curso X nos encargamos de enseñarte los pasos 3 y 4: las características de la persona que quieres ser y cómo programarlas en tu identidad.

Aún estás a tiempo de unirte al curso, pero apresúrate: cerramos en pocas horas.
¡Ya deja de pensarlo y toma una gran decisión por tu vida!

Los estudiantes de X ya están dando grandes saltos en su programación mental en cuestión de días.

¿Cuántos años más vas desperdiciar buscando la respuesta que HOY está frente a ti?

¿Nos vemos dentro?
Besos,
Eva.”

3 - Ejemplos de Emails: Ascender
Asunto: 12 sesiones. 12 objetivos. 12 emprendedores ¡Únete hoy!

“¡Hola María José!
¿Llevas un tiempo trabajando en este sueño llamado "negocio digital" pero no avanzas lo suficientemente rápido?

¿Tu negocio se está convirtiendo en una fuente de frustración?
¿Experimentas confusión a menudo y ya has pensado en renunciar a tu proyecto?
¿Estás saturada de información, sistemas y "tácticas" de las que hablan los expertos?
Se exactamente cómo te sientes.

Por eso es urgente que hagas un alto en el camino y cambies por completo la forma de trabajar en tu negocio. Si no haces un cambio de inmediato, podrías llegar a final de año de la misma forma como estás ahora mismo. Si no estás avanzando, estás retrocediendo. ¡No podemos permitirlo!

Te presento una oportunidad única y especial:
Solo 12 personas trabajarán directamente conmigo en mi nuevo programa intensivo de coaching grupal. ¡Empezamos pronto!

IMPORTANTE:
Estás recibiendo esta invitación porque eres estudiante de X. El grupo de 12 miembros estará conformado solo por personas comprometidas como tu. Queremos ofrecer este programa primero a personas que ya han hecho el curso X, y de segundo, a miembros del Club de X.

Estoy segura que todos los 12 cupos serán vendidos. Ya 3 personas están esperando este anuncio para reservar sus cupos.

Será un honor para mi conocer tu proyecto y caminar juntos hacia un futuro brillante.
Yo te lo garantizo.

Abrazos
Eva.”

4 - Ejemplos de Emails: Segmentar
Asunto: Mis 3 mejores entrenamientos gratis ¡Solo por hoy!

“Hola Patricia,

Hace unos meses te uniste a mi lista de emails.

Es importante para nosotros poder servirte de la mejor forma. Queremos enviarte contenidos y entrenamientos que beneficien tu vida y tu negocio.

Por eso quiero preguntarte:
¿Cuál de estos entrenamientos gratuitos quieres ver en las siguientes 24 horas? Haz click en tu favorito:

1. Cómo hacer un cambio duradero en mi vida en los próximos 90 días
2. Cómo crear un programa de coaching saludable en mi día a día
3. Cómo empezar mi negocio digital desde cero

¡Genial!
En unos minutos recibirás el acceso a tu entrenamiento.

¡Feliz día!.

Abrazos
Eva.”

5 - Ejemplos de Emails: Recuperar
Asunto: Absolutamente TODOS mis cursos a MITAD de precio

“Hola Adriana,

Hoy tengo un regalo especial para ti.

Por las siguientes 24 horas puedes comprar TODOS mis cursos con el 50% de descuento.

Si, con este enlace directo puedes entrar a cualquiera de mis cursos por la mitad de precio. Sin códigos especiales. Sin cupones. Sin ningún requisito.

Fácil, rápido, directo y ¡A mitad de precio!

Esta es una oportunidad única que hago solo una vez al año.
Ya más de X personas han tomado ventaja de esta oportunidad y están subiendo de nivel en su vida y su bienestar. ¡No puedes quedarte atrás!

Accede de inmediato y escoge tu curso favorito con el 50% de descuento aquí:

SI, ¡QUIERO TUS CURSOS A MITAD DE PRECIO! >>> “.”

"Sigue estos pasos para crear mejores campañas de email marketing que muevan tus prospectos a la compra. Recuerda: entre más personas lean tu emails, más posibles ventas vas a tener."

6. Posts, publicaciones y redes sociales

La planificación anterior al anuncio de tu curso es imprescindible para crear expectativas y generar un interés que potenciarás en tu lanzamiento.

Tras crear tu **página de ventas de** tu curso, destripa cada parte en secciones de las que quieras hablar y compartir en forma de TEXTOS y FOTOS que creen interés. Crea un calendario post lanzamiento, durante el lanzamiento y post lanzamiento de tu curso.

Como ya tendrás creado **TU CLIENTE IDEAL** háblale a él de sus preocupaciones con su propio lenguaje, de su problema, de la solución que puedes aportarle, de tu experiencia personal, de las experiencias de tus clientes con tu curso o probadita.

Utiliza todos los medios de los que dispongas y todas las herramientas que dentro de ellos te ofrezca cada red:

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Email
- Presencial

7. Entrega y protege tu curso

- Si vas a ofrecer tu curso a través de tu web sin plataforma de escuela, protege con contraseña tus páginas del curso. También tus vídeos pueden estar protegidos en vimeo con contraseña.

- Si lo vas a ofrecer en tu web con plugin de plataforma escuela, crea el acceso a tu curso, incluyendo a los alumnos por sus emails para que sólo ellos puedan acceder.

- Si lo vas a ofrecer fuera de tu web, recuerda que éstas plataformas ofrecen protección de tu contenido:

1. **HOTMART**
2. **KAJABI**
3. **TEACHABLE**
4. **UDEMY**
5. **DOMESTIKA**
6. **COURSERA**
7. **LINKEDIN LEARNING**
8. **INFUSIONSOFT**
9. **WISHLIST**
10. **FB AULA VIRTUAL**

"Todo tu esfuerzo se convertirá en ventas e ingresos si te enfocas en satisfacer las necesidades de tus compradores"

8. Últimas recomendaciones muy importantes

La cantidad de apoyo que puedes ofrecer en tu curso va a depender de:

1. Tu disponibilidad de tiempo:
Si no tienes mucho tiempo para ofrecer apoyo, entonces no te comprometas a ello. En ese caso es mejor ofrecer un curso sin apoyo y a un precio más accesible.

2. La cantidad de alumnas que se inscriban:
Si sólo se inscriben 2-3 alumnas, entonces quizás es mejor que ofrezcas sesiones uno a uno que grupales. Tus alumnas recibirán apoyo personalizado y tu habrás invertido casi la misma cantidad de horas que si hubieras hecho apoyo grupal.

3. El precio que cobres por el curso:
Recuerda que se puede cobrar más por n curso con apoyo que sin apoyo. Generalmente hay un solo precio por el curso y un apoyo fijo para todos, sin embargo puedes probar a utilizar un sistema que funciona muy bien: 3 precios diferentes dependiendo del apoyo que se requiera. Entonces, el curso más económico no tiene apoyo, el intermedio tiene apoyo grupal y el más caro tiene una sesión individual más el apoyo grupal. En mi experiencia he tenido en todos los grupos una participación por igual en las 3 opciones, ninguna es más apetecible que otra, en realidad depende del presupuesto y el nivel de compromiso del alumno.

4. Apoyo vía email:
Beneficios: Es personalizado y el cliente queda más contento que sus dudas se responden directamente.
Contras: Requieren inversión importante de tiempo, entonces tienes que tenerlo presupuestado en el tiempo del curso y los costos.

5. Seguimiento después del curso:

El tipo de seguimiento que des en el curso depende mucho de ti, de lo que ofreces y del precio que cobras. Al igual que el apoyo es importante tomar en cuenta tu disponibilidad de tiempo y lo personalizado que quieras que sea tu curso.
Un tip para dar seguimiento: Crea una lista en Mailchimp de las alumnas de tu curso, luego al inicio del curso preprograma todos los correos que vas a enviar, incluyendo correos con preguntas de seguimiento. Te ahorrará mucho tiempo y tus clientes podrán responder y luego les das el seguimiento personalizado por tu lado.

6. Devoluciones y garantías:
Los cursos presenciales y online funcionan muy diferente a los productos tangibles en términos de devoluciones. No se suele devolver el dinero por productos digitales pequeños como ebooks pero sí en programas como cursos, de más duración y precio más elevado.

Puedes ofrecer garantías en talleres de la siguiente manera: Si el taller es de 3 módulos, entonces ofrece devolución de dinero si el cliente no está satisfecho después del primer módulo.

7. Evita la copia de tu curso:

Solamente hay una como tu. La forma en que tú enseñas, tus experiencias y la forma en que transmites el conocimiento es único. Por lo tanto, no pueden haber copias exactas jamás. Ahora, con eso en mente también te recuerdo que es importante:

1. Registra tu curso en la propiedad intelectual de tu país y consulta con un abogado para que todo el material que entregues por escrito sea registrado como un libro. Pregunta qué tan costoso es y si se puede hacer, dependiendo de qué tan importante sea para ti que no te copien. Y obvio, asume que ese material realmente pertenece 100% a ti y no que lo obtuviste de otras fuentes y buscas registrarlo

2. Siempre utiliza los audios en Soundcloud en privados y los videos de

Vimeo sin publicar en vimeo.com. Ponle marcas de agua a las imágenes y logos a los videos.

3. Practica la protección energética envolviendo tus cursos en una burbuja azul y verás como la vida te protege

4. Si te copian y no hay nada que puedas hacer.... déjalo ir y envía amor. Una cosa que he aprendido con los años es que TODO CAE POR SU PROPIO PESO.

5. Actualizaciones del curso:
Te puedes preguntar ¿Doy acceso de por vida al programa para que puedan repetir el curso cuántas veces quieren o solo lo pueden hacer una vez? ¿Les doy las actualizaciones del curso gratuitamente?
Realmente esto depende mucho de ti, lo único que tienes que tomar en consideración es el precio del programa y si el material cambia mucho entre cada curso. Por ejemplo, si tienes un menú nuevo cada vez que haces un programa de detox, entonces en este caso recomiendo que compren el programa cada vez que lo quieran repetir, porque estás invirtiendo mucho tiempo creando el contenido.
Si por otro lado tu producto tiene actualizaciones y crees que son importantes, entonces puedes dar acceso de por vida con actualizaciones.
También es importante tomar en cuenta que si tu programa se envía manualmente o tienes que actualizar claves y usuarios, cada vez que lo ofreces entonces considera el tiempo en tener que actualizar la página o las contraseñas dentro de tus costos.

9. Checklist del recorrido antes, durante y después de crear tu curso online

Lo recibirás en la MENTORÍA EXTRA de la Semana 4