

COURSE IT MATTERS

För dig som är konsult, coach eller säljer tjänster!

SKALA UPP DIN KUNSKAP

Skapa en lärprodukt som ökar frihet, inkomst och impact!

+ GRATIS SAMTAL

C ▶ **COURSE IT MATTERS**

Den här guiden har jag satt samman för dig som är konsult, coach eller säljer tjänster!

Den är för dig som vill skala upp och **sälja din kunskap smartare.**

Som vill slippa göra många vanliga misstag. Ja, misstag som även de bästa utbildarna gör online.

Min förhoppning är att du ska få svar på några av de frågor du har – men också få **svaret på frågor du kanske inte visste att du OCKSÅ behöver ställa!**

**Kommer du med?
Då kör vi!**



1. Nu är jag nyfiken på dig!

Vem är du?

- a) Inom vilket ämne är du verksam?
- b) Hur länge har du utbildat, coachat, konsultat?
- c) Hur många år har du varit verksam?
- d) Ser du dig främst som extrovert, introvert eller både och (mittimellan)?

Det här (och mycket annat) spelar roll när du ska flytta din kunskap till webben!



2. På vilket sätt utbildar du?

Vilka påståenden stämmer in på dig?

- a. Jag ser mig som coach, terapeut eller behandlare.
- b. Jag ser mig som konsult, kursledare eller handledare.
- c. Oftast pågår mina kurser en halvdag eller kortare.
- d. Oftast pågår mina kurser en halvdag eller längre.
- e. Jag har en metod, strategi, modell.
- f. Företrädesvis hjälper jag grupper.
- g. Företrädesvis hjälper jag individer.
- h. Visst, det är bra att kunna individualisera, men jag behöver inte finnas på plats i realtid exakt hela tiden!

*Jag blir så nyfiken
på vad du svarar!*



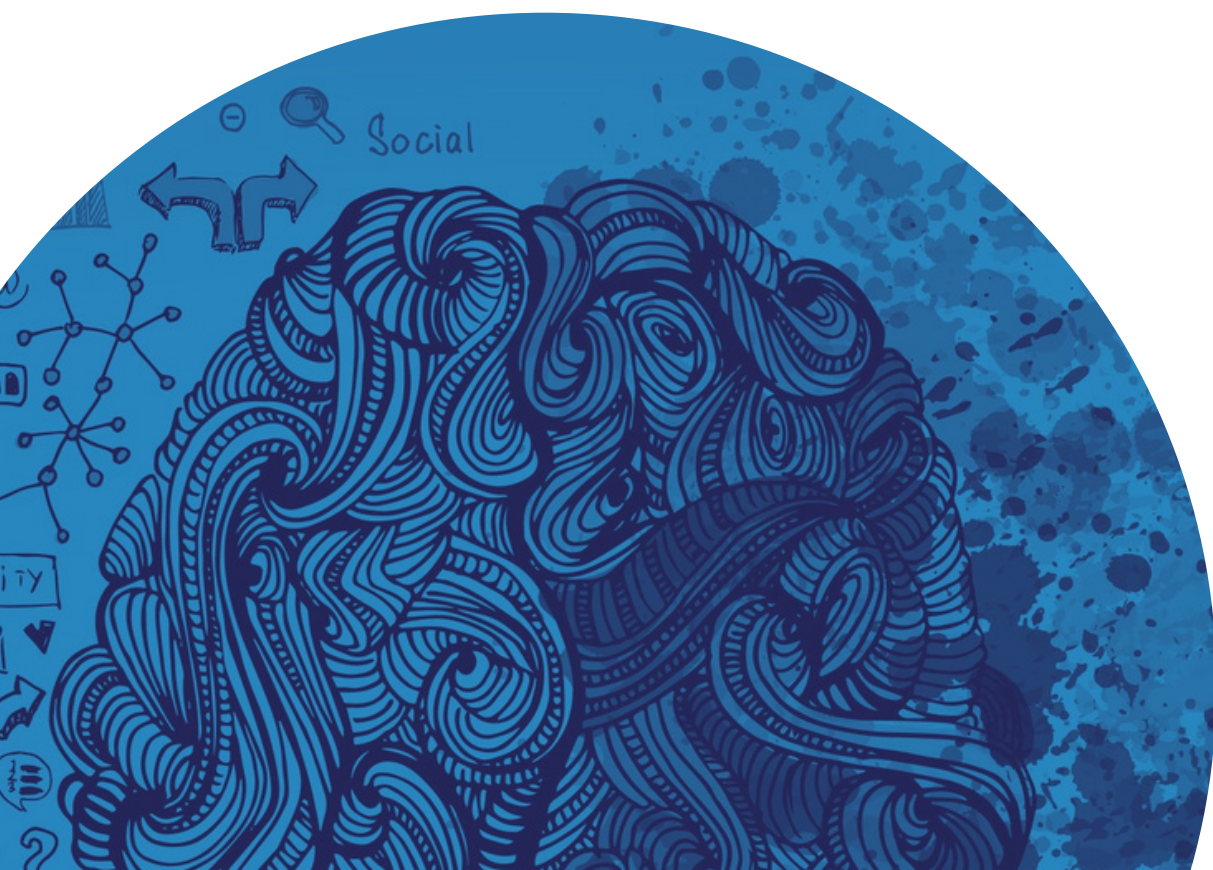
3. Varför vill DU gå online?

Vilka är dina till att du vill utbildas online?

Vissa är "missionärer" och vill gå online för att **sprida sitt budskap** till fler människor – med större kraft. De vill transformera liv.

Andra längtar efter **friheten** de får när de klonar sig själva. De vill få kontroll över hur de jobbar, när de jobbar och med vilka.

Medan andra lockas av att få en **skalbar resurs** som kan hjälpa fler kunder smartare – under en längre tid.



Har du
svarat
JA på
fler än
4 frågor?

I så fall har du hamnat rätt!



Scroller vidare!



Men varför du ska lyssna på mig?

Jag heter Ella Hellgren och har arbetat med utbildning offline och online sedan 2000.

Jag har hjälpt ett 50-tal bolag som TV4-gruppen, Domstolsverket, Arbetsförmedlingen, Skanska och Försäkringskassan att skapa **webbutbildning**. Ett av mina manus vann **silver för "Bästa eLearning"** på Swedish Learning Awards.

Jag har handlett blivande **Learning Designers** på branschens yrkeshögskola i 10 år.

Men redan 2012 fick jag till mig att **jag ska hjälpa experten "direkt" att bygga egna, riktigt bra onlinekurser**. *"För det finns inte tid för något annat"*.

Sedan dess har jag hjälpt **hundratals konsulter, kursledare och terapeuter att hjälpa fler människor, via sina egna onlinekurser**.

"För det finns inte tid för något annat."

4. Vilken onlinekurs är **SMARTAST** att börja med?

Mycket förenklat finns det två sorters onlinekurser: **Realtidskursen** och den **förproducerade onlinekursen**.

Realtidskursen sker LIVE ONLINE t ex via Zoom eller TEAMS. Realtidskursen kan du komma igång med snabbare och du slipper alltså delar av produktionsprocessen. För de allra flesta företagare är realtidskursen **klokast att börja med**.

Den förproducerade kursen har fördelen att den är mer automatiserad. Men här blir det mer produktionsjobb och den ställer betydligt **högre pedagogiska krav**. Du behöver ha koll på att du nyttjar film, ljud, bild och text på bästa sätt. Den förproducerade kursen är inte bara svårare att skapa utan också mer tidskrävande - men när den väl är klar är också "leveransen gjord" - en gång för alla.

Jag brukar tipsa att man först skapar en livekurs för att sedan - om man vill - förproducera delar eller hela. De flesta vinner på att **blanda LIVE med förinspelat**. Då uppnår man ofta bästa effekt.

P.S. Låt oss prata mer om detta när du

BOKAR GRATIS SAMTAL HÄR!



5. MEN är en onlinekurs den **BÄSTA** paketeringen för dig?

Bara för att många bygger onlinekurser idag behöver det inte betyda att en onlinekurs är den bästa lösningen för dig, dina kunder och ditt ämne.

Det finns många sätt att paketera sin kunskap på.

Här kommer några förslag:

1. skapa en text- och videobaserad **mejlkurs**
2. spela in **instruktionsfilmer** och lägg upp på din hemsida, Youtube eller Vimeo.
3. erbjud en **interaktiv PDF** som till exempel checklista, steg-för-steg-manual, recept, Q&A.
4. erbjud **masterminds** via Zoom.
5. **utbilda** och **coacha** live via Zoom.
6. erbjud ett **medlemsprogram** (som också är en variant av en onlinekurs som många av mina kunder landar i.)

Nyfiken på vad de olika alternativen innebär?
Läs mer i bloggen här!

6. Men, visste du att många onlinekurser inte funkar?

Ja, du läste rätt!

Idag klarar nästan vem som helst att bygga en onlinekurs. Vem som helst kan "slänga ihop" en kurs, **men det är inte alla som lyckas bygga en kurs som ger riktiga resultat!**

Din onlinekurs ska

1. lösa kundens problem
2. skapa lust och engagemang
3. ge dig ett friare arbete och liv.

Ändå klarar bara c:a 5 % av alla onlinekurser det här.

Det betyder att c:a 95 % (av olika skäl) inte klarar jobbet! Och så kan vi ju inte ha det!

Jag har varnat för dåliga onlinekurser sedan 2012. Min mission är att du ska bygga en kurs som inte bara fungerar, utan som **KLARAR att förändra liv - både dina kunders och ditt eget.**

På riktigt.



Orsakerna är förstås många. Men allt för ofta är onlinekursens kvalitet den stora boken!

Av och till får jag höra
erfarna kursledare säga:


**"Men hallå...att utbilda online
är väl ungefär som att utbilda
offline!"**

Eller:

**"Det är väl bara att
flytta min vanliga kurs
(som jag vet funkar)
till en digital plattform?"**

Men tyvärr är det
inte riktigt så.

Scroller vidare så kommer det
snart svar på hur du
undviker detta.



Eller så får jag höra
kursledare säga:

**"Jag skapade fel kurs! Jag insåg för
sent att jag utgick från fel
kursidé."**

Eller:

**"Jag byggde en produkt som inte
passar mig, min buiness eller
kunderna jag hjälper."**

Det får inte hända dig!

Keep scrolling!



Din kurs ska bli den pusselbit ditt företag behöver

Nu vet du att man kan bygga "fel" lärprodukt. Eller åtminstone inte den mest optimala!

Det är lätt att bygga en onlinekurs, men det är svårare att bygga den **digitala pusselbit** som passar just dig, dina kunder och din business.

Många av mina av mina kunder kommer med en idé som de vill digitalisera. När de sedan jobbat ett tag med mig kommer många fram till en annan, **mer integrerad lösning** som bättre stämmer överens med den verksamhet de vill driva och **det liv de vill leva.**

Det önskar jag även dig.



“

"Och jag som trodde att kursidén var "klar" när jag köpte programmet ..! Men NU är jag på banan igen efter att tänkt om.

*Under din första delkurs fastnade jag i tanken om vilka som är min kunder och vad deras **verkliga behov** är. Det ledde till att jag **omprioriterade** och startade ett projekt med mål att bli certifierad februari 2022.*

Det här känns toppen!"

Jag får så ofta höra varianter på det här.



“

Christian, Legitimerad Kiropraktor:

*"Jag trodde att det bara var att **sätta igång** och så skulle jag ha en **onlinekurs om ett par dagar**.*

För jag skulle ju bara prata om det jag redan kan och vet!

*Men idag fattar jag att det krävs en **strategi - att man gör A, B, C, D - i steg** och att det är en massa information. Det var lite förvånande. Nu vet jag att det är så **många olika områden man behöver lära sig!**"*



7. Har du rätt onlinekursidé?

P.S. Det här är något vi jobbar mycket med i Webbkursprogrammet. Du behöver inte ha tänkt klart innan du börjar jobba med mig.

Testa din idé i checklistan.



Löser din kurs ett tillräckligt angeläget/smärtsamt problem?



Kan och vill kunderna betala för din lösning?



Passar din kurs in i det du redan är känd för? Passar idén in i ditt övriga utbud?



Finns det minst 10 000 personer i den målgrupp du har valt? (Det räcker för att din kurs ska kunna bli lönsam.)



Är din idé tydligt avgränsad och specifik? Vet kunden tydligt när hen nått målet?



Går det att vinkla din lösning och göra den mer unik? Kan du göra så att den sticker ut från andras erbjudanden?



Tycker du att kursidén är rolig och intressant? Du kommer att lägga mycket tid på att jobba med den.



Är du beredd att investera en hel del tid på att producera, marknadsföra och leverera din nya produkt?



Bryr du dig MYCKET om dina kunder och vägrar du att kompromissa om att **de ska lyckas**?

Vill du utforska vilken idé som blir bäst för dig? Låt oss påbörja processen. Boka ett gratis samtal här!

8. Checklista: har du den utrustning som krävs?

Dator 01

Du måste förstås ha en dator. De flesta klarar sig på sin laptop som de redan äger.

Kamera

Du kommer långt med din smartphone. Med den kan du filma filmer där man ser (och hör) dig berätta och visa.



Stativ 05

Skaffa till exempel ett JOBY Gorillatripod eller ett vanligt kamerastativ.

- Från 200 kr och uppåt •

Redigeringsprogram 06

Använd till exempel iMovie, Screenflow (Mac), Premiere Elements Camtasia (Mac + PC) med flera.

- Pris: 0-2200 kr •

02

Post-it-lappar



Det finns flera digitala boards för att ordna innehåller i din kurs. men du kommer långt med post-it-lappar. Du behöver ordna avsnitt, lektioner och aktiviteter. Här använder jag min **modell som är skräddarsydd för ett vuxet lärande online** (CiM-metoden).

04 Mikrofon

Komplettera gärna din smartphone med en bra mygga: Røde smartlo+ eller Røde Lavalier är bra och prisvärda.

- Från 500 kr och uppåt •



CURSE IT MATTERS

Lärplattform

Idag finns det väldigt många plattformar att välja mellan. Det finns plattformar anpassade för olika målgrupper, för olika onlinekursformat, olika budgetar och olika yrkesroller. (På nästa sida får du min checklista över vad du behöver tänka på när du väljer plattform.)

- Pris: från gratis och uppåt. •

9. Hur vet du att du valt rätt plattform?

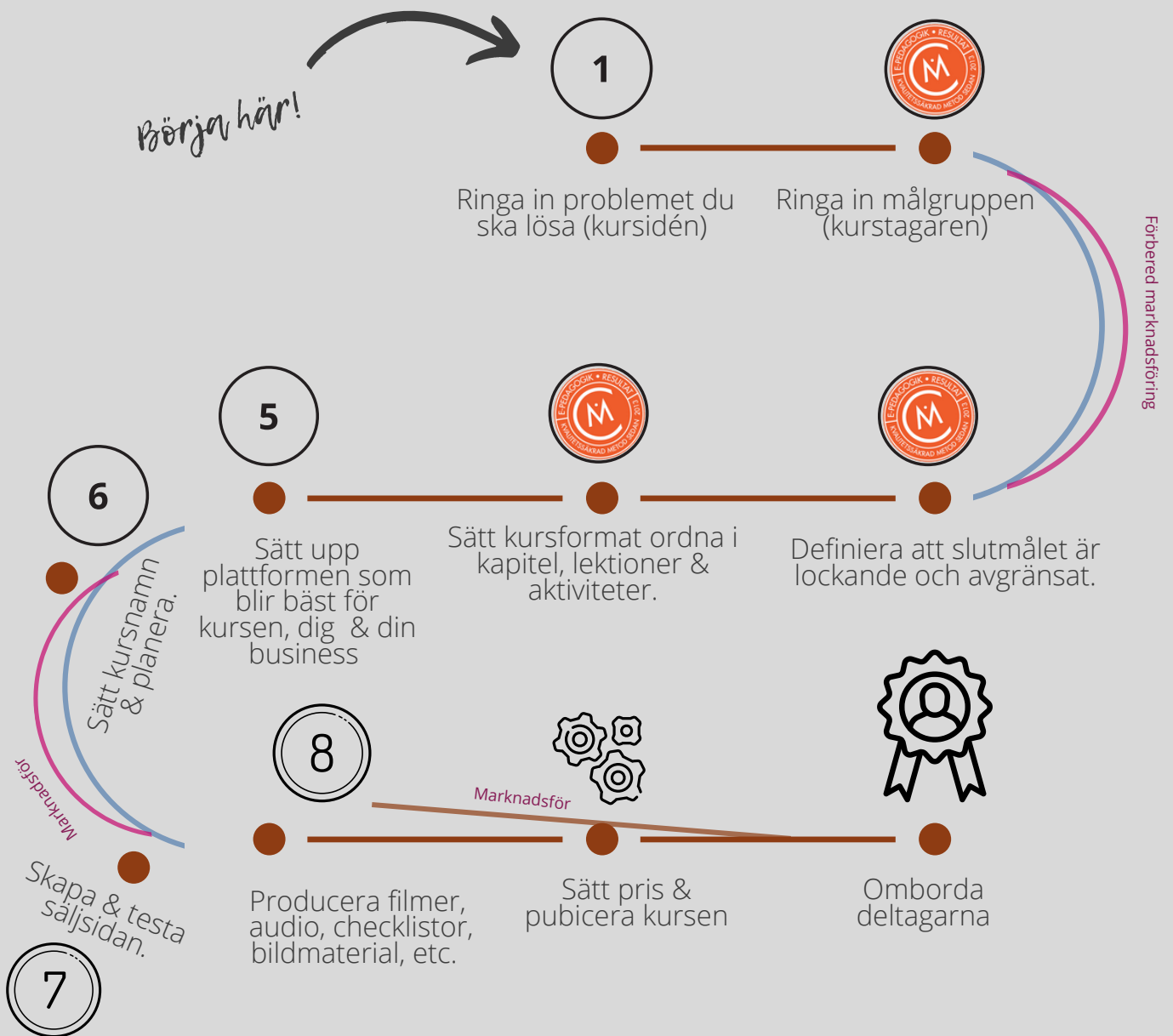
Det här frågan får jag ofta: vilken plattform är bäst, vilken rekommenderar du.. och så vidare. Men den plattform som blir bäst styrs ditt ämnes karaktär, av deltagares behov, dina tekniska förkunskaper, din budget och ditt sätt att jobba – för att bara nämna något.

Men oavsett bör din plattform ha:

- fokus på **kurstagarens upplevelse**
- ett snyggt och intuitivt gränssnitt.
- Vara **prisvärd** (rimlig månadskostnad)
- Vara **gratis** så länge du producerar
- Förvara ditt content tryggt & **säkert**
- Ha en snabb och kunnig **support**
- Ha ett EU-anpassat **betalsystem**
- Erbjud ett **socialt** lärande/community
- Hålla sig i bränschen, ständigt utvecklas.
- Grafisk profilanpassning

[Få fler råd om plattformar här!](#)

10. Vet du i vilken ordning du tar varje steg?



Men du, börja **ALDRIG** med tekniken eller formatet

Snälla, vänta med tekniken. Om du kan, pausa tankar på plattformar, verktyg och utrustning ett tag. Vänta med att fundera på vilken filmutrustning, var du ska filma, vilket upplägg och format du ska ha.

Börjar du där är risken stor att du skjuter snett... och **förlorar en massa tid och pengar.**

Det är svårt jag vet. Man vill gärna ha svar på det här... för att förstå, kanske är man lite otålig och vill komma igång.

På nästa sida introducerar jag några av de frågor du **MÅSTE** besvara innan du sätter igång.

I varje fall om du vill skapa en riktigt bra onlinekurs.

P.S. tekniken (och formatet) brukar falla på plats om man gör rätt från start. På nästa sida får du veta var i processen du kan börja fundera på detta.

11. Har du koll på vad dina kunder behöver och vill ha?

Du vet att du är bra. Du känner dina kunder väl. Du vet vad de har problem med.

MEN, hur länge sedan var det du verkligen **frågade vad de längtar efter och behöver?**

Alltså, när ställde du följdfrågor och lyssnade aktivt senast? Nu, när du ska bygga en NY produkt behöver du ställa NYA frågor för att få meningsfulla svar.

För det är i kundens behov vi kan hitta **fröet till din mest attraktiva och lönsamma kursidé.**

Snart får du tips på hur du börjar rätt från start.



“

Carina, coach sociala medier:

*"Min tanke från början har blivit något helt annat. Nu skapar jag något som ingen annan har – **jag har blivit o-kopierbar.**"*

Anneli, shaman och certifieringsledare:

*Jag har hittat formen – en **helt annan form.** Min tidigare kurs har blivit ännu mer professionell – det känns otroligt bra!"*

Pia, författare, varumärkesledare:

*"Tack för en underbar aha-upplevelse. Jag har verkligen fått **flera nya sätt att jobba tillsammans med mina kunder på.**"*



12. Du har väl anpassat ditt content till webben?

Du vet att du är bra på det du gör. Du har utbildat länge. Ändå går det inte att bara flytta ditt content till webben. Du måste jobba med några av de här frågorna först.

13. Har du ringat in en specifik målgrupp?

Tänker du att du kan hjälpa "alla" med ditt ämne? Då kanske du blir förvånad att höra att du kommer att kunna hjälpa många fler om du urskiljer ett smalt segment ur din målgrupp. Ja, så är det. Om du väljer ut ett segment ur din målgrupp kommer du att kunna nå fler. Tilltalet i i din kurs blir tydligare och det blir lättare att lägga kunskapen på rätt svårighetsnivå.

14. Vet du vilket innehåll som *måste* med?

Det största misstaget många (nästan alla) gör är att ta med för mycket information. Man fyller kursen med alldeles för mycket information. Ofta är det bra information. Man vill vara generös och ge mycket värde.

Men att ge en massa information är inte samma sak som att ge värde. Att ge värde är att GE RESULTAT.

Om du vill lyckas hjälpa med din onlinekurs måste du utgå från ett tydligt avgränsat problem och **BARA ta med den information som måste vara med** för att kunna lösa det specifika problemet.

ALLTSÅ: ta bara med den information som måste vara med – inget annat. Hur frestande det än kan vara. Det här är lättare sagt än gjort, men jag lovar att det går.

P.S. Här har jag min CIM-metoden som är skräddarsydd för ett ruxet lärande på webben. Den hjälper dig att begränsa och skapa en interaktiv, engagerande kurs - enklare. Vill du veta mer? Läs mer här!

15. Vet du vad dina kunder *vill ha*?

Sorry to say, men dina kunder är inte intresserade av din metod eller din information. De skiter högakttningsfullt i den. Det enda de vill är lösningen på sitt problem. Och de vill få den snabbt och enkelt.

Din utmaning är att förenkla, förenkla och förenkla... så att dina kunder snabbt och enkelt löser sitt problem.

16. Vet du hur du nyttjar det digitala mediet?

Allt för många bygger en **bok på burk**. Eller en podd. Man nyttjar inte mediets möjligheter och använder nästan bara text. Eller prat. **Gör inte det.**

Använd det medium som är bäst för varje sorts content. Du kan välja mellan ljud, text, video, interaktiva frågor och aktiviteter. Vad gäller video kan man säga att det finns två olika sorter. Man kan se dig prata till kameran eller så hör man din röst samtidigt som man ser bilder, ungefär som powerpointbilder.

Blanda gärna offline med online: blanda förinspelat med med 1:1 handledning och lärande i grupp. Ja, som du hör, jag pratar generellt. Det finns mycket att säga om det här.

17. Kan du avsätta tillräckligt med tid?

Vissa tror att det är svårt att bygga en egen kurs medan andra tänker *"Men, hallå, hur svårt kan det vara!"*

Båda har rätt och båda har fel.

Det är både enkelt och svårt – men först och främst är det väldigt **MYCKET**. Det ofta mycket att lära sig och mycket att utföra.

Många missar att det tar tid att bygga en (riktigt bra) onlinekurs.

Räkna med dubbelt så lång tid som du trodde... och multiplicera sedan med två. Då kommer du närmare sanningen. Men du behöver ju inte göra allt på en gång! Kan du använda en dag i veckan så har du tillräckligt med tid och momentum för att komma i mål inom en rimlig tid.

(Men det finns också många, många tricks som snabbar på, förenklar och kvalitetssäkrar processen! Boka ett samtal så kanske vi kan hitta en lösning för dig!)



ONE SIZE DOES NOT FIT ALL

Samma storlek passar inte alla - vare sig det gäller skor eller onlinekurser.

Den lösning som passar ALLA finns inte.

Det som passar din kollega blir inte nödvändigtvis det bästa för dig och ditt ämne.

Det här gäller val av plattformar, marknadsföringsstrategier och kurskoncept - **det finns inte EN standard för hur du kan ta din expertis online.**



Här kommer en vanlig fråga:

vilket pris kan jag ta?

**Hur vet jag att jag inte
sätter för högt eller för
lågt pris?**

På nästa sida får du några svar.



18.

Checklista: Vad kan din onlinekurs kosta?

PRIVATKUND/FÖRETAG

Vanligtvis kan du ta ett högre pris till företagskunder än till privatkunder.

SPECIFIK/ALLMÄN

Ju mer specifik lösning du ger	9.00
desto högre pris kan du ta.	11.70
	8.60

STAND ALONE/LIVE

Hur mycket individuell tid får deltagaren med dig? Ju mer live-tid (i grupp eller 1:1)	9.00
desto högre pris bör du ta.	7.70
	5.60

NY/ERFAREN

Ju mer erfaren och erkänd du är desto högre pris bör du kunna ta.	9.00
	10.70
	11.60

MODELL/STRATEGI/METOD

Har du utformat en unik metod som är väl beprövad? Då kan du förmodligen höja priset.	11.00
Grilled Tenderloin	10.70
	9.60

LÅGPRIS/HÖGPRIS

Generellt är det mer lönsamt att sälja en högprisprodukt.	12.00
Bland annat beror det på att kostnaden för marknadsföring är det samma oavsett kursens slutpris.	13.70
	10.60



19. Vilka frågor saknar du?

Nu har jag svarat på många vanliga frågor som jag ofta får. Men har du fler frågor som du vill får svar på?

Hur börjar jag?

Hur kan jag slappna av och vara mig själv framför kameran?

Alltså, jag VET vilken utmaning det är att marknadsföra och synas! Hur gör jag?

Kommer det att löna sig för mig?

Jag har sån tidsbrist... När kan jag avsätta tid och prioritera det här som jag vill så mycket?

Jag har fattat hur svårt det är att skapa en engagerande kurs. Hur gör jag?

Det finns redan så många onlinekurser i mitt ämne! En till behövs väl ändå inte?

Hur ordnar och strukturerar jag innehållet?

Vilken teknik ska jag satsa på?

Vad mer borde jag fråga som jag inte vet att jag borde fråga?

P.S. Du hittar flera svar i min blogg. Men vi kan också prata om just dina frågor om vi ses för ett samtal!

20. Redo att undersöka vilken onlinekurs och strategi som passar dig?

Boka ett gratis samtal här!

Till exempel kan vi undersöka vilken paketering som passar dig och ditt ämne, vilket pris du kan ta och vilket ditt bästa, nästa steg är.

Och om du vill jobba mer med mig, och om jag tror att vi blir en bra matchning, så bjuder jag gärna in dig till någon av mina tjänster eller produkter.

Samtalet är till 100% gratis och förbehållslöst! No worry!

Tid: c:a 25 minuter.

BOKA DITT SAMTAL HÄR!

Här får du veta
varför jag gör
det jag gör!

Klicka här!



En vintrig dag på stranden utanför Visby 2012 fick jag till mig att jag skulle hjälpa företagare som dig...

Här får du veta vad som hände – och varför jag tror att det är så **viktigt att du kommer igång med att hjälpa fler** människor online.

JA, DÅ VAR GUIDEN SLUT

Du vet väl att:

**din kunskap behövs.
Det finns många människor
därute som letar efter
din kunskap!**

*Ella I Hellgren
elearningspecialist
Course it matters*

BOKA DITT SAMTAL HÄR!

Gratis!

