

CREA TU
CURSO *Online*

EN 4 SEMANAS Y AUNQUE NO TENGAS WEB

Semana 2



www.evajorda.com

SEMANA 2

1. Mapas mentales: organiza todas tus ideas
2. Estructura de tu curso: Nombre persuasivo, duración, precio, tipos de entrega, secciones, recorrido clientes
3. Formatos para los contenidos
4. Herramientas para grabar los contenidos
5. Artes gráficos
6. El mejor consejo de creación del curso

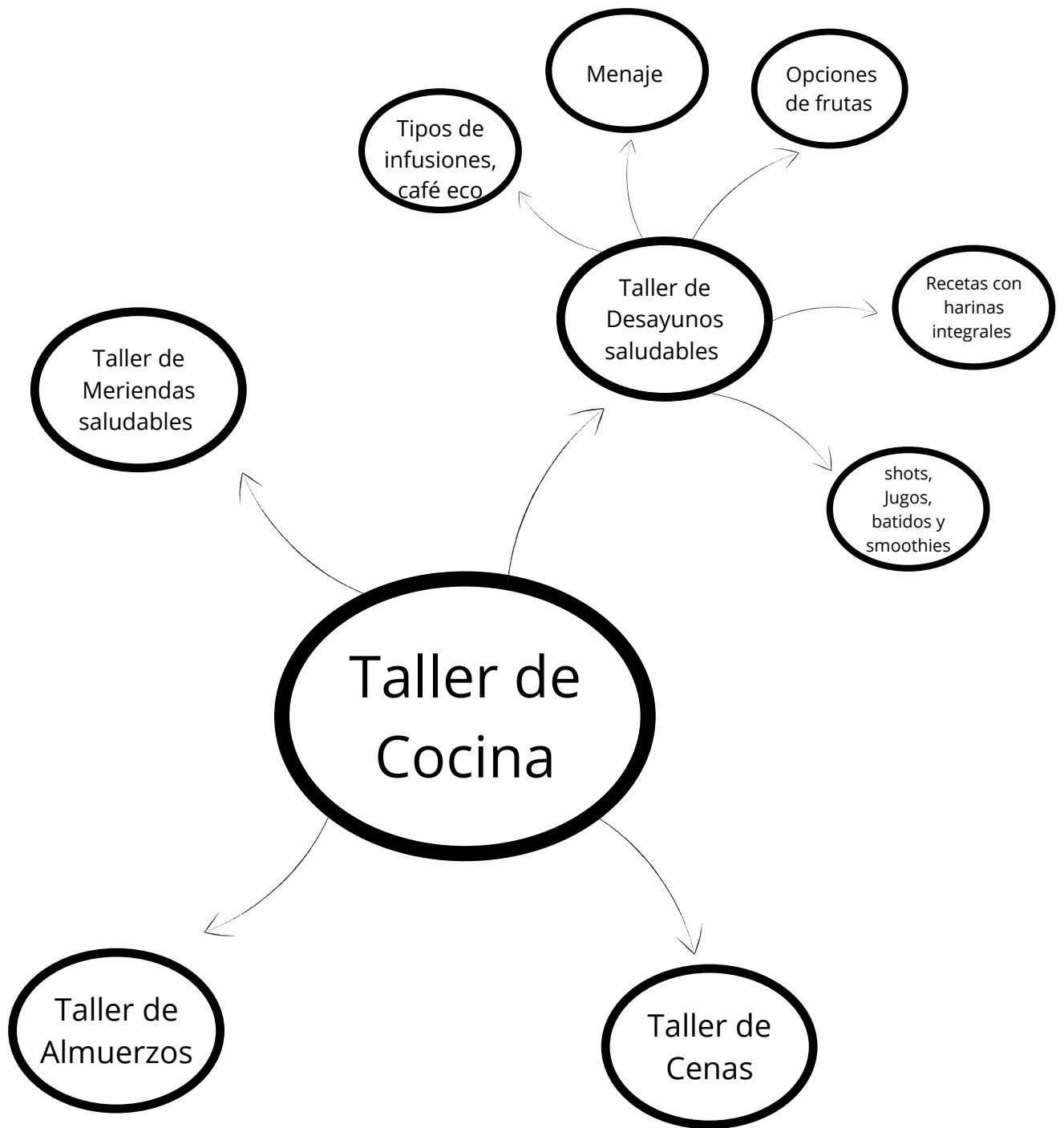


1. Mapas mentales: organiza todas tus ideas



Para crear mapas mentales:

1. Usa un hoja de forma horizontal
2. Determina el tema o el nombre del curso que quieres realizar y colócalo en un círculo al centro de la página. Puedes empezar por desarrollar el curso de mayor visión o concretar en el pequeño que quieres realizar. Ejemplo: Curso de Cocina y desarrollar todos los subcursos o subtalleres que desarrollarías o directamente con un Taller de de desayunos saludables.
3. Alrededor, y dentro de círculos más pequeños, escribe todos los temas que quieras incluir en tu curso, relacionados con el tema central del curso. Siguiendo con el ejemplo anterior puedes poner: Menaje necesario para preparar desayunos saludables, tipos de alimentos para prepara las recetas, técnicas más sanas, recetas ya creadas, etc
4. Luego, una vez hayas acabado todas las ideas que te gustaría enseñar en tu curso y que tus alumnos o clientes aprendieran, ahora dales un orden para establecer el índice del temario, el orden en que aparecerán las lecciones...etc Únelos con flechas o líneas





2. Estructura de tu curso: Nombre persuasivo, duración, precio, tipos de entrega, secciones, recorrido clientes

- **NOMBRE PERSUASIVO**

Evitar en lo posible nombres y siglas que no se entiendan o muestren claramente el propósito del curso de forma clara. Evita palabras técnicas que nadie entienda. Una vez dentro del programa, al alumno o al cliente se le puede enseñar éstos tecnicismos. Un ejemplo de claridad es TALLER DE COCINA SANA: Aprende a cocinar en familia en 3 semanas y sin ser experto. Anuncia el nombre del taller, el beneficio, en cuanto tiempo y destruye una objeción (no hace falta ser experto en cocina para apuntarte al taller).

- **DURACIÓN DEL CURSO**

Si nunca antes has realizado un curso, comienza por los pequeños, sin perder de vista la visión de un curso más grande. Algunas ideas para determinar la duración de tu curso son:

- ◆ 7 días o de 7 a 12 lecciones: ideal para mini-cursos, poco contenido, que no requiere seguimiento a futuro o cuando tienes que guiarlos a diario, por ejemplo un detox. Este tipo de cursos solucionan algo puntual.

- ◆ 14- 21 días o de 4 ó 5 módulos, unas 20 lecciones: ideal para programas con contenido que se debe implementar y ver resultados con más tiempo, por ejemplo cambio de hábitos o un programa como este, que provee de pasos claros y concretos.

◆ 3-6 meses, sobre 8 módulos y más de 40 lecciones: ideal para programas que dan mucho apoyo personalizado o en grupo. Programas de este largo requieren contención para que el alumno no lo abandone pronto. Aquí compartes un método, un sistema, tu marca propia como éste curso, Experta en Détox...

- Para determinar la duración de tu curso es indispensable saber cuánto tiempo tardarán en implementar tus enseñanzas y comenzar a ver los resultados tus clientes o alumnos.

Factores a considerar:

1. ¿Cuánto tiempo tardará el cliente en llegar a la meta del programa? Por ejemplo, si tu programa está diseñado para cambiar de hábitos, entonces en 3 días eso no se logrará. Pero, sí puedes hacer un protocolo de detox en 3 días exitosamente.

2. ¿Por cuánto tiempo estás dedicada a dar apoyo a los alumnos? ¿Ofrecerás llamadas en vivo o grupo de Facebook? ¿Cuál es tu horario y disponibilidad de tiempo?

3. Si divides el contenido que tienes en módulos de 1-2 horas, ¿cuántos módulos te salen? ¿Estás dispuesta a ofrecer el curso en esa cantidad de módulos?

Cada curso es diferente y por lo tanto tendrá una estructura muy diferentes a otros cursos. Guíate por tu experiencia y por la meta de tu alumno.



- **PRECIO**

El bonus de esta semana 2, incluye una orientación para que puedas poner precio a tu curso.

- **TIPOS DE ENTREGA**

Puedes ofrecer tu curso como:

- Todo de una vez si es un curso muy pequeño donde no hay seguimiento
- En varios días, dejando algunos entre medias para que lo aprendan, lo practiquen y lo integren
- En semanas, abriendo cada una módulos o lecciones
- Mensuales, cada mes entregas las lecciones

- **SECCIONES: ESTRUCTURA Y CONTENIDO**

Opciones para la estructura básica de tu curso:

- Módulos, secciones, Partes
- Lecciones
- Plantillas/Formatos editables
- Bonos exclusivos
- Comunidad o grupo de Facebook
- Sesiones en Vivo
- Servicio Premium de acompañamiento personalizado



PARTE 1:

¿CÓMO ATERRIZAR TODOS TUS CONOCIMIENTOS EN UN CURSO?

1. ¿Cómo se quiere sentir tu alumno o cliente? ¿Qué necesidad tiene, qué le preocupa y cómo tú le puedes ayudar?
2. ¿Cuáles son los pasos para sentirse así? Escribe TODO
3. ¿Cuántas lecciones me salen de todo ello? ¿En cuántos módulos las puedo organizar? ¿Puedo unificar temas en una misma lección?
4. ¿Tengo tips y trucos para acelerar un resultado, ahorrarle tiempo a mi alumno o cliente, o para que llegue más lejos?



PARTE 2:

¿CÓMO ATERRIZAR TODOS TUS CONOCIMIENTOS EN UN CURSO?

1. ¿Tengo errores a evitar o cómo supere desafíos que aparecerán en su camino?
2. ¿Tengo respuesta para las 10 preguntas más frecuentes? Está muy relacionado con conocer a tu cliente ideal para este curso, descubrir sus necesidades y temores y responderlas en 10 preguntas, por ejemplo.
3. ¿Puedo crear una ayuda visual como mapas, estructuras o secciones?
4. ¿Puedo crear un formato o plantilla editable?
5. ¿Puedo crear un calendario para guiarle en los tiempos estimados?



PARTE 1:

EL CAMINO EDUCATIVO

- Empieza por su situación actual de tu alumno o cliente
- Porqué tiene los resultados que tiene
- Los primeros pasos básicos
- Qué esperar tras los primeros pasos básicos
- Errores a evitar
- Retos que enfrentará y cómo superarlos
- Ejemplos de tu vida o de clientes

PARTE 2:

EL CAMINO EDUCATIVO

- Ponte en la situación actual de tu cliente/alumno
- Pide a un amigo que revise la estructura de tu curso y te de feedback para ajustar
- Explica todo de forma sencilla y clara
- Acompaña con frases motivadoras
- Da ejemplos



TIPS CREATIVOS para que te resulte más fácil crear contenidos, artes, etc

- ¿Qué necesidad tiene mi cliente?
- ¿Cómo se quiere sentir?
- ¿Cuáles son los pasos para sentirse así?
- ¿Cómo puede lograrlo con poco o más presupuesto?
- ¿Cómo puedo yo ayudarle a ello?
- Observa el mercado, observa a tus seguidores, clientes, alumnos... qué necesidades ves? crea un curso uniendo lo que sabes, con las necesidades y crea algo diferente que tenga un plus tuyo



- **SECCIONES: ESTRUCTURA BÁSICA DE UN CURSO**

MÓDULO 1

CLASE 1

CLASE 2

CLASE 3

MÓDULO 2

CLASE 4

CLASE 5

CLASE 6

MÓDULO 3

CLASE 7

CLASE 8

CLASE 9

BONO 1**BONO 2****PLANTILLA 1****PLANTILLA 2****SESIÓN EN VIVO 1****SESIÓN EN VIVO 2****OPCIÓN GRUPO PRIVADO: EN FACEBOOK, WHATSAPP...**

- **RECORRIDO DEL CLIENTE**

El curso tiene que ser estructurado de tal forma que lleve a tus clientes de un punto A a un punto B, donde tú conoces el camino y destino final de lo que ellos desean lograr.

Tú propones las lecciones, herramientas y ejercicios para que lo aprendan, por ello, establece un mapa para que tanto tú como ellos, os organicéis.

Muchas veces tenemos exceso de ejercicios y recomendaciones que queremos dar. Es importante establecer prioridades, por ejemplo decidir cuáles ejercicios o pasos son indispensables que tu cliente haga en el recorrido.

Te recomiendo enseñar estos pasos en la primera mitad de tu curso, así tienes bastante tiempo más adelante para recordarles la importancia de ese paso y darles más herramientas en caso que no lo hayan podido implementar.

Diseña tu curso como un mapa, míralo primero como una visión global de todo el camino: Dónde estás, dónde quieres llegar y cómo vas a llegar allí. Luego puedes ir incorporando los pequeños pasos y sugerencias o herramientas que te llevarán al destino final.



• **RECORRIDO DEL CLIENTE**



3. Formatos para los contenidos



AUDIO

- 8-12 Lecciones
- 10-20 minutos la duración de cada lección
- Lo ideal es que el cliente tenga acceso inmediato al curso en cuanto pague
- El precio que puedes cobrar por un curso en audio puede ir desde 19'99 a 29 dólares o euros.
- Con un workbook o pdf, puedes subirlo a 29 o 39 dólares o euros.

VÍDEO

- Grabados con pantalla y presentación, donde sólo se escucha tu voz.
- Grabado directos a cámara
- Mixtos: directo a cámara, con una pantallita lateral y con la presentación también a la vez
- El rango de precio dependerá de la especialidad que vayas a compartir. Si es algo que va a generar mucho beneficio a tus clientes, puedes cobrar un poco más, por ejemplo EXPERTA EN DÉTOX. Si va a ser un curso más pequeño, menos videos, y más para mejorar a nivel personal y no tan profesional, debes moderar el precio.

PDF

A través de word o canva que permite crear diseños más atractivos para que el cliente aprenda sin cansarse

4.Herramientas para grabar los contenidos



AUDIO:

- Lo puedes grabar en tu móvil, con o sin micrófono (éste último puedes adquirirlo por 12€-14\$ en el mercado) y luego subirlo a plataformas de audio como Soundcloud.
- También puedes grabar tus sonidos en plataformas como Voice Record, Zoom, Recorder para Skype, Garageband para Apple, Audacity para windows, Anchor... y luego los almacenamos en Soundcloud en versión "privada" (es gratuito hasta cierto peso pero luego es muy económico) o en "público" si quieres regalar la primera lección, por ejemplo..
- En mi caso, utilizo MOVAVI de pago para grabar y mezclar audios con música y voz, vídeos con música y voz. Se paga una sola vez, sobre 50 euros y se te instala en el ordenador.
- Utilizo música para determinar si es un podcast o si quiero que ese curso tenga una melodía en particular y la descargo gratuita de la biblioteca de audios de Youtube o la compro en Audiojungle.

Lo más sencillo de grabar un curso en audio es:

- Grabar la lección en el grabador de tu móvil
- Enviártelo por email o pasarlo al ordenador con un cable

- subirlo a Soundcloud en privado y con un arte

VIDEO En vivo:

Puedes realizar cursos en vídeo en vivo a través de tu móvil u ordenador e impartirlos directamente en grupos privados o Zoom para tus clientes. Luego puedes mandarles la grabación en vídeo o sonido si lo haces en Zoom o se queda grabado en el grupo privado si es a través de Facebook. Impartir curso en vivo es más sencillo pero también no te permite cobrar tanto, pero es una buena manera de empezar cuando no dominas programas, edición, etc

VIDEO grabado:

- Puedes grabar las lecciones de tu curso en vídeo con la misma cámara del ordenador, directamente en zoom o programas internos de cámara que disponga el ordenador. También se pueden grabar con cámaras más profesionales pero también con tu móvil. En éste último, hazlo en horizontal para que luego te pueda servir como vídeo. Sólo utiliza vertical para las redes como facebook o Instagram.
- Puedes preparar una portada para tus vídeos con el logo de tu curso, la lección y el tema, creándolo en canva en "presentaciones" que será el tamaño adecuado para portadas de vídeo. Tanto en Youtube como en Vídeo puedes poner estas portadas.



- Los VÍDEOS los podemos subir a VIMEO que queda más profesional, con varias opciones para que no se vea públicamente y dispone de un cierto número de subidas gratuitas.
- Ó en YOUTUBE como "privado". Ambas plataformas tienen sus enlaces para compartir en tu ebook o página web (Se llama Embed).

PDF - EBOOK - WORKBOOK

- Crea todo el contenido en un word y luego dales un diseño acorde con la imagen de tu curso, con plataformas como canva que permiten diseñar escogiendo el diseño A4 que es el mejor que resulta a la hora de imprimirlos tus clientes. Descargalo en formato pdf para compartirlo con tus clientes a través de email, e-junkie, en Wordpress, Medios, Biblio y luego copia el enlace directo, de esta forma tus alumnas podrán ingresar directamente al PDF. También puedes Dropbox si utilizas ese medio para enviarlo y compartir el enlace.

MÚSICA LIBRE SIN DERECHOS DE AUTOR

- Biblioteca de audio de youtube. Tiene canciones y efectos.
- Si vas a grabar audios como podcast y quieres que tengan música de introducción, anchor también dispone de unas cuantas libres que te graba como introducción.



FINALMENTE comparte tus creaciones con tus clientes a través de subirlo a la plataforma del curso, tu web, Dropbox o por email.



5.Artes gráficos y textos



Ten listo...

- **POSTS** redes sociales IG, Fb, Stories... Prepara con antelación la imagen de tu curso y los textos que quieres compartir en tus principales redes.
- **AUDIOS** carátula audios (es el mismo formato que para las redes sociales)
- **VÍDEOS** carátulas o portadas de vídeo. Es el mismo formato que las PRESENTACIONES de Canva
- **EMAILS** prepara las cabeceras para diferentes asuntos como: información del curso para quien nos la solicite, agradecimiento y bienvenida del curso cuando se inscriban, acceso al curso, durante el curso (Avisos live, lecciones, aperturas módulos, etc), al terminar el curso..
- **P.POINT o presentación** si las lecciones van acompañadas de una presentación, por ejemplo, como se está compartiendo este curso.
- **PDF** Portadas de documentos A4 y todo el texto con los contenidos del curso.
- **DIPLOMA** Si tiene certificado de participación, en canva dispones de muchos formatos para crear diplomas

6.El mejor consejo de creación del curso



En la semana 1, vimos que siempre hay que verificar un curso antes de crearlo para saber si tiene interés y generará clientes.

- Una vez verificado, a través de los pasos que vimos y confirmemos que sí tiene interés y demanda, el mejor consejo que jamás debes olvidar es **NUNCA TERMINES EL CURSO ANTES DE VENDERLO**. Ya vimos algo en la Semana 1, pero síguelo a rajatabla.
- No invertir jamás mucho tiempo en crear un curso y terminarlo al completo para posteriormente venderlo.
- Mejor, crear un tercio o la mitad del curso y a partir de ahí, si tienes el mínimo de clientes que tu quieres, puedes ir creando el curso, a la vez que ellos van recibiendo las primeras lecciones creadas.
- Se trata de no perder el tiempo creando un curso o producto que finalmente no va a tener demanda

Nota:

No te desanimes si no tuvieras clientes. Si tus contenidos son buenos, será más una cuestión de visibilidad, es decir, que más personas conozcan tu proyecto. Trata de crear relaciones que hagan que se conozca tu trabajo, ser una referencia en tu sector, publicidad, contenidos en redes, crear comunidad, etc





"Te haces daño a ti misma como autora tanto si vendes un muy buen curso a bajo coste porque crees que nadie te lo comprará o si vendes alto un curso con poco valor.

Evita hacer cursos de poco valor en conocimientos, malos diseños y de bajo costo. A medida que eleves el valor del contenido, utilices mejores herramientas y mejores diseños, el precio del curso podrá incrementarse".