



راز پرفروش‌ترین محصولات آموزشی!

در دنیای پویای آموزش آنلاین، جایی که هر روز انبوهی از دوره‌ها و محتواهای جدید متولد می‌شوند، چگونه می‌توان محصولی خلق کرد که نه تنها دیده شود؛ بلکه در ذهن مخاطبان نیز ماندگار شده و به پرفروش‌ترین‌ها تبدیل گردد؟

این جلسه از دوره «تقویت مدرس» در بخش استراتژی خود، پرده از راز مهمی به نام «ایده بزرگ» برداشت. دیگر زمان تکیه صرف بر تبلیغات پرزرق و برق و کمپین‌های هزینه‌بر تمام شده است.

هسته اصلی یک محصول آموزشی پرفروش، ایده‌ای خلاقانه و متمایز است که مخاطب را از همان ابتدا مسحور می‌کند.

بسیاری از مدرسان با سال‌ها تلاش و صرف هزینه‌های بازاریابی فراوان، همچنان در حسرت فروش‌های رویایی محصولات خود باقی می‌مانند.

دلیل این امر چیست؟ این جلسه می‌آموزد مهم‌ترین عامل پرفروش شدن یک محصول، «موضوع» آن و به‌طور خاص، وجود یک ایده بزرگ در دل آن است. این

ایده بزرگ صرفاً نام محصول نیست؛ بلکه موضوعی جذاب و متفاوت است که از فیلترهای ذهنی مخاطبان عبور کرده و جرقه‌ای از امید و کنجکاوی در آنها ایجاد می‌کند.

چرا بسیاری از محصولات آموزشی پرفروش نمی‌شوند؟

این قسمت از دوره «تقویت مدرس» به دلایلی همچون توجه کمتر به پیام‌های بازاریابی، بی‌اثر شدن عناوین کلیشه‌ای و سختی عبور از حفاظ ذهنی مخاطبانی که بارها وعده‌های پوچ شنیده‌اند، اشاره می‌کند.

اغراق در پیشنهادها دیگر کارساز نیست و بسیاری از مخاطبان به‌نوعی «لغو عضویت ذهنی» در برابر تبلیغات آموزشی پیدا کرده‌اند.

اما راه حل چیست؟ تنها راه پرفروش شدن یک محصول، ارائه یک پیشنهاد کاملاً جدید و متفاوت به مخاطبان است.

این «جدیدبودن» به این معنا است که محصول نتواند به‌سادگی در دسته‌بندی‌های ذهنی رایج قرار بگیرد. مانند ظهور «آیس پک» که به دلیل نام و ماهیت متفاوتش، دسته‌بندی جدیدی در ذهن مخاطبان ایجاد کرد.

محصول باید ایده بزرگ داشته باشد!

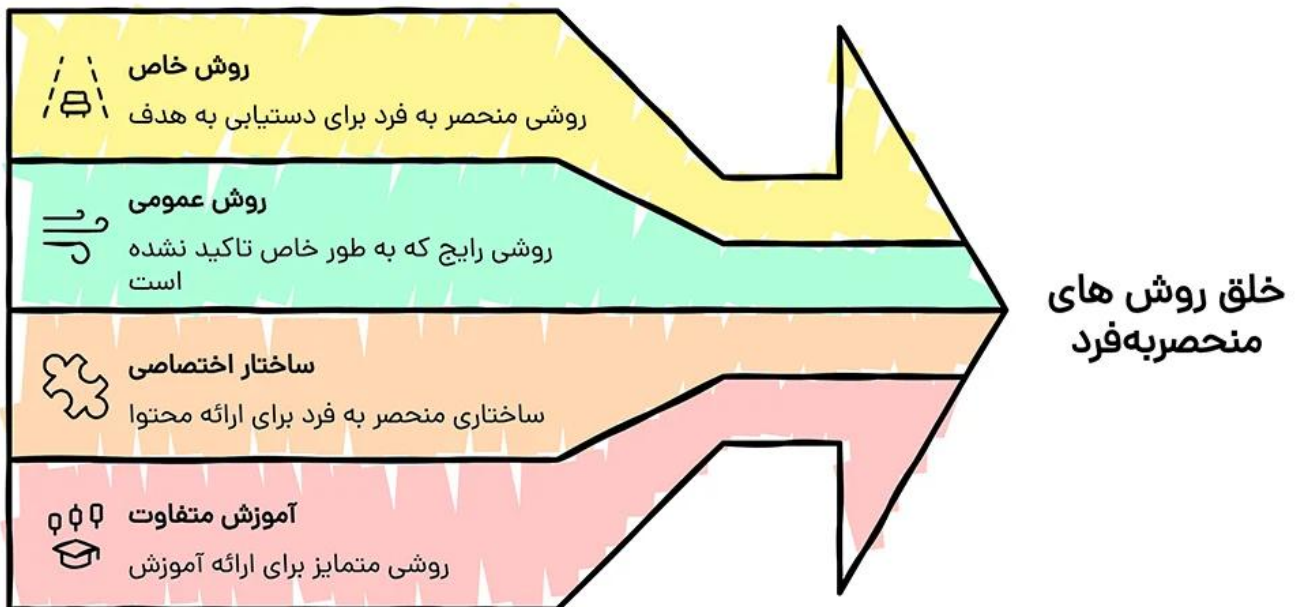
یک ایده بزرگ از دو عنصر کلیدی تشکیل شده است:

- ۱. وعده بزرگ:** وعده بزرگ، هدفی جذاب و ارزشمند را برای مخاطب ترسیم می‌کند.
- ۲. یک روش انحصاری برای رسیدن به آن وعده (یونیک مکانیسم):** این روش انحصاری است که محصول شما را متمایز می‌سازد. برای مثال، کتاب «بیاندیشید و ثروتمند شوید»، وعده ثروتمند شدن را می‌دهد؛ اما روش انحصاری آن،

«اندیشیدن» بود، نه کار فیزیکی سخت. آموزش‌های «روزتا استون» وعده یادگیری سریع زبان را می‌دهد؛ اما روش انحصاری آن، یادگیری زبان با روش کودکانه بدون نیاز به زبان واسط بود.

چگونگی خلق روش‌های منحصربه‌فرد

- **توضیح یک روش خاص برای کسب نتیجه:** روشی که شما برای رسیدن به آن «وعده بزرگ» ارائه می‌دهید.
- **روش عمومی ناگفته:** روشی رایج که کسی به‌طور مشخص بر آن تاکید نکرده است.
- **ایجاد ساختار اختصاصی خودتان:** ارائه محتوای آموزشی با یک ساختار و طبقه‌بندی منحصربه‌فرد.
- **ارائه متفاوت آموزش:** استفاده از یک روش آموزشی خاص و متمایز.



برای بازاریابی یک محصول با ایده‌ای بزرگ، ابتدا باید خود ایده را درست معرفی کرده و به مخاطب عرضه کنید؛ سپس نوبت فروش محصول فرا می‌رسد. اگر ایده به‌تنهایی

مخاطبان را هیجان زده کند، محصول شما فروش فوق العاده‌ای خواهد داشت. در ارائه ایده، کنجکاوی مخاطبان را برانگیزید و تمام جزئیات را فاش نکنید. همچنین، روش‌های رایج و ناکارآمد دیگر را تا حدودی نقض کنید تا برتری روش خود را نشان دهید. به یاد داشته باشید که محصول شما بیشتر مورد توجه افراد شکست خورده در آن حوزه قرار می‌گیرد، پس در تبلیغاتتان با آن‌ها صحبت کنید و دلیل متفاوت بودن روش خود را توضیح دهید.

خلق یک ایده بزرگ ممکن است زمان‌بر باشد؛ اما قدرت تحول کسب‌وکار آموزشی شما را دارد. برای اینکه بتوانید به صورت عمیق‌تر با استراتژی‌های «خلق ایده‌های بزرگ» و «روش‌های پیاده‌سازی آن‌ها» آشنا شوید و محصولات آموزشی خود را به پرفروش‌ترین‌ها تبدیل کنید، توصیه می‌کنیم همین امروز دوره «تقویت مدرس» را تهیه کنید.

این دوره، گنجینه‌ای از استراتژی‌ها و تکنیک‌های کاربردی برای ارتقای سطح تدریس و خلق محصولات آموزشی بی‌نظیر است.

فرصت را از دست ندهید و مسیر موفقیت را با قدرت و اطمینان بیشتری طی کنید!