

Checkliste für
Anfänger & Profis

Von PLANlos zu PLANbar - Deine Erfolgs-Checkliste für eine nutzerorientierte Online Kurs Planung

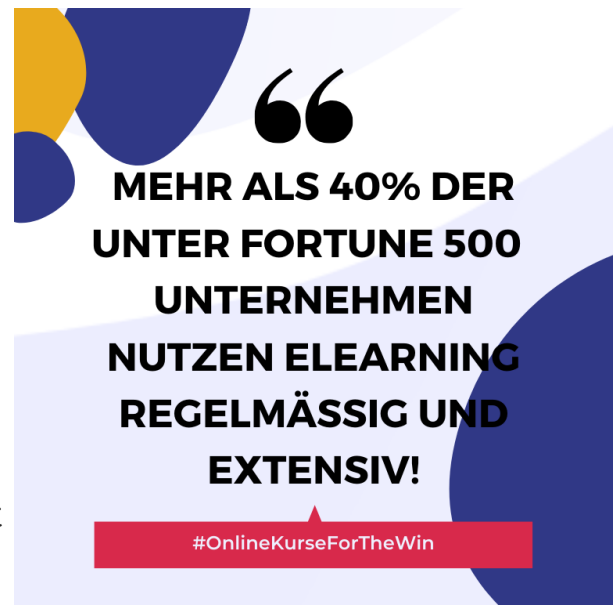
mit weBOUND marketing



DER WEG ZU DEINER ERFOLGREICHEN KURSPLANUNG & -UMSETZUNG

Warum diese Checkliste so wichtig für eine erfolgreiche Umsetzung ist

Ein gut ausgewähltes Thema ist die Grundlage für einen erfolgreichen Online Kurs: Es sollte ein Bedarf am Markt bzw. in Deinem Unternehmen bestehen, Du solltest in dem Bereich durch Dein Wissen bzw. Talent glänzen oder jemanden kennen, der dies für Dich tut. Im Idealfall begeistert Dich das Thema auch noch.



Leider ist das nur die halbe Wahrheit. Zu oft werden Kurse mit einer hohen Erwartungshaltung aus Ersteller-Sicht gebaut um schließlich doch nur im digitalen Abstellraum zu verschwinden, oder sich zu einem One-Hit-Wonder zu entwickeln weil schlicht und einfach kein Bedarf besteht oder der Kurs so aufbereitet ist, dass er nicht für jeden Lerntyp zum Ziel führt - egal ob aus Kunden- oder Mitarbeitersicht.

Wie Du diese Checkliste sinnvoll einsetzen kannst

Mit dieser Checkliste stellst Du sicher, dass Du die wichtigsten Fragen bereits vorab beantwortest, um Rückschläge oder Verschwendung von Ressourcen zu vermeiden und rasch in die Umsetzung zu kommen, oder diese bei Bedarf an ein professionelles Team zu delegieren, ohne anschließend von horrenden Kosten erschlagen zu werden. Umso besser Du diese Fragen beantwortet hast, umso einfacher ist es auch für andere.

DER WEG ZU DEINER ERFOLGREICHEN KURSPLANUNG & -UMSETZUNG

Warum wir sicher sind, dass diese Checkliste einen Mehrwert für Dich bietet und was uns von anderen unterscheidet

Bei weBOUND marketing beraten, begleiten und erstellen wir Online Kurse bereits seit 2016 für unsere Kunden.

Nach zahlreichen Mentorings bei verschiedenen Startup-Accelerator-Programmen und Gastlektoraten auf internationalen Universitäten unterrichte ich seit 2020 Digital Marketing mit rund 70 Studenten pro Semester auf der Wirtschaftsuniversität Wien und darf meine Lehrveranstaltung zu einer der erfolgreichsten Distanzlehrveranstaltung zählen - dies beruht auf Feedback der Universität, der Studenten als auch erstaunten Erzählungen von anderen Lektoren.

Wir wünschen Dir viel Freude beim Loslegen!



BETTINA WITTMANN

GESCHÄFTSFÜHRERIN WEBOUND MARKETING



SCHRITT 1: DAS THEMA

INSOERN DU DEIN THEMA SCHON KENNST, KANNST DU
DIESEN SCHRITT ÜBERSPRINGEN



1) Was begeistert Dich und kannst Du gut in einem Online Kurs zusammenfassen oder anders, welche Aufgabe musst Du öfter erklären und anwenden (z.B. Freelancer/Mitarbeiter-Delegation)?

2) Wo bitten Dich auch andere um Rat? Oder anders: Welche Fragen werden Dir immer wieder gestellt? Welche Aufgaben gibst Du öfter ab?

3) Welches Problem löst Dein Kurs für Deine Zielgruppe?

SCHRITT 2: DIE AUSWAHL DES MARKEN- BZW. KURSNAME

Stelle Dir hierbei selbst die folgenden Fragen:

- Wenn Du den Namen siehst oder hörst, welches Image erzeugt dies bei Dir?
- Ist dies ein einzigartiger Name in Deiner Branche?
- Wie oft müsste der Kursname gelesen werden, um ihn im Gedächtnis jederzeit abrufen zu können?
- Funktioniert dieser Name auch ggf. für weitere Produkte in der Zukunft?
- Ist der Name einfach auszusprechen? Ist er unterhaltsam? Möchtest Du das überhaupt?
- Würde Deine Zielgruppe alleine beim Namen des Kurses die Vorzüge bzw. das Endergebnis des Kurses erkennen? Möchtest Du das überhaupt?
- Enthält der Name jegliche Art von Slang (Mundart), "coole" Wörter oder kulturelle Referenzen, die in Zukunft nicht mehr relevant sein könnten?

Hier findest Du Platz für einige Deiner Ideen:

SCHRITT 3: DEFINIERE DEINE ZIELGRUPPE

UMSO BESSER DU DEINE ZIELGRUPPE KENNST UMSO ERFOLGREICHER DEIN KURS



- Sammle demografische Daten
- Überlege wie der Kurs innerhalb des Tagesablaufes Deiner Zielgruppe genutzt werden würde
- Überlege Dir Personas (optional)
- Führe eine kleine Konkurrenzanalyse durch und schreibe ggf. Ideen auf

Was Personas sind und wie Du sie erstellst erfährst Du [hier](#).

SCHRITT 4: SETZE ZIELE & KPIS

JE BESSER DU DEINE ZIELGRUPPE KENNST, UMSO ERFOLGREICHER DEIN KURS



- Definiere das Ziel des Kurses für Dein Unternehmen (z.B. Neukundenakquise)
- Definiere Umsatzziel, gewünschte Teilnehmerzahl, ggf. gewünschte Mitgliedschaftsdauer etc
- Setze Deadlines für den Launch und kleine Meilensteine dazwischen (z.B. "Fertigstellung der Inhalte")

weBOUND Pro-Tipp: Erzähle jemandem von Deinem Kurs und Deinen Zielen, damit Du nicht in Versuchung kommst das Projekt in die Länge zu ziehen. Du weißt nicht wem? Schreib uns auf [Instagram](#) oder [Facebook](#) "Ich erstelle meinen Kurs zum Thema X bis zum (Datum einsetzen)" und jemand aus unserem Team wird sich bei Dir zurückmelden damit Du am Ball bleibst!

SCHRITT 5: DIE INHALTE



- Welche Fragen werden mir zu dem Thema häufig gestellt?
- Welche Bereiche innerhalb meines Themas sind für meine Zielgruppe relevant?
- Was bietet meine Konkurrenz an und was nicht?
- Fühle ich mich wohl vor der Kamera oder möchte ich andere Formate einsetzen? (z.B. Animationsvideos)
- Welche zusätzlichen Leistungen muss ich bieten um meine Teilnehmer von A nach B zu führen? (z.B. Live-Gruppenberatungen)

SCHRITT 6: DIE AUSWAHL DER RICHTIGEN SOFTWARE

- Welche Software passt am besten zu meinen Inhalten und Unternehmensziel(en)?
- Welche Software ist rechtlich und unternehmerisch konform? (z.B. Rechnungslegung, DSGVO & Co)



- Möchte ich eher hohe Setup-Kosten und geringe laufende oder umgekehrt?
- Kann ich den Kurs selbst bauen oder benötige ich Unterstützung? Wie Tech-affin bin ich?
- Gibt es Förderungen, die mich unterstützen?

Erhalte einen Einblick in die Tool-Liste und über Förderungen, die wir für unsere Kunden zusammengestellt haben.

SCHRITT 7: (KUNDEN)AKQUISE

- Wie erreiche ich meine Zielgruppe aktuell am einfachsten (z.B. Intranet, E-Mail-Abonnenten, Social Media Follower, Affiliates etc.)?
- Muss ich den Kurs zusätzlich auch im Intranet oder anderen Ressourcen verlinken? (bei internen Kursen)
- Welche Kanäle oder Strategien sind zusätzlich relevant?
- Welchen Content muss ich in welchen Abständen erstellen, um Expertise zu zeigen und Neugier zu schüren?
- Welcher Lead Magnet kann mir helfen potentielle Kunden zu konvertieren, die noch nicht kaufen wollen?
- Ist mein Tracking richtig aufgesetzt um Nutzerdaten zu sammeln?

Hier haben wir 19 Traffic-Möglichkeiten zusammengefasst, sowie eine Erklärung und Anleitung zu Tracking des Nutzerverhaltens.

NÄCHSTE SCHRITTE

Wir freuen uns, dass Du nun alle 8 Seiten dieser Checkliste durchgelesen hast. Wir sind uns sicher, dass damit ein paar Fragestellungen aufgekommen sind, die Du dir wahrscheinlich selbst noch nie gestellt bzw. noch bei keinem anderen Berater zum Thema eLearning erhalten hast.

Du musst verstehen, dass wir das Thema als etwas nachhaltig und holistisches sehen. Es geht nicht darum reich über Nacht zu werden, auch wenn das natürlich schön wäre, oder passives Einkommen zu generieren, auch wenn dies ein Nebeneffekt ist - wobei wir das Wort passiv nicht so gerne hören - denn erstellt und betreut muss er ja werden!

Du möchtest wissen wie Du Deine Konkurrenz analysieren und herausfinden kannst was hinter den Kulissen passiert?



1. Folge uns auf [Instagram](#) oder [Facebook](#)
2. Schreib uns eine kurze Nachricht, dass Du unsere Konkurrenz-Hack-Tool-Liste erhalten möchtest!
3. Innerhalb von 48 Stunden erhältst Du eine Rückmeldung von uns!

Wir freuen uns auf Deine Nachricht und antworten Dir ASAP!
Dein weBOUND Team

