

Bonusová kapitola č. 2: Kolik si za kurz říct?

Klasická začátečnická chyba: **podhodnocení kurzu**.

Spousta začátečníků si myslí, že když svůj kurz nabídnou za stovku, tak nalákají víc zákazníků a vydělají víc peněz.

To je **naprostý nesmysl**.

Reklama na Facebooku funguje tak, že si platíte za **zobrazení**. Je ale jasné, že ne všechny lidi, kterým se zobrazí, vaše reklama zajímá. V reálu na ni klikne jen mizivé procento z nich a ještě mizivější procento nakonec kurz koupí. To platí i pro ty nejlepší reklamy.

Dejme tomu, že si chcete prodejem svého kurzu přivydělat nějakých 10 000,- měsíčně. Když ho nabídnete za stovku, potřebujete 100 platících zákazníků. Pokud si váš kurz zakoupí 1 % těch, kdo reklamu viděli (a to je poměrně dobrý výsledek), znamenalo by to, že by ji muselo vidět 10 000 lidí. Jsem si 100% jistý, že by vás reklama stála víc než vyděláte.

Navíc zákazníci, kteří jsou za kurz ochotni dát pouze stovku nejsou asi to, co do budoucna chcete.

Takže jak si nacenit svůj první on-line kurz?

Přehnanou skromnost hodte za hlavu a přemýšlejte ekonomicky. Co je vaším cílem?

1. vyzkoušet si prodej on-line kurzů
2. nabrat studenty, kterým můžete v budoucnu prodat další kurzy
3. vydělat tolik, aby to zaplatilo reklamu a váš čas

3 faktory, podle kterých byste se měli při naceňování svého prvního kurzu

1. Vaše odbornost

Jestli platíte za kapacitu v oboru s několika vydanými knihami v portfoliu, pak si samozřejmě za svůj kurz můžete říct mnohem víc, než když teprve začínáte.

Máte-li zkušenosti s živými kurzy, nebojte si za on-line kurz říct stejné peníze. Co na tom, že se vás studenti nemohou na nic zeptat? Místo toho mají k obsahu doživotní přístup.

P.S.: Pokud už jste v daném oboru dosáhli nějakého uznání, nezapomeňte to patřičně zmínit v prodejní stránce.

2. Téma a konkrétnost

Snad se tím nikoho neurazím, ale kurz modeláže nehtů bude mít určitě menší cenu než kurz esperanta a kurz esperanta bude mít menší cenu než kurz kvantové mechaniky.

Další faktor ceny je, jak moc úzce zaměřený kurz nabízíte. Čím konkrétnější téma máte, tím více si za něj můžete říct. Kurz „Základy hraní na kytaru“ mají jistě menší hodnotu než „Jak zahrát bluesová sóla jako Eric Clapton“.

3. Náklady a strávený čas

Tohle je pro vás v současné chvíli asi nejlepší vodítko. Chcete si prodej on-line kurzů vyzkoušet, takže to nejdůležitější je, **aby vás to nestálo nejlépe nic**.

Náklady na reklamu a prodej přes FAPI víte. K tomu je nutné připočít i váš čas.

Proto si změřte, kolik hodin přípravou kurzu, prodejní stránky a reklamy strávíte. Spíš než stopky k tomu použijte některou **aplikaci pro sledování produktivity** (já osobně používám [Toggl](#)).

Pak už jen zbývá si říct, na kolik si svého času ceníte?

*Nenaceňujte svůj kurz podle jeho délky. Nejde o to, jestli má 3 nebo 30 hodin. Jde o to, jestli **plní to, co jste slíbili**. Když studenty dokážete za 3 hodiny naučit to samé, co ostatní vysvětlují desetkrát tak dlouho, máte vyhráno.*

Nějaká optimální délka tu samozřejmě je. Chtít 3 000,- za 30 minutové video je asi nevhodné, i kdyby v něm bylo řečeno všechno.

To jsem vám ale stále neodpověděl na otázku.

Zkusím tedy navrhnout nějaké běžné rozhraní pro úplné začátečníky i mírně pokročilé lektory:

Obecný kurz typu „Úvod do...”	300–1 000 Kč
Mini kurz na konkrétní téma	600–2 000 Kč
Rozsáhlejší kurz	
obsahující další výukové materiály	1 000–3 000 Kč
Akademie postihující celé jedno téma	2 000–6 000 Kč

TIP: Pro svůj druhý kurz je dobré začít právě cenou. Stanovte si ji a podle toho teprve vymýšlejte odpovídající obsah.