



# SUCCES MET ONLINE CURSUSSEN WERKBOEK

Het doel van deze cursus is om jou te leren hoe je een online cursus of programma ontwerpt die je klanten van begin tot eind zullen volgen, absorberen, verwerken en gebruiken tot ze zelf het succes vinden waar ze op hoopten toen ze jouw cursus kochten.

Deze cursus gaat NIET over hoe je je eigen online cursus verkoopt.

# 1. Hoe begin je aan een online cursus?

Een goede cursus begint uiteraard met... een goed idee!

**Wat wordt het onderwerp van je cursus?**

**Welke cursussen bestaan er al rond dit onderwerp?**

**Wat missen deze cursussen nog volgens jou? Wat kan jij gaan toevoegen dat er nog niet is?**

**Wordt dit een low of high end cursus? Of ergens tussenin?**

**12 Marketing ideeën die je nu al kan gaan delen over de online cursus terwijl je eraan werkt en jezelf voorbereidt op de bèta launch:**

1. Hey – ik denk eraan om een cursus te maken over X. Wat wil jij graag weten over ...?
2. Deel foto's van je mindmap proces
3. Laat je volgers kiezen tussen verschillende titels voor je cursus
4. Waarom wil je graag hierover een cursus maken?
5. Vertel iets over jouw proces dat je aanleert in deze cursus en verwijst naar de cursus die je maakt
6. Vertel over hoe je denkt als ondernemer en hoe dat jou leidt tot het maken van deze cursus
7. Waarom vindt de coach in jou dat iedereen deze cursus zou moeten volgen?
8. Voor wie is de cursus niet?
9. Voor wie is de cursus wel?
10. Hoe weet je of je klaar bent voor deze cursus?
11. Wat vind jij dat ontbreekt in andere cursussen over dit onderwerp?
12. Wat maakt jou als geen ander geschikt om deze cursus te maken?

Het gaat eigenlijk vooral om: je proces en je gedachten delen in elke fase van creatie. Dus elke keer dat je bezig bent geweest met de cursus: vraag jezelf af: hoe zou ik dit op een interessante manier kunnen delen?

Op deze manier maak je je volgers al warm voor de cursus en zijn ze straks helemaal klaar voor je launch. Probeer hier quasi elke dag minstens eventjes wat aandacht aan te besteden gedurende MINIMUM 2 weken, maar liefst 4 weken of langer.

**Welke ideeën heb je nog die je kan gebruiken in je marketing?**

## 2. Inhoud van je cursus

### Stap 1: Brainstorm

We beginnen met een aantal vragen om de brainstormer in jou wakker te maken!

**Welke onderwerpen komen er zoal aan bod in jouw cursus?**

**Welke zaken bespreek je met elke klant?**

**Welk proces zou je graag doorlopen met elke klant?**

**Waar lopen jouw klanten vaak op vast?**

**Hoe komt het dat jouw klanten dit succes zelf nog niet gevonden hebben?  
Wat weten of doen ze nog niet?**

**Wat zijn jouw favoriete opdrachten om mee te geven aan klanten?**

Deze vragen zouden jou al een mooi begin moeten geven van thema's en onderwerpen dat aan bod kan gaan komen in jouw cursus.

Ga nu verder met een stapel postits en een grote muur of ga digitaal brainstormen met bv een mindmap (<https://www.mindmeister.com/nl> is een leuke tool).

Verzamel in een 3-tal sessies van telkens een uur zoveel mogelijk ideeën over jouw cursusedee.

En vergeet niet: in deze fase is er niets te gek, niets te vergezocht. Let erop dat je de criticus in je hoofd niet aan het woord laat, zodat de creatieveling zich echt kan laten gaan!

## Stap 2: De 80/20 regel

Het is verleidelijk om AL je kennis over dit onderwerp in een cursus te proppen om je klanten zo veel mogelijk waarde te geven.

Echter: jouw klanten willen niet zo veel mogelijk content, ze willen vooral het resultaat, en dat liefst met zo weinig mogelijk tijd en moeite.

Jouw uitdaging wordt dus om je te beperken tot de content die écht impact maakt op je klant en die hen vooruithelpt.

Tenzij jouw cursus een certificatie opleiding wordt (dat kan natuurlijk) heeft jouw klant niet de ambitie om zelf ook expert te worden. Ze willen dus niet al jouw kennis, enkel wat zij nodig hebben om hun droomresultaat te bereiken.

Dus als je nu terugkijkt naar het resultaat van jouw brainstorm...

- ☐ Wat is er te ver gevorderd, te ingewikkeld?
- ☐ Wat is niet essentieel om het resultaat te bereiken?
- ☐ Wat ligt er misschien te veraf van je kernonderwerp?

En om nog wat strikter te worden: wat als je je zou beperken tot 20% van de content die zorgt voor 80% van het resultaat?

I know... ik ben ook een people pleaser en wil liefst ook zo veel mogelijk geven.

Maar geloof me: je klant wil niet zo veel mogelijk krijgen, die wil zo weinig mogelijk moeite doen voor het verlangde resultaat.

Hoe minder content zij moeten bekijken, hoe minder huiswerk ze moeten maken, hoe liever dus.

- ☐ Wat is absoluut ESSENTIEEL om het gewenste resultaat te behalen?
- ☐ Schrap AL de rest.

---

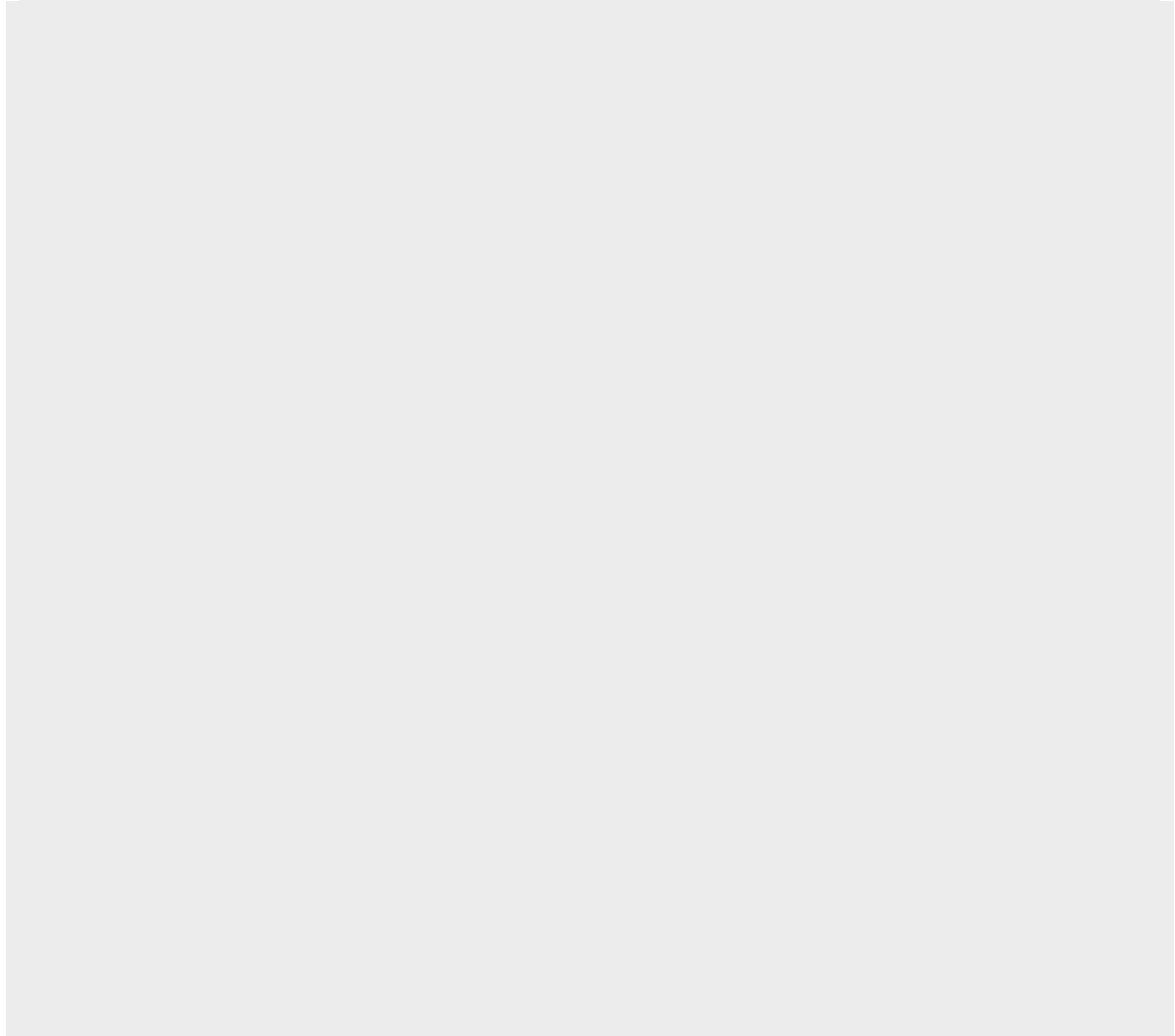
*Tip: gooi je geschrapte ideeën niet weg, maar hou ze bij: het is inspiratie voor bonus content, toekomstige cursussen, gratis marketing content, ...*

---

## Stap 3: structuur

Nu is het tijd om structuur te brengen in jouw cursus.

**Als je in 4-10 stappen moet samenvatten wat je je klant wil bijbrengen, welke zouden dit dan zijn?**



Verdeel nu alle content die je hebt over deze 4 tot 10 stappen – dit worden jouw modules, welk idee past er waar?

---

*Tip: hoeveel modules je hebt hangt af van hoe uitgebreid je cursus is natuurlijk. Het is belangrijk dat het overzichtelijk blijft! Dus ook voor een uitgebreide cursus ga je best niet buiten 10 modules, maar dan ga je eerder je modules verder onderverdelen in aparte lessen.*

---

Klaar? OK, dan gaan we nu checken of elke module compleet is. Beantwoordt voor elke module de volgende vragen. Voeg hiervoor een extra kleurtje postit's toe aan je muur, of een extra lijntje in je mindmap.

- ☐ Wat is de titel van deze module?
- ☐ Wat is het onderwerp van deze module?
- ☐ Schets de voor-situatie van je klant voor ze deze module kijken
- ☐ Schets de na-situatie van je klant nadat ze deze module kijken, verwerken, implementeren
- ☐ Wat moet je klant weten, denken, ontdekken, doen met deze module?
- ☐ Hebben ze in deze module alles dat ze nodig hebben om dit doel te kunnen behalen?
- ☐ Bestaat deze cursus uit meerdere lessen? Is er huiswerk tussendoor om te doen, of aan het einde? Welke activiteiten horen hierbij?
- ☐ Denk je dat de modules ongeveer evenredig zijn qua tijdsbesteding? Zo nee, is dat erg?
- ☐ Zijn de modules gebalanceerd qua theorie en praktijk? Zo nee, is dat erg?

Nadat je dit gedaan hebt, doen we nog even de volgende checks:

- ☐ Klopt de volgorde van de modules?
- ☐ Klopt de volgorde van de lessen in de modules?

## Stap 4: schrappen

En nu gaan we er nog eens heel streng doorheen: is ALLES in je cursus absoluut noodzakelijk voor jouw klant om het gewenste resultaat te behalen?

Zo nee: SCHRAPPEN.

Hier mag je echt streng zijn voor jezelf!

En tegelijk: zet even je expertenhoed af – zijn er dingen die je misschien als vanzelfsprekend hebt gezien die je klant niet zal begrijpen en je dus wat dieper moet uitleggen? Meer oefeningen moet voorzien? Meer voorbeelden moet geven?

**Belangrijk:** neem rustig de tijd voor dit proces – dit is het allerbelangrijkste deel in het ontwerp van je cursus en hoor je niet doorheen te jagen. Vergeet niet om tijdens dit proces al te werken aan je marketing, ook al is nu nog lang niet alles duidelijk. Da's niet erg!



### 3. Jouw ideale klant

Elk product heeft een ideale klant, en het zou kunnen dat die in meer of mindere mate verschilt met de rest van jouw aanbod.

Vul daarna hier je samenvatting in van jouw ideale klant voor deze cursus:

**Wie is jouw ideale klant op socio-demografisch vlak?**

**Wat zijn de doelen van je ideale klant?**

**Wat zijn de angsten van je ideale klant?**

**Wat zijn de invloeden van je ideale klant?**

**Hoe gedraagt je ideale klant zich?**

## 4. Succes verzekerd

OK, nu de inhoud van je cursus en de ideale klant duidelijk zijn is het belangrijk dat we ook nadenken over hoe we je klanten kunnen helpen om de cursus niet alleen te starten maar ook echt af te werken, implementeren en gebruiken tot ze hun gewenste resultaat bereiken.

Daar zijn verschillende manieren voor.

### Erst en vooral: op welke manier wil je straks jouw kerncontent gaan aanbieden?

- ☐ Tekst
- ☐ Audio
- ☐ Video (hoogst gepercipieerde waarde!)

Belangrijk is ook dat je nadenkt over de tijdsinvestering van jouw klant voor deze cursus, zowel voor het consumeren van je content, als het in de praktijk brengen. Maak een inschatting voor elke module:

### Hoeveel tijd kost je cursus voor je klant?

	Consumeren	Implementeren
Module 1		
Module 2		
Module 3		
Module 4		
Module 5		
Module 6		
Module 7		
Module 8		
Module 9		
Module 10		

(uiteraard is dit nu nog een inschatting, zodra je je eerste klanten hebt kan je dit bij hen gaan afchecken en desnoods bijsturen)

**Hoelang krijgt je klant toegang?**

- ☐ Levenslang: zolang de cursus bestaat
- ☐ Beperkte tijd: ..... maanden lang

**Welke ondersteunende werkvormen wil je aanbieden?**

- ☐ Podcast met audio van je cursus
- ☐ Werkboeken
- ☐ Flowcharts voor beslissingen
- ☐ Checklists
- ☐ Bonus content
- ☐ Aanbevolen apps
- ☐ Stap voor stap gidsen
- ☐ Huiswerk (dat je al dan niet nakijkt)
- ☐ Extra voorbeelden
- ☐ "swipe" files
- ☐ Audio: meditatie of hypnose
- ☐ Printable

(tip: maak een onderscheid tussen wat je idealiter wil aanbieden en wat je nu voor de eerste lancering wil aanbieden – je wil jezelf geen burnout bezorgen door meteen de perfectie na te streven!)

- ☐ Maak een exacte lijst bij elke module wat je waar wil aanbieden, zodat je duidelijk weet wat je straks allemaal mag gaan creëren.

Denk hier vooral vanuit: hoe kan ik mijn klant helpen om wat ik in mijn cursus vertel makkelijker te implementeren? Wat hebben ze nog nodig?

**Welke extra ondersteuning wil je aanbieden?**

- ☐ Q&A sessies
- ☐ Coachingsessies
- ☐ Oefen op elkaar
- ☐ Accountability groepjes
- ☐ Feedbacksessies
- ☐ Highlights
- ☐ Member spotlight
- ☐ Audit
- ☐ Facebookgroep
- ☐ Email support
- ☐ Voxer / whatsapp support
- ☐ Email reminders: nieuwe modules, mindset tips, ...

Dit gaat niet zozeer om content die jij creëert, maar momenten waarop zij toegang krijgen tot jou (en/of elkaar!). Let op dat je hier ook niet te veel gaat beloven: het moet ook voor jou leuk en haalbaar blijven!

Beloof liever te weinig en voeg meer toe als je ziet dat daar nood aan is. Zeker in de beta fase mag je hier best flexibel in zijn.

En zoals steeds: let op voor people pleasing en denk na over de grenzen die je wil stellen. Wanneer ben je wel/niet bereikbaar? Waar help je wel of niet bij?

### **Hoe kan je je klanten helpen om goed te starten?**

- ☐ Stel mensen op hun gemak: yes, dit was de juiste beslissing
- ☐ Welkomstvideo (mindset!)
- ☐ Rondleiding om kennis te maken met platform (profiel, facturen, modules, ...)
- ☐ Module 0 al beschikbaar maken
- ☐ Toegang tot Facebookgroep
- ☐ Planner: help ze tijd maken voor de cursus
- ☐ Enquete: leer je klanten, hun noden, hun verlangens kennen

## 5. Naam en prijs

**Wat wordt de naam van je cursus?**

**Wat wordt de subtitel van je cursus?**

**Wat wordt de prijs van je cursus?**

Tip: Misschien is ondertussen je cursus veel completer geworden dan je dacht en mag misschien de prijs ook aangepast worden?

Bij een cursus hoort vaak ook de optie om betalen in termijnen aan te bieden.

**Biedt jij betalen in termijnen aan?**

- ☐ Nee
- ☐ Ja, in 2 termijnen van € .....
- ☐ Ja, in 3 termijnen van € .....
- ☐ Ja, in 4 termijnen van € .....
- ☐ Ja, in 6 termijnen van € .....
- ☐ Ja, in 8 termijnen van € .....
- ☐ Ja, in 12 termijnen van € .....

## 6. Bèta ronde

**Hoe lever je content in de bèta ronde?**

- ☐ Tekst
- ☐ Audio
- ☐ Vooraf opgenomen video
- ☐ Live video via zoom

**Zijn er extra's die je in deze bèta-ronde wil toevoegen of net niet wil doen?**

**Wat wordt de prijs voor de bèta ronde?**

## 7. Planning

Hier worden we even super praktisch en kan je er je agenda bij nemen.

Als het goed is ben je al een hele tijd bezig met het promoten van je cursus door jouw creatieproces te delen. Voor zie hiervoor minstens 2 weken en liefst 4 zodat jouw volgers echt laaaaaiend enthousiast zijn en niet kunnen wachten tot ze eindelijk kunnen kopen.

**Wanneer is je marketing periode?**

**Wanneer schrijf je je salespagina? (4-8u werk)**

**Wanneer regel je alle technische elementen? (4 uur werk)**

**Wanneer neem je het welkomstmateriaal op? (4 uur werk)**

**Wanneer zijn de deuren open?**

**Wanneer zijn de deuren weer gesloten?**

**Hoeveel tijd voorzie je wekelijks om aan je content te maken en publiceren?**

**Hoeveel tijd voorzie je wekelijks om je klanten te helpen?**



## 8. Verkoop

**Welke methode ga je gebruiken om je bèta cursus te verkopen?**

- ☐ 1 op 1 verkoop (aangeraden voor eerste ronde!)
- ☐ Webinar
- ☐ Funnel
- ☐ Challenge
- ☐ Live Launch
- ☐ Email launch
- ☐ Andere...

## 9. Techniek

Alle instructies om je cursus technisch te verkopen, maken en publiceren vind je in Module 9 van deze cursus.

## 10.Evaluatie

Als de eerste beta launch van je cursus is afgelopen is het belangrijk om te gaan analyseren en kijken wat er goed ging en wat er nog beter ging.

Daarvoor gebruiken we 2 methodes:

- ☐ We gaan het gewoon vragen aan je klanten (check de extra download bij deze module voor hulp met de juiste vragen)
- ☐ We checken je statistieken.

Let daarbij op de volgende elementen:

- ☐ Waar haken je klanten af?
- ☐ Wat vonden je klanten moeilijk?
- ☐ Waar willen ze meer/minder ondersteuning?
- ☐ Wat vonden ze het meest/minst waardevol?
- ☐ Waar hadden ze meer/minder tijd nodig?
- ☐ Wil je de content opnieuw opnemen, of ga je verder met bestaande opnames?
- ☐ Wil je meer ondersteunende werkvormen aanbieden?
- ☐ Is er verdieping nodig bij sommige modules?

### Wat wil jij na de volgende launch verbeteren?

- ☐ Video's nog eens live opnemen
- ☐ Video's in definitieve vorm opnemen (in kortere video's: 5 – 20 minuten)
- ☐ Extra module toevoegen
- ☐ Extra ondersteunende werkvormen
- ☐ Extra live ondersteuning van jou persoonlijk
- ☐ Timing van de modules aanpassen
- ☐ Werkboeken verbeteren
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....

- ☐ Om perfectionisme te vermijden, mag je nu 3-5 elementen kiezen die je naar de volgende ronde toe wil verbeteren. Markeer ze hierboven in je lijst.

## Feest!

Last but not least, ik ga er vanuit dat je dit werkboek al eens doorleest voor je effectief je hele beta cursus hebt doorlopen en afgewerkt, dus laat ik je alvast even hierop wijzen ☺

Ongeacht wat er gebeurt met je cursus en je eerste bèta launch, het is belangrijk dat je je succes viert:

- ☐ Je hebt een cursus bedacht en gemaakt!
- ☐ Je hebt geleerd hoe je dit technisch moet doen
- ☐ Je hebt nieuwe marketing dingen geprobeerd
- ☐ Je verkoopvaardigheden zijn gegroeid
- ☐ Je bent zelfzekerder geworden als coach en expert
- ☐ Je hebt geoefend met het onder woorden brengen van je expertise
- ☐ Je kent je ideale klant beter dan ooit tevoren

Dus ongeacht de naar buiten toe zichtbare resultaten, vanbinnen ben je enorm gegroeid, en dat is een feestje waard!

### Hoe ga jij jouw succes vieren?

Plan je feestje NU AL in in je agenda zodat je 't zeker niet vergeet.