


ИП Морозов Валерий Владимирович
ИНН 781714239290
ОГРНИП 311784717100319

УТВЕРЖДАЮ:
Морозов Валерий Владимирович


Приказ №3 от «03» июня 2024 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

- ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА

«МИЛЛИОН С ВЕБИНАРА»

(дистанционное обучение)

Вид образования: Дополнительное образование

*Подвид образования: Дополнительное
образование детей и взрослых*

Срок реализации программы: 2 месяца

Объем программы: 59 часов

Возраст обучающихся: от 18 лет и старше

*Форма обучения: исключительно
дистанционная*

*Автор программы: Морозов Валерий
Владимирович*

г. Санкт-Петербург, 2024 г.

Содержание

Раздел 1. Пояснительная записка	
1.1. Основные сведения.....	3
1.2. Цели и задачи программы	5
1.3. Планируемые результаты обучения.....	5
1.4. Организационно-педагогические условия	5
1.5. Материально-техническое обеспечение образовательной деятельности	7
Раздел 2. Учебный план.....	8
Раздел 3. Календарный (примерный) учебный график	12
3.1. Календарно-тематическое планирование	13
Раздел 4. Рабочие программы	18
4.1. Рабочая программа «Предобучение»	18
4.2. Рабочая программа «Основной курс»	23
Раздел 5. Методические и оценочные материалы	41
5.1. Методическое обеспечение программы	41
5.2. Форма аттестации	41
5.3. Оценочные материалы.....	42
5.4. Список литературы.....	46

РАЗДЕЛ 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Основные сведения

Вид программы - дополнительное образование взрослых. Направленность – социально-педагогическая (социально-гуманитарная).

Дополнительная общеобразовательная программа - дополнительная общеразвивающая программа «Миллион с Вебинара» (далее - программа) предназначена для дополнительного образования и нацелена на создание или усовершенствование своей рабочей системы постоянных продаж с вебинаров.

Принципы программы:

- добровольность - охват дополнительным образованием с учетом возможностей, склонностей, интересов обучаемых;
- доступность - подбор заданий с учетом индивидуальных особенностей обучаемых;
- практическая направленность - использование обучаемыми полученных знаний для применения в практической работе;
- дифференциация - подбор разноуровневых заданий.

Новизна программы:

Программа "Миллион с Вебинара" представляет собой обучающий курс, который поможет участникам освоить навыки продающего искусства, необходимые для успешного заработка. Основная новизна программы заключается в том, что она объединяет теорию и практику в оптимальных пропорциях (30% теории и 70% практики), что позволяет участникам не только узнать основные концепции, но сразу же применить их на практике.

Программа состоит из 2 разделов, 8 модулей и 83 уроков, которые охватывают такие ключевые аспекты, как создание продающего контента, выявление уникальности эксперта и продукта, понимание потребностей и мотивов клиентов, а также разработка эффективных стратегий продаж.

Каждый раздел программы направлен на развитие определенных навыков и знаний. Например, первый раздел "Предобучение. Карта продающих смыслов" поможет участникам понять, как использовать продающие смыслы для повышения ценности своих услуг и уникальное позиционирование. Другие разделы включают в себя обучение созданию продающего контента, работе с болями и возражениями клиентов, а также продвинутые методики для увеличения конверсии вебинаров.

Таким образом, программа "Миллион с Вебинара" предлагает комплексный подход к развитию навыков продаж, который поможет участникам не только повысить эффективность своей работы, но и обеспечить стабильный заработок.

Отличительные особенности программы:

Отличительной особенностью данной образовательной программы является сочетание индивидуальной и групповой форм работы с учащимися, включение личного опыта автора курса в каждый урок. Разнообразие способов получения знаний и навыков позволяет сохранить у обучающихся интерес к занятиям на длительное время.

Программа «Миллион с Вебинара» поможет обучающимся найти свои самые сильные смыслы, которые привлекут намного больше участников на вебинар. Вы определите свою уникальность, выберете самые мощные преимущества, сделаете разбор всех сегментов целевой аудитории, в итоге сможете уверенно поднять стоимость продукта и добавить дополнительные тарифы. После проработки ваших смыслов ваши рекламные кампании и лендинги станут намного эффективнее, вы сможете привлекать холодную аудиторию и получать больше заявок на участие при тех же рекламных бюджетах. После привлечения заявок вы научитесь правильно работать с базой потенциальных участников с помощью рассылок и чат-ботов, в результате ваши текущие показатели доходности увеличатся. Обучающиеся смогут создать убедительную презентацию и научатся удерживать внимание зрителей, внушать доверие к продукту и отрабатывать возражения по ходу выступления, не затягивать вебинар и вовремя переходить к продаже.

Программа включает 30% теории и 70% практики и предполагает возможность создания или доработки своего продающего вебинара в процессе прохождения обучения.

Актуальность программы:

Продажи — это методология, от которой можно получать конкретный результат, если знать и понимать алгоритм. Нет такой ниши, в которой не работает механика публичных продаж. И важно понимать, что вебинар будет продавать, только если контент будет правильно подан. Так работает в любой нише. Ведь если правильно подать контент — к вам обратятся и купят. Если не сделать этого — людям не понравится и никто не купит. Как создать продающий контент и как правильно подать его вашей аудитории — автор программы подробно расскажет и покажет на курсе.

Возрастное предназначение программы

Данная программа рассчитана на слушателей старше 18 лет.

Условия набора и формирования групп:

Принимаются все желающие при условии оплаты стоимости соответствующего тарифа, группы не формируются, обучение происходит индивидуально на образовательной платформе, обучающийся самостоятельно подключается к образовательной платформе, где доступен просмотр обучающих материалов, а также получает возможность подключения к вебинарам, проводимым преподавателями.

Основная форма организации деятельности учащихся на занятии: фронтальная

Нормативные правовые основания разработки программы:

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказ Минпросвещения России от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» (Зарегистрировано в Минюсте России 26.09.2022 № 70226);

- Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 N 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

- Распоряжение Комитета по образованию от 25.08.2022 № 1676-р «Об утверждении критериев оценки качества дополнительных общеразвивающих программ, реализуемых организациями, осуществляющими образовательную деятельность, и индивидуальными предпринимателями»;

- Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 сентября 2021 г. N 652н.

1.2. Цели и задачи программы

Целью программы является предоставление слушателям возможности увидеть их шансы заработка и обучиться навыкам построения рабочей системы продаж. На курсе дается алгоритм создания системы, которая работает без глубокого включения эксперта, но под его контролем. Это дает свободу и возможность уделять больше времени себе, созданию новых идей, и увеличению уровня дохода.

Задачи программы:

1. Изучение особенностей проведения вебинаров и основных инструментов для этого.
2. Разработка эффективной стратегии монетизации вебинаров и привлечения аудитории.
3. Обучение навыкам публичных выступлений и организации интерактивных взаимодействий с участниками.
4. Понимание основных принципов создания продающего контента и продвижения его через вебинары.

5. Изучение основных трендов в области вебинаров и разработка индивидуальной стратегии развития на этом рынке.

1.3. Планируемые результаты обучения

Планируем результатом успешного прохождения обучения является формирование навыка подготовки и проведения привлечения аудитории на вебинары, проведения продающих вебинаров, увеличение показателей доходимости и конверсий в оплаты продукта, реализуемого на вебинаре.

1.4. Организационно-педагогические условия

На практических занятиях слушатели курса решают задачи, предусмотренные к выполнению в каждом модуле обучения, после выполнения задания преподаватели проверяют и дают обратную связь по каждому заданию.

Категория слушателей: возраст обучающихся 18+. Специальных требований к образованию слушателей не предъявляется.

Язык реализации: русский

Сроки реализации программы: программа рассчитана на 59 часов, 7 учебных недель.

Форма обучения: дистанционно, с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Дистанционная поддержка предполагает самостоятельное изучение дополнительных материалов с применением информационно- телекоммуникационных сетей при опосредованном, а также возможность получения консультаций у преподавателей.

Формы проведения занятий:

Занятия образовательного курса проводятся исключительно с применением дистанционных технологий в формате онлайн-лекций, вебинаров, самостоятельного выполнения слушателями заданий по применению предложенных методик с последующим предоставлением обратной связи.

Режим занятий

Слушатели могут выполнять практические задания и проходить промежуточное тестирование в удобное для них время.

Обучающимся предоставляется доступ к системе дистанционного обучения (СДО). Обучаясь на курсе, они знакомятся с учебной информацией, выполняют задачи, проходят итоговое тестирование.

Теоретические материалы курса можно скачивать, распечатывать, пересматривать и

перечитывать. Они предоставляются слушателям в виде:

- видеоуроков;
- аудиоподкастов;
- текстовых материалов.

Кадровые условия реализации программы

В соответствии с Единым квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования», утвержденным приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 26.08.2010 № 761н, дополнительное образование обучающихся, воспитанников в соответствии со своей образовательной программой осуществляет педагог дополнительного образования.

Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 сентября 2021 г. N 652н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 17 декабря 2021 г., регистрационный N 66403), действующим до 1 сентября 2028 года.

ИП Морозов Валерий Владимирович располагает кадрами педагогов дополнительного образования, работающих по гражданско-правовым договорам, способными обеспечить выполнение данной программы.

1.5. Материально-техническое обеспечение образовательной деятельности

Электронная информационно-образовательная среда дополнительной общеобразовательной программы – дополнительной общеразвивающей программы «Миллион с вебинара» состоит из следующих информационных систем:

- официальный сайт программы – <https://morozovval.ru/organization> – обеспечивает доступ к сведениям о программе и возможности зарегистрироваться на данную программу обучения. Режим доступа к информации – свободный.
- внутренняя информационная система обеспечивает фиксацию результатов промежуточного и итогового контроля результатов освоения образовательных программ в процессе обучения. Режим доступа к информации: на рабочих местах администратора платформы (ограниченный – Индивидуальный предприниматель Морозов В.В.).
- наличие электронной системы учета контингента обучающихся (ваши достижения) – обучающийся может отследить собственные достижения внутри платформы GetCourse, когда пройдет уроки (Режим доступа к информации – по индивидуальному паролю и логину обучающегося).
- Электронно-библиотечный ресурс: научная электронная библиотека elibrary.ru
- обучение проходит исключительно дистанционно через личный кабинет на специализированной интернет платформе GetCourse (ссылка: <https://morozovval.ru/teach/>)

control/stream/view/id/541055581), с возможностью прохождения обучения посредством смартфона и специализированной мобильной версии (приложении) обучающей платформы, а также через любой стационарный компьютер или ноутбук.

Через браузеры, находящиеся в свободном доступе глобальной сети «Интернет»: Яндекс, Google Chrome, Mozilla Firefox. Электронные почты, через которые будет направляться обратная связь: Google, Яндекс.Почта, Почта Mail.ru

Платформа позволяет: размещать материалы, прикреплять дополнительные файлы в различных форматах, создавать электронную библиотеку, проводить онлайн – занятия, организовывать практические занятия и давать обратную связь по выполненным заданиям, уведомлять обучающихся о проведении программы.

Все данные обучающихся защищены компанией ООО «Селектел» (<https://selectel.ru/>)

Оборудование необходимое для реализации программы.

Работа спикера осуществляется через Ноутбук ASUS VivoBook 16, оснащенный динамиком, видеочамерой и микрофоном, подключаемый к сети Интернет, а также через Смартфон Apple iPhone 12 Pro, оснащенный видеочамерой и микрофоном, подключаемый к сети Интернет.

Программное обеспечение.

В процессе подготовки и записи уроков используются программы имеющиеся в Ноутбук ASUS VivoBook 16, которые находятся в свободном доступе, а также приложения для смартфона – имеющиеся в свободном доступе для техники Apple в приложении: App Store.

Обучающимся необходим: компьютер или телефон, блокнот и ручка, для конспектирования информации из программы, а также возможность доступа в интернет.

РАЗДЕЛ 2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

ТК – Текущий контроль

ПК – Промежуточный контроль

№п/п	Название темы	Количество часов			Форма контроля
		теория	практика	всего	
	1 раздел. Предобучение.	6	6	12	-
1.1	Вводный урок. Продающий смысл	0,5	0,25	0,75	ТК – в форме мини-теста

1.2	Урок 2. Уникальность эксперта	1	0,25	1,25	ТК – в форме мини-теста
1.3	Урок 3. Уникальность продукта	1,7	2,5	4,2	ТК – в форме практических работ
1.4	Урок 4. Уникальность идеального клиента	2,3		2,3	-
1.5	Урок 5. Карта продающих смыслов	0,5	1	1,5	ТК – в форме практических работ
1.6	Живой урок в формате мастермайнд		2	2	ПК – в форме ответов на вопросы
	2 раздел. Основной курс. Формирование прочного фундамента системы.	25,75	21,25	47	-
2.1	Модуль 1: Аудит и доработка продающего вебинара.	4,5	6	10,5	ПК – в форме ответов на вопросы
2.1.1	Урок 1. Вступление и знакомство	0,25	0,5	0,75	ТК – в форме практических работ
2.1.2	Урок 2. Правила курса	0,25	0,25	0,5	ТК – в форме практических работ
2.1.3	Урок 3. Анкета	0,1	0,25	0,35	ТК – в форме практических работ
2.1.4	Урок 4. Материалы	0,5	0,5	1	ТК – в форме практических работ
2.1.5	Урок 5. Аудит контентной и продающей части	0,7	0,75	1,45	ТК – в форме практических работ
2.1.6	Урок 6. Аудит тайминга	0,25	0,25	0,5	ТК – в форме практических работ
2.1.7	Урок 7. Аудит дизайна	0,1	0,25	0,35	ТК – в форме практических работ

2.1.8	Урок 8. Аудит креативов, текстов и лендинга	0,1	0,25	0,35	ТК – в форме практических работ
2.1.9	Урок 9. Доработка продающего вебинара	2,25	1	3,25	ТК – в форме мини-теста
2.1.10	Живой урок в формате мастермайнд		2	2	ПК – в форме ответов на вопросы
2.2	Модуль 2: Создание продающей части вебинара.	6,5	3,5	10	ТК – в форме практических работ
2.2.1	Урок 1. CustDev	0,75	0,5	1,25	ТК – в форме практических работ
2.2.2	Урок 2. Таблицы продающих сценариев	0,25	0,5	0,75	ТК – в форме практических работ
2.2.3	Урок 3. Бонусы	0,25	0,5	0,75	ТК – в форме практических работ
2.2.4	Урок 4. Бонусы и усилители	0,75	0,5	1,25	ТК – в форме практических работ
2.2.5	Урок 5. Как формировать пакеты для продажи	0,75		0,75	-
2.2.6	Урок 6. Как продавать второй вариант формирования пакетов	0,25	0,5	0,75	ТК – в форме практических работ
2.2.7	Урок 7. Продающая часть вебинара	1	0,5	1,5	ТК – в форме практических работ
2.2.8	Урок 8. Создание продающей части вебинара	1,5	0,5	2	ТК – в форме практических работ
2.2.9	Урок 9. Скринкаст по шаблону продающей части вебинара	1		1	-
2.3	Модуль 3. Создание контентной части вебинара. Выбор подходящей модели контента.	1,5	2,5	4	ПК – в форме ответов на вопросы

2.3.1	Урок 1. Логика построения контента	0,5		0,5	-
2.3.2	Урок 2. Структура контентной части вебинара	0,5	0,5	1	ТК – в форме практических работ
2.3.3	Урок 3. Скринкаст по шаблону контентной части вебинара.	0,5		0,5	-
2.3.4	Живой урок в формате мастермайнд		2	2	ПК – в форме ответов на вопросы
2.4.	Модуль 4. Трафик и посадочная страница.	2,5		2,5	ТК – в форме практических работ
2.4.1	Урок 1. Таргет – как приводить целевые заявки	0,5		0,5	-
2.4.2	Урок 2. Как масштабировать трафик.	0,25		0,25	-
2.4.3	Урок 3. Как снизить стоимость заявки.	0,25		0,25	-
2.4.4	Урок 4. Как вести ретаргет	0,25		0,25	-
2.4.5	Урок 5. Как рекламные креативы влияют на конверсию вебинара	0,25		0,25	-
2.4.6	Урок 6. Лайфхаки по трафику на вебинары	0,25		0,25	-
2.4.7	Урок 7. Технические неочевидные ошибки в трафике, из-за которых падает конверсия	0,25		0,25	-
2.4.8	Урок 8. Процессные неочевидные ошибки в трафике, из-за которых падает конверсия	0,25		0,25	-
2.4.9	Урок 9. 10 фишек для проверки рекламной кампании	0,25		0,25	-
2.5	Модуль 5. Увеличение доходимости до вебинара.	1,5	2,5	4	ТК – в форме практических работ
2.5.1	Урок 1. Ключевые моменты по доходимости	0,25		0,25	-
2.5.2	Урок 2. Коллекция проверенных авторских фишек по повышению доходимости.	0,5	2	2,5	ТК – в форме практических работ

2.5.3	Урок 3. Пример классической вебинарной воронки	0,5	0,5	1	ТК – в форме практически
2.5.4	Урок 4. Автовебинарная воронка — как инструмент для повышения доходимости.	0,25		0,25	-
2.6	Модуль 6. Техническая настройка вебинарной комнаты.	2,75	3,75	6,5	ТК – в форме практически
2.6.1	Подмодуль 6.1. Техническая настройка вебинарной комнаты.	1,5	0,5	2	ТК – в форме практически
2.6.1.1	Урок 1. Как настроить вебинарную комнату	0,5	0,5	1	ТК – в форме практически
2.6.1.2	Урок 2. Типичные ошибки в настройке вебинарной комнаты	0,25		0,25	-
2.6.1.3	Урок 3. Как работать с чатом во время вебинара	0,5		0,5	-
2.6.1.4	Урок 4. Техническая настройка вебинарной комнаты. Скринкаст.	0,25		0,25	-
2.6.2	Подмодуль 6.2. Техническая настройка онлайн-школы	1,25	1,25	2,5	ПК – в форме ответов на вопросы
2.6.2.1	Урок 1. Основы Геткурса. Скринкаст.	0,5	0,5	1	ТК – в форме практически
2.6.2.2	Урок 2. Техническое задание для подписной страницы. Скринкас.	0,5	0,5	1	ТК – в форме практически
2.6.2.3	Урок 3. Подключение Prodamus. Скринкаст	0,25	0,25	0,5	ТК – в форме практически
2.6.3	Живой урок в формате мастермайнд		2	2	ПК – в форме ответов на вопросы

2.7	Модуль 7. Прогон вебинара — как избежать провала.	0,75		0,75	ТК – в форме практически
2.7.1	Урок 1. Ключевые факторы при подготовке к вебинару, влияющие на результат	0,5		0,5	-
2.7.2	Урок 2. Автовебинар	0,25		0,25	-
2.8	Модуль 8. Дожим — как сделать +70% к выручке после вебинара	5,65	3	8,65	ПК – в форме ответов на вопросы
2.8.1	Подмодуль 8.1 Допродажи после вебинара.	1,7	0,5	2,2	ТК – в форме практически
2.8.1.1	Урок 1. Допродажи после вебинара	0,1		0,1	-
2.8.1.2	Урок 2. Элегантный дожим в письмах	1,5		1,5	-
2.8.1.3	Урок 3. Как усилить дожим после веба с использованием писем.	0,1	0,5	0,6	ТК – в форме практически
2.8.2	Подмодуль 8.2. Как работать после вебинара по телефону.	2,75		2,75	ТК – в форме практически
2.8.2.1	Урок 1. Установление контакта и выявление потребностей, целей и причин.	0,75		0,75	-
2.8.2.2	Урок 2. Этапы продаж и речевые модули.	2		2	-
2.8.3	Подмодуль 8.3 Система постоянных улучшений.	1,2	0,5	1,7	ТК – в форме практически х работ
2.8.3.1	Урок 1. Стратегия дальнейшего развития и внедрение улучшений.	0,5		0,5	-
2.8.3.2	Урок 2. Точка безубыточности и продающие циклы.	0,2		0,2	-
2.8.3.3	Урок 3. Примеры гипотез	0,5	0,5	1	ТК – в форме практически

2.8.4	Живой урок в формате мастермайнд		2	2	ПК – в форме ответов на вопросы
3.	Финальный урок	0,1		0,1	Итоговая аттестация – подготовка ведомостей
	Итого часов	31,75	27,25		

РАЗДЕЛ 3. КАЛЕНДАРНЫЙ (ПРИМЕРНЫЙ) УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный график обучения является примерным, составляется и утверждается для каждой группы. В календарном графике отражены все виды работ слушателей.

Учебный период – 2 месяца..

Начало занятий – по мере комплектования группы в течение всего календарного года.

Для всех видов занятий устанавливается академический час продолжительностью 45 минут.

Режим занятий – 1-1,5 академических часа в день, 5 раз в неделю.

Год обучения	Дата начала обучения по программе	Всего учебных недель	Кол-во учебных часов в год	Режим занятий
2024	июль-декабрь	7	59	пять раз в неделю по 1-1,5 ак. часа

3.1. Календарно-тематическое планирование

Месяц	Время проведения занятия	Кол-во часов	Содержание занятия (раздел подготовки, тема)	Форма контроля
-------	--------------------------	--------------	--	----------------

1 неделя	В течение дня	12	1 раздел. Предобучение.	ПК – в форме ответов на вопросы
	В течение дня	0,75	Вводный урок. Продающий смысл	ТК – в форме мини-теста
	В течение дня	1,25	Урок 2. Уникальность эксперта	ТК – в форме мини-теста
	В течение дня	4,2	Урок 3. Уникальность продукта	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	2,3	Урок 4. Уникальность идеального клиента	-
	В течение дня	1,5	Урок 5. Карта продающих смыслов	ТК – в форме практических работ
	По расписанию в течение дня	2	Живой урок в формате мастермайнд	ПК – в форме ответов на вопросы
2 неделя	В течение дня	10,5	Модуль 1: Аудит и доработка продающего вебинара.	-
	В течение дня	0,75	Урок 1. Вступление и знакомство	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,5	Урок 2. Правила курса	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,35	Урок 3. Анкета	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1	Урок 4. Материалы	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1,45	Урок 5. Аудит контентной и продающей части	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,5	Урок 6. Аудит тайминга	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,35	Урок 7. Аудит дизайна	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,35	Урок 8. Аудит креативов, текстов и лендинга	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	3,25	Урок 9. Доработка продающего вебинара	ТК – в форме мини-теста

	По расписанию в течение дня	2	Живой урок в формате мастермайнд	ПК – в форме ответов на вопросы
3 неделя	В течение дня	10	Модуль 2: Создание продающей части вебинара.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1,25	Урок 1. CustDev	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,75	Урок 2. Таблицы продающих сценариев	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,75	Урок 3. Бонусы	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1,25	Урок 4. Бонусы и усилители	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,75	Урок 5. Как формировать пакеты для продажи	-
	В течение дня	0,75	Урок 6. Как продавать второй вариант формирования пакетов	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1,5	Урок 7. Продающая часть вебинара	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	2	Урок 8. Создание продающей части вебинара	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1	Урок 9. Скринкаст по шаблону продающей части вебинара	-
4 неделя	В течение дня	4	Модуль 3. Создание контентной части вебинара. Выбор подходящей модели контента.	ПК – в форме ответов на вопросы
	В течение дня	0,5	Урок 1. Логика построения контента	-
	В течение дня	1	Урок 2. Структура контентной части вебинара	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,5	Урок 3. Скринкаст по шаблону контентной части вебинара.	-
	По расписанию в течение дня	2	Живой урок в формате мастермайнд	ПК – в форме ответов на вопросы

	В течение дня	2,5	Модуль 4. Трафик и посадочная страница.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,5	Урок 1. Таргет – как приводить целевые заявки	-
	В течение дня	0,25	Урок 2. Как масштабировать трафик.	-
	В течение дня	0,25	Урок 3. Как снизить стоимость заявки.	-
	В течение дня	0,25	Урок 4. Как вести ретаргет	-
	В течение дня	0,25	Урок 5. Как рекламные креативы влияют на конверсию вебинара	-
	В течение дня	0,25	Урок 6. Лайфхаки по трафику на вебинары	-
	В течение дня	0,25	Урок 7. Технические неочевидные ошибки в трафике, из-за которых падает конверсия	-
	В течение дня	0,25	Урок 8. Процессные неочевидные ошибки в трафике, из-за которых падает конверсия	-
	В течение дня	0,25	Урок 9. 10 фишек для проверки рекламной кампании	-
5 неделя	В течение дня	4	Модуль 5. Увеличение доходимости до вебинара.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,25	Урок 1. Ключевые моменты по доходимости	-
	В течение дня	2,5	Урок 2. Коллекция проверенных авторских фишек по повышению доходимости.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1	Урок 3. Пример классической вебинарной воронки	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,25	Урок 4. Автовебинарная воронка — как инструмент для повышения доходимости.	-
	В течение дня	2	Модуль 6. Техническая настройка вебинарной комнаты. Подмодуль 6.1. Техническая настройка вебинарной комнаты. Урок 1. Как настроить вебинарную комнату	ТК – в форме практических работ

	В течение дня	1	Урок 2. Типичные ошибки в настройке вебинарной комнаты	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,25	Урок 3. Как работать с чатом во время вебинара	-
	В течение дня	0,5	Урок 4. Техническая настройка вебинарной комнаты. Скринкаст.	-
6 неделя	В течение дня	2,5	Подмодуль 6.2. Техническая настройка онлайн-школы	ПК – в форме ответов на вопросы
	В течение дня	1	Урок 1. Основы Геткурса. Скринкаст.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	1	Урок 2. Техническое задание для подписной страницы. Скринкаст.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,5	Урок 3. Подключение Prodamus. Скринкаст	ТК – в форме практических работ
	По расписанию в течение дня	2	Живой урок в формате мастермайнд	ПК – в форме ответов на вопросы
	В течение дня	0,75	Модуль 7. Прогон вебинара — как избежать провала.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,5	Урок 1. Ключевые факторы при подготовке к вебинару, влияющие на результат	-
	В течение дня	0,25	Урок 2. Автовебинар	-
	В течение дня	8,65	Модуль 8. Дожим — как сделать +70% к выручке после вебинара	ПК – в форме ответов на вопросы
	В течение дня	2,2	Подмодуль 8.1 Допродажи после вебинара.	ТК – в форме практических работ
	В течение дня	0,1	Урок 1. Допродажи после вебинара	-
	В течение дня	1,5	Урок 2. Элегантный дожим в письмах	-
	В течение дня	0,6	Урок 3. Как усилить дожим после веба с использованием писем.	ТК – в форме практических работ
7 неделя	В течение дня	2,75	Подмодуль 8.2. Как работать после вебинара по телефону.	ТК – в форме практических работ

В течение дня	0,75	Урок 1. Установление контакта и выявление потребностей, целей и причин.	-
В течение дня	2	Урок 2. Этапы продаж и речевые модули.	-
В течение дня	1,7	Подмодуль 8.3 Система постоянных улучшений.	ТК – в форме практических работ
В течение дня	0,5	Урок 1. Стратегия дальнейшего развития и внедрение улучшений.	-
В течение дня	0,2	Урок 2. Точка безубыточности и продающие циклы.	-
В течение дня	1	Урок 3. Примеры гипотез	ТК – в форме практических работ
По расписанию в течение дня	2	Живой урок в формате мастермайнд	ПК – в форме ответов на вопросы
В течение дня	0,1	Финальный урок	Итоговая аттестация – подготовка ведомостей
Всего	59		

РАЗДЕЛ 4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ

1. Рабочая программа «Предобучение»

Авторская рабочая программа «Предобучение» к основному курсу «Миллион с вебинара» разработана с целью освоения обучающимися основных терминов и понятий, используемых при планировании и проведении вебинаров, а также с целью определения смысловой составляющей планируемых обучающимися вебинаров.

Направленность Программы: социально-педагогическая (социально-гуманитарная).

Актуальность Программы заключается в том, что значительная часть организуемых экспертами вебинаров не способна донести ценность их знаний, поскольку не выстроены основные смыслы, закладываемые экспертом в свой продукт.

Новизна Программы заключается в том, что она основана на опыте автора программы в организации и проведении продающих вебинаров, которым обучено более 2000 учеников, из которых 120 стали миллионерами.

Отличительная особенность Программы заключается в том, что в ней теория сразу преобразуется в новые нейронные связи через практические задания: мини-тесты, практики, заполнение майнд-карт.

Адресат Программы – обучающиеся совершеннолетние лица, желающие повысить качество проводимых вебинаров. Обучение происходит онлайн на платформе без формирования групп. К обучению допускаются все желающие, достигшие совершеннолетия и оплатившие выбранный тариф обучения.

Содержание рабочей программы «Раздел 1. «Предобучение»

Вводный урок. Продающий смысл.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч.).

В этом уроке ученики узнают, что такое “Продающий смысл”, поймут, как выстраивать продающие смыслы через призму своих ценностей, какую роль продающие смыслы играют в воронке продаж, для чего нужна карта продающих смыслов и где/ как ее использовать.

Познакомятся с авторской методикой распаковки уникальных ценностей Техника “ЗУ”. Поймут, как создавать карту продающих смыслов, используя эту методику.

Практика. Мини-тест (0,25 ак.ч):

1 Выберите правильное определение для понятия “Карта продающих смыслов”. Карта продающих смыслов – это

- программа для создания майнд-карт;
- скрипт для отработки возражений клиентов;
- **совокупность идей, которые неизбежно приводят к покупке вашего продукта или услуги;**
- инструкция для создания структуры продающего вебинара

2 Выберите правильное определение для понятия “Нишевые возражения”. Нишевые возражения – это

- возражения, которые встречаются при продаже любого продукта
- **возражения, которые встречаются только в вашей нише и / или при продаже вашего продукта**
- возражения, которые отрабатывает спикер на вебинаре
- возражения, которые отрабатывает модератор в чате вебинара

3 Какой из продающих смыслов можно доносить только через фотографии, без историй?

- мой продукт полезен эксперту в любой нише
- **купив мой продукт, вы сможете прийти к такому же образу жизни как у меня**

- деньги есть всегда, нужно только научиться видеть возможности их зарабатывать
- я – профессионал в этой теме и копаю глубоко. С моим продуктом вы с бОльшей вероятностью придете к результату, чем без него.

Урок 2. Уникальность эксперта

Часть 1. Техника «Три У».

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак. ч)

На уроке на примерах разбирается, что такое уникальность эксперта; зачем она нужна; как ее найти; как ее демонстрировать.

Практика. Мини-тест (0,25 ак.ч)

1 Для кого спикер рассказывает историю о самом большом результате?

- для тех, кто хочет покупать все самое новое
- для тех, кому важны ценности спикера
- для тех, кто сейчас мало зарабатывает, но хочет зарабатывать много
- **для тех, кого не мотивируют деньги, но мотивирует возможность получить влияние**

2 Выберите правильное определение понятию “тема”. Тема – это

- уникальность продукта, который создает эксперт
- **сфера деятельности, которой занимается эксперт**
- совокупность правил для создания продукта
- учение о методах, способах и стратегиях исследования продукта

3 Какой смысл доносит история слабостей тренера?

- продукт эксперт создан для низкоценового сегмента целевой аудитории
- для достижения любого результата нужно делать только одну попытку
- **если у неидеального человека получилось, то и у вас точно получится**
- у меня, неидеального, не получилось с первого раза, значит, у всех остальных точно не получится.

Часть 2. История главной боли.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части урока продолжаем говорить о раскрытии уникальности эксперта через истории, учимся раскрывать суть истории, подводить историю к продукту.

Часть 3. Как найти ценность эксперта.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Закрепляем знания о том, как раскрывать суть истории; подводить историю к продукту. Научимся определять как ценность связана с продуктом; как ценность реализуется через ваш курс; через какие ценности ученики готовы транслировать свой продукт.

Ученики узнают 4 базовых типа ценностей, которые можно внедрить в свой продукт, потому что они есть у каждого.

Урок 3. Уникальность продукта

Часть 1. Что такое уникальность продукта

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим 5 шагов создания структуры уникального продукта.

Часть 2. Тонкости распаковки уникальности

Теория Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Практика. Заполнить схему создания уникального продукта в рабочей тетради по вопросам урока (0,5 ак.ч)

Часть 3. Два важных шага в распаковке уникальности продукта

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Разберем 2 важных шага в распаковке уникальности продукта:

- Баланс твердого и мягкого.
- Описание структуры курса.

Практика. Заполнить схему создания уникального продукта в рабочей тетради по вопросам урока (0,5 ак.ч)

Часть 4. Набор действий, которые приведут вашего клиента из точки А в точку Б

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

На уроке рассмотрим:

- Как формируются модули и уроки в курсе?
- Зачем нужен нулевой модуль и почему первый модуль не может быть вводным?
- Главную ошибку новичка при создании курса и 3 основных ошибки, которые могут помешать ученикам пройти ваш курс.
- Как прописывать результаты модуля и уроков внутри модуля и для чего это делать?
- Как определить, нужен ли модуль/ урок в курсе?
- Критерии качественного результата.
- Технику “И че?”
- Как и зачем делать дополнительные материалы для вашего курса и что в них включать?

Практика. Используя контент данного урока заполнить в рабочей тетради во вкладке "Структура курса" столбец "Результат модуля", а также столбцы: "Тема Урока", "Результат Урока", "Формат и доп материалы" (1 ак.ч)

Часть 5. “Общая схема” вашего продукта

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

рассмотрим: типы результатов, которые покупают ваши клиенты;

как создать уникальный продукт, который продаст сам себя;

как проводить распаковку продукта через историю о продукте и где применять эту распаковку.

Практика. Используя контент данного урока заполнить последнюю строчку в вашей таблице "Типы результатов". (0,5 ак.ч)

Часть 6. Распаковка через истории о продукте

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим, как и зачем прописывать: истории создания продукта; истории создания технологии и чем они отличаются от историй создания продукта; истории про каждый элемент продукта.

Часть 7. Распаковка через истории о продукте. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим, как правильно прописывать истории на каждый бонус, почему бонусы нужно тщательно продумывать, как рассказывать истории про гарантии, для чего нужно рассказывать истории о том, почему нужно быть первым.

Часть 8. История создания уникальности вашего продукта

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Поговорим об историях создания уникальности продукта.

Урок 4. Уникальность идеального клиента

Часть 1. Распаковка уникальности идеального клиента

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока ученики узнают:

- Что такое уникальность идеального клиента и зачем она нужна?
- Как выстроить очередь за своим продуктом?
- Как найти того самого “идеального клиента”, используя истории из своей жизни?
- Принципы авторской техники “Клевер” и как с ее помощью понять потребности своего идеального клиента.
- Зачем делать глубинное интервью своих клиентов?
- Кому продавать свой продукт, если вы новичок?
- Что такое сегмент аудитории и как с ним работать?

Часть 2. Распаковка идеального клиента через истории о клиентах

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока рассмотрим:

- Как распаковывать идеального клиента через истории о клиентах?
- Какие бывают возражения и как их отрабатывать через истории своих клиентов?
- Как отработать любое возражение 4-мя разными способами?
- Почему продажи должны быть экологичными?
- Что такое результат результата и как его использовать в своих продажах?

Часть 3. Два самых частых типа возражений

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Рассмотрим 2 самых частых типа возражений:

- у меня особый случай;
- у меня нет времени.

Разберем на конкретных примерах, как отработать эти возражения.

Часть 4. Варианты закрытия возражений

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока мы рассмотрим варианты закрытия возражений:

- муж/жена против;
- я уже прохожу другой курс, зачем мне еще один.

Часть 5. Варианты закрытия возражений. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,35 ак.ч)

Варианты отработки популярных возражений:

- я пробовал у другого автора, у меня не получилось;
- а вдруг у меня не получится?

Часть 6. Варианты закрытия возражений. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,35 ак.ч)

Финальная часть урока, в которой рассмотрим варианты отработки возражения “Дорого”:

- для наставничества
- для ВИП-тарифа.

Урок 5. Карта продающих смыслов

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Урок о том, как составлять карту продающих смыслов и как ее использовать для увеличения своих доходов.

За время урока ученики узнают:

- что такое карта продающих смыслов и как ее использовать в воронке продаж;
- зачем вообще создавать и где применять карту продающих смыслов;
- чек-лист: как создать свою карту продающих смыслов;
- что такое нишевые возражения;
- в какой программе создавать карту продающих смыслов.

Практика. Скачать программу Xmind, после этого просмотреть шаблон "Карты смыслов", составить свою карту на основе шаблона (1 ак.ч)

Урок 6. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда (2 ак.ч).

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

2. **Рабочая программа. Основной курс**

Авторская рабочая программа «Основной курс «Миллион с вебинара» разработана с целью получения обучающимися навыков построения структуры вебинара, разработки презентационных материалов, подготовки, проведения вебинара и повышения его эффективности.

Направленность Программы: социально-педагогическая (социально-гуманитарная).

Актуальность Программы заключается в том, что значительная часть организуемых экспертами вебинаров не способна донести ценность их знаний, поскольку не выстроены основные смыслы, закладываемые экспертом в свой продукт.

Новизна Программы заключается в том, что она основана на опыте автора программы в организации и проведении продающих вебинаров, которым обучено более 2000 учеников, из которых 120 стали миллионерами.

Отличительная особенность Программы заключается в том, что в ней теория сразу преобразуется в новые нейронные связи через практические задания: заполнение шаблонов документов, таблиц, проработка содержательной части вебинара, сбор информации и выстраивание ее структуры.

Адресат Программы – обучающиеся совершеннолетние лица, желающие повысить качество проводимых вебинаров. Обучение происходит онлайн на платформе без формирования групп. К обучению допускаются все желающие, достигшие совершеннолетия и оплатившие выбранный тариф обучения, успешно освоившие рабочую программу «Предобучение».

Содержание раздела 2 «Основной курс»

Модуль 1. Аудит и доработка продающего вебинара

Урок 1. Вступление и знакомство

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Знакомство с программой прохождения обучения, правила фиксации точки А.

Практика. С помощью прилагаемой формы зафиксировать показатели результативности своего последнего проведенного вебинара (0,5 ак.ч)

Урок 2. Правила курса

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Разъяснение и порядок принятия учениками правил прохождения обучения.

Практика. Зафиксировать свои обязательства по прохождению обучения (0,25 ак.ч)

Урок 3. Анкета

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Разъяснение порядка и важности заполнения анкеты.

Практика. Заполнить предложенную анкету (0,25 ак.ч)

Урок 4. Материалы

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

рассмотрим, какие потребуются материалы для аудита продающего вебинара по каждому из блоков:

- Вебинар
- Воронка
- Аудитория

- Прочие материалы

Практика. Вернуться к прилагаемой форме и уточнить показатели результативности своего последнего проведенного вебинара с учетом материалов урока (0,5 ак.ч)

Урок 5. Аудит контентной и продающей части

Часть 1.

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

На уроке ученики узнают:

- зачем вообще делать аудит вебинара, причем как своего, так и конкурентов;
- о существовании двух вариантов аудита: базовом и углубленном
- на какие важные моменты обязательно нужно обращать внимание во время аудита.

Часть 2. Фишки ораторского искусства

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Рассмотрим 7 продающих фишек и как оценить их использование в вебинаре.

В частности, разберем, почему важно оценить:

- использует ли спикер техники подъема энергии;
- предлагает ли спикер аудитории физические упражнения;
- меняет ли спикер скорость, громкость, тембр своей речи;
- выделяет ли он важные моменты в речи интонационно;
- где находятся руки спикера во время выступления.

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Фишки, для проработки ораторского искусства", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар (0,25).

Часть 3. Фишки контента

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим, как проводить аудит вебинара на предмет наличия в нем фишек для проработки контента.

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Фишки, для проработки контента", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар (0,25).

Часть 4. Фишки продающей части

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим, как проводить аудит вебинара на предмет наличия в нем фишек для проработки продаж.

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Фишки, для проработки продажи", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар (0,25).

Урок 6. Аудит тайминга

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Поговорим об анализе тайминга вебинара. Разберём подробный чек-лист, где четко по пунктам вы узнаете:

- сколько должен длиться проморолик перед началом выступления;

- сколько должна длиться вступительная часть;
- в течение какого времени должно быть первое упоминание о продукте
- когда нужно показывать 1-ю ссылку на оплату и открывать 2-ю контентную часть
- сколько должны длиться продажи и т.д.

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Аудит тайминга", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар (0,25).

Урок 7. Аудит дизайна

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Рассмотрим аудит дизайна продающей презентации:

- почему не стоит на одном слайде показывать более 1 смысла;
- почему на одном слайде не нужно заострять внимание больше 1 минуты
- какими должны быть картинки и фотки, чтобы не отвлекать от текста
- какой использовать шрифт и цветовую гамму в презентации
- как правильно выстраивать композицию в презентации.

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Аудит дизайна", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар (0,25).

Урок 8. Аудит креативов, текстов и лендинга

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Рассмотрим:

- аудит креативов;
- аудит подписной страницы;
- аудит текстов вебинарной воронки.

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Аудит креативов, текстов и лендинга", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар (0,25).

Урок 9. Доработка продающего вебинара

Часть 1. Фишки

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим 7 продающих фишек, прокачивающих ораторское искусство, и как реализовать эти фишки в своих вебинарах.

В частности, мы рассмотрим как:

- использовать техники подъема энергии;
- вовлечь аудиторию через физические действия;
- удерживать внимание аудитории, меняя скорость, громкость, тембр своей речи;
- выделять важные моменты в речи интонационно;
- спикеру расположить руки во время вступления.

Часть 2. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Разберем фишки, которые помогут доработать контентную часть вебинара, и как внедрять эти фишки и сделать свою презентацию интересной и вовлекающей.

Часть 3. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Продолжаем обсуждать способы внедрения фишек для проработки контентной части.

Разберем как:

- сделать истории продающими;
- отработать возражения в контентной части;
- рассказывать о своей миссии и ценностях;
- правильно читать комментарии во время вебинара и многое другое;
- говорить с аудиторией на ее языке;
- правильно делать переходы от контентной части к продаже и т.д.

Часть 4. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Продолжаем обсуждать способы внедрения фишек для проработки контентной части.

Разберем фишки для работы с разными типами историй.

Как вовлекать аудиторию?

Зачем нужны призывы к действию каждые 3 минуты?

Как правильно показывать отзывы и кейсы?

Как рассказывать истории не ради истории, а чтобы вызывать желание купить?

Часть 5. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим, как доработать вашу продающую презентацию, используя фишки для проработки продаж.

Часть 6. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Продолжаем говорить о доработке продающей части вебинара при помощи продающих фишек.

Часть 7. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Очередная порция информации о продающих фишках для доработки вашей презентации.

Часть 8. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Продолжаем разбирать фишки для усиления продающей части вашего вебинара.

Из этой части урока ученики узнают:

- что можно создавать более одного окна продаж и как это сделать;
- как догревать людей во время вебинара и подталкивать их к покупке;
- как использовать позитивную и негативную мотивацию;
- что и как подсвечивать в историях, чтобы вызывать желание купить;
- как правильно презентовать рассрочку;
- как убедить оставить заявку или внести задаток;
- как презентовать бесплатное прохождение курса;

- зачем рассказывать про 4 основных типа мотивации.

Часть 9. Фишки. Продолжение

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Заключительная часть этого урока и этого модуля. Продолжаем рассматривать продающие фишки, которые улучшат продающие качества вебинара.

Что рассмотрим в этой части урока:

- как демонстрировать свои ценности;
- как доносить важные мысли, которые помогут принять решение о покупке;
- как соединиться с аудиторией через общие истории;
- как правильно обосновывать цену;
- как через рекомендацию полезных книг помочь принять решение о покупке.

Практика: выполнить задание «Доработка продающего вебинара» (1 ак.ч)

Выполнить мини-тест:

Вопрос №1 из 3

Выберите один или несколько вариантов ответа

Чего не рекомендуется делать на продающем вебинаре?

- Давай «вау-фишку» из своего контента уже во вступлении к вебинару
- Рассказывать про свои ценности
- Предлагать в начале вебинара на 15-ой минуте оставить заявку тем, кто для этого пришел и нет времени слушать вебинар до конца
- **Задавать аудитории вопросы для получения обратной связи только в конце вебинара, а не каждые 3 минуты на протяжении всего вебинара**

Вопрос №2 из 3

Выберите один или несколько вариантов ответа

Что является фишкой на продающем вебинаре?

- Есть вместе с аудиторией во время вебинара
- **Предлагать людям делать физическое упражнение во время вебинара**
- Добавить цитату на каждый слайд в презентации
- Не делать переход от контента к продаже

Вопрос №3 из 3

Выберите один или несколько вариантов ответа

Что не является фишкой на продающем вебинаре?

- Называя цену продукта, сравнивать ее с тем, что на эти деньги можно купить
- Пошагово показывать на вебинаре, как сделать заказ и оплатить
- **Добавлять на готовую задизайненную презентацию номера слайдов**

- Давать бонус для первых 5 оплативших

Урок 10. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда (2 ак.ч).
Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Модуль 2. Создание продающей части вебинара

Урок 1. Custdev

Часть 1.

Первый шаг в создании продающего вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

На уроке ученики рассматривают, что такое CUSTDEV, для чего он нужен, как его проводить и какие бывают ошибки при проведении.

Часть 2. Составляющие метода “5 П”.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока мы продолжаем рассматривать составляющие метода “5 П”.

В частности ученики изучат вопросы для анализа поиска решений; вопросы для анализа принятия конкретного решения; вопросы для анализа покупки; вопросы для анализа пользовательского опыта.

Практика. Выполнить задание «Custdev» (0,5 ак.ч)

Урок 2. Таблица продающих сценариев

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

На уроке ученики рассмотрят, что такое таблица продающих сценариев и зачем она нужна; как строится таблица продающих сценариев и из чего она состоит; где брать данные для ее заполнения; как правильно заполнять и обязательно ли заполнять таблицу по порядку; как понять, что результат описан правильно и где можно применять таблицу продающих сценариев.

Практика. Заполнить предложенную таблицу (0,5 ак.ч)

Урок 3. Бонусы

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Из этого урока ученики узнают зачем предоставлять много бонусов, как улучшить таблицу продающих сценариев; как окупить участие в курсе, используя знания из этого урока; 2 основных подхода к формированию бонусов к курсу; 4 функции бонусов; как облегчить путь клиента, используя бонусы, категории бонусов.

Практика. Выполнить задание «Бонусы» (0,5 ак.ч)

Урок 4. Бонусы и усилители

Часть 1. Первый блок усилений.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части урока ученики узнают, как можно усилить продукт, либо как повысить его привлекательность через бонусы.

Часть 2. Второй блок усилений.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части урока ученики рассмотрят:

- мастер-группа или мастермайнд после окончания курса;
- шаблоны, трафареты;
- интеллект-карты;
- видеоинструкции и скринкасты;
- приглашенные эксперты;
- сопровождение;
- часть работы “под ключ”;
- награды;
- сертификаты.

Часть 3. Варианты усиления часть 3.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части урока ученики рассмотрят следующие варианты усиления:

- личный телефон;
- личный коучинг;
- совместный продукт;
- выездной тренинг;
- годовая программа;
- совместные путешествия;
- сервис-менеджер;
- книга;
- физические материалы;
- пакет выше.

Практика: выполнить задание «Бонусы и усилители» (0,5 ак.ч)

Урок 5. Как формировать пакеты

Часть 1. Как формировать пакеты для продажи.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Поговорим о том, как создавать пакеты для продажи вашего курса.

- какой из двух вариантов лучше всего подходит для продаж через автоворонку;
- какой продукт можно продавать по одной цене;
- зачем делать несколько пакетов;
- как формировать цену на пакеты;
- от чего отталкиваться при формировании цены;
- в каких случаях можно создавать 4-й пакет;

- как мотивировать учеников на повышение пакета внутри курса.

Часть 2.Продолжение формирования пакетов.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части урока ученики узнают про принципы формирования пакетов; с какого пакета начинать продавать; как строится цена на продукт; как заставить людей переходить на более высокий тариф во время обучения.

Урок 6. Как продавать второй вариант формирования пакетов

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Рассмотрим:

- как формировать пакеты, опираясь на второй пакет;
- как продавать на вебинаре именно второй пакет;
- чем руководствоваться при формировании цены на пакеты;
- технику “Три стула”;
- как формировать цены на другие пакеты относительно того, который продаем;
- как описать продукт с одним тарифом.

Практика: выполнить задание «Как формировать пакеты» (0,5 ак.ч)

Урок 7. Продающая часть вебинара.

Часть 1.Продающая часть презентации.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока участники поймут:

- как строится продающая часть от общего к частному;
- что такое продуктовое и маркетинговое предложения и чем они отличаются друг от друга;
- конкретные шаги для построения продающей части;
- как описать путь героя из точки А в точку Б, вписать его в свою продающую презентацию и зачем это вообще делать;
- сколько времени должно пройти от начала презентации продукта до первого озвучивания цены;
- как презентовать результаты по модулям;
- нюансы по презентации цены.

Часть 2. Специальное предложение.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока ученики продолжают разбирать критерии создания продающей презентации.

Практика: выполнить задание «Продающая часть вебинара» (0,5 ак.ч)

Урок 8. Создание продающей части вебинара.

Часть 1. Как создавать продающую часть презентации.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока ученики научатся озвучивать особые условия для участников вебинара, чтобы они покупали прямо сейчас; применять триггеры продаж; правильно презентовать.

Часть 2. Продолжаем создавать продающий вебинар.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этой части урока ученики узнают:

- Как выбирать модель фиксирования цены?
- Что делать, если у вас нет отдела продаж?
- Как делать дожим сомневающихся?
- Как давать гарантии и антигарантии?
- Почему настоятельно не рекомендуется давать гарантию заработка?
- и многое другое.

Часть 3. Скрипт продажи с призывом

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части урока вы узнаете:

- Как демонстрировать формирование цены на бонусы?
- Как не стоит демонстрировать бонусы?
- Что можно изменять в продающей части презентации, а что крайне не рекомендуется?
- Как закрывать возражения через истории?
- Как правильно отвечать на часто задаваемые вопросы?

Часть 4. Контентные продажи.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В данной части урока ученики узнают, как удерживать аудиторию весь вебинар до контентно-продающей части, что такое контентная часть, как ее правильно проводить и сколько она должна длиться по времени.

Практика: выполнить задание «Создание продающей части вебинара» (0,5 ак.ч)

Урок 9. Скринкаст по шаблону продающей части вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (1 ак.ч)

На данном этапе мы разберем, как делать отсылки к основному курсу в продающей части презентации; кому и как использовать прием “выдать бонус за регистрацию за 5 минут”; что рассказывать, когда закончился контент, а слушатели не уходят.

Модуль 3. Контентная часть вебинара.

Урок 1. Логика построения контента.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В данном уроке вы поймете, зачем удивлять свою аудиторию, что является индикатором плохого контента, как усилить контент и многое другое. Ученики узнают оптимальную продолжительность контентной части и в каком темпоритме ее проводить.

Урок 2. Структура контентной части вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке ученики узнают, как демонстрировать свою экспертность, если еще нет кейсов и отзывов; как собрать на один курс разные целевые аудитории и как встроить в контент эмоциональную составляющую.

Практика: выполнить задание «Структура контентной части вебинара.» (0,5 ак.ч)

Урок 3. Скринкаст по шаблону контентной части вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке разберем:

1. шаблоны пошаговой и лепестковой моделей;
2. как описывать свою авторскую систему через геометрическую фигуру;
3. зачем давать в презентации много примеров;
4. как не перенасытить аудиторию контентом и при этом продать.

Урок 4. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда (2 ак. ч).

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Модуль 4. Трафик и посадочная страница

Урок 1. Таргет - Как приводить целевые заявки.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке ученики узнают, как получать целевой трафик, как составлять и оценивать креативы и как быстро тестировать рекламные кампании.

Урок 2. Как масштабировать трафик.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Разберем 3 важных вопроса масштабирования:

- как делать больше лидов;
- как нанимать таргетологов;
- как работать с рекламой на масштабе.

Урок 3. Как снизить стоимость заявки.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этом уроке рассмотрим:

- что такое CustDev, как быстро его составить и зачем он таргетологам;
- как сделать стоимость лида дешевле;
- как работать с рекламой при масштабировании.

Урок 4. Как вести ретаргет.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Разберем:

- в каких случаях и зачем делать ретаргет для автовебинаров, живых вебинаров и продаж;
- в каких случаях имеет смысл использовать 2 продажника;
- как быстро протестировать ретаргет.

Урок 5. Как рекламные креативы влияют на конверсию вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Из этого урока ученики узнают:

1. почему рекламные креативы могут снижать конверсию вебинара
2. почему не стоит говорить и показывать в креативах то, чего на самом деле не будет на вебинаре
3. почему не стоит создавать излишне “хайповые” креативы
4. зачем проверять и сопоставлять информацию в креативах и по всей воронке с тем, что будет на вебинаре
5. зачем следить за тем, что публикуют ваши таргетологи и как один креатив может нанести вам репутационную потерю
6. почему не стоит завышать ожиданий аудитории

Урок 6. Лайфхаки по трафику на вебинары.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Вы узнаете:

1. зачем настраивать ретаргетинг на продающий лендинг
2. почему не стоит игнорировать тех, кто подал заявку и не пришел на вебинар
3. зачем настраивать ретаргет на тех, кто пришел на вебинар и не купил
4. зачем вести рекламу из нескольких кабинетов
5. зачем давать рекламной кампании обучаться
6. что плохие продажи не всегда связаны с плохим трафиком

Урок 7. Технические неочевидные ошибки в трафике, из-за которых падает конверсия.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В данном уроке ученики поймут, почему масштабирование сумм на трафик не всегда влечет увеличение количества привлеченных клиентов, зачем формировать отчетность и как ее правильно использовать.

Урок 8. Процессные неочевидные ошибки в трафике, из-за которых падает конверсия.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этой части мы рассмотрим основные процессные ошибки и поймем, почему статистика – это важно и зачем она нужна таргетологу.

Урок 9. 10 фишек для проверки рекламной кампании.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Из этого урока вы узнаете:

1. на что обязательно нужно обращать внимание, при проверке рекламной кампании
2. зачем настраивать цели, и в Яндекс и в Гугл метриках
3. зачем постоянно проверять соответствие креативов и интересов вашей целевой аудитории
4. зачем использовать ретаргет

Модуль 5. Как увеличить доходимость до вебинара?

Урок 1. Ключевые моменты по доходимости.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Вы поймете:

- зачем внедрять автозвонок;
- для чего нужны чаты в различных мессенджерах с напоминаниями;
- стоит ли отправлять рабочую тетрадь до начала вебинара;
- зачем отправлять бэкстейдж и что в нем показывать;
- зачем говорить, что записи не будет.

Урок 2. Коллекция проверенных авторских фишек по повышению доходимости.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Из этой части урока вы узнаете:

- зачем вообще работать над доходимостью;
- какие инструменты использовать для увеличения доходимости;
- как повышать доверие аудитории в целях увеличения доходимости;
- как влиять на доходимость, используя автовебинары;
- какая доходимость считается нормальной;
- как влиять на доходимость при помощи писем и общие принципы их написания.

Практика: прочитать книгу онлайн "Пиши, сокращай" (2 ак.ч)

Урок 3. Пример классической вебинарной воронки.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке разберем, зачем тестировать разные площадки для размещения рекламы; что такое подписная страница; как подсвечивать лид-магнит на подписной странице, чтобы он привлекал людей; для чего нужно видео и где его размещать на подписной странице и странице "Спасибо"; какие данные нужно собирать на странице для сбора заявок и многое другое.

Практика: выполнить задание «Пример классической вебинарной воронки» (0,5 ак.ч)

Урок 4. Автовебинарная воронка — как инструмент для повышения доходимости.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В данном уроке вы узнаете, в чем принципиальное отличие автовебинарной воронки от классической автовебинарной воронки в телеграм; что использовать в качестве кодового слова для запуска воронки; как собирать и использовать показатели инстаграм-воронки; зачем настраивать информаторы, которые сообщают о событиях, происходящих в воронке.

Модуль 6. Техническая настройка проекта

Подмодуль 6.1. Техническая настройка вебинарной комнаты.

Урок 1. Как настроить вебинарную комнату.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке мы рассмотрим:

1. какая нужна техника
2. как настроить вебинарную комнату
3. как работать с чатом во время вебинара

В ходе урока ученики получают минимум 2 инсайта:

1. о том, как научиться пользоваться техникой и сервисами
2. о том, как использовать интернет и зачем нужен второй провайдер.

Практика: выполнить задание «Как настроить вебинарную комнату» (0,5 ак.ч)

Урок 2. Типичные ошибки в настройке вебинарной комнаты.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Вы узнаете:

1. зачем делать прогон вебинара до его начала
2. для чего нужна резервная техника и резервные источники питания
3. зачем проверять качество звука и тестировать все кнопки, ссылки, метки до начала вебинара.

Кроме ответов на все эти вопросы, вы узнаете, как можно избежать самых распространенных ошибок и провести свой вебинар в любых условиях.

Урок 3. Как работать с чатом во время вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Вы поймете:

1. какие вопросы из чата нужно читать во время вебинара
2. как и зачем распределять зоны ответственности между членами команды до начала вебинара
3. для чего нужны скрипты ответов в чат
4. где найти хорошего модератора и как с ним работать
5. важные нюансы в работе модератора
6. принципы запрета сообщений одному, нескольким или всем участникам чата
7. зачем делать призывы к действию и озвучивать поздравления оплативших в чате

Урок 4. Техническая настройка вебинарной комнаты. Скринкаст.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Из этого урока ученики научатся, как настроить презентацию, трансляцию видео в OBS; как подключить zoom-созвон к OBS; как добавить заставку на время перерыва.

Подмодуль 6.2. Техническая настройка онлайн-школы.

Урок 1. Основы Геткурса. Скринкаст.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Участники узнают, как зарегистрироваться на сайте Геткурс; ознакомятся с основными разделами; создадут свой первый тренинг.

Практика: зарегистрировать аккаунт на платформе Геткурс (0,5)

Урок 2. Техническое задание для подписной страницы. Скринкас.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Разберем 2 важных момента:

- какие материалы разместить на сайте;
- какие документы передать верстальщику.

В частности, рассмотрим:

- как зарегистрироваться в Miro и на сайте Tilda;
- как скопировать шаблон страницы в Miro, и как с ним работать;
- что размещать на первой странице вашей подписной;
- что размещать на последующих страницах;
- примеры оформления подписных страниц.

Практика: создать прототип подписной страницы по шаблону (0,5 ак.ч).

Урок 3. Подключение Prodamus. Скринкаст.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

В этом скринкасте разберем:

- как зарегистрироваться на сайте Продамус;
- способ подключения на примере телеграм;
- как заполнить анкету на сайте;
- как настроить платежную систему и подключить ее в Геткурсе.

Практика: зарегистрироваться в сервисе Продамус (0,25 ак.ч)

Урок 4. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда (2 ак.ч).

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Модуль 7. Прогон вебинара — как избежать провала.

Урок 1. Ключевые факторы при подготовке к вебинару, влияющие на результат.

Часть 1. Как подготовиться к вебинару, чтобы избежать провала.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

На уроке ученики поймут, как создать идеальный вебинар и автовебинар; какие показатели анализировать после прогона вебинара и зачем вообще проводить аудит собственного вебинара после прогона.

Часть 2. Окружающая среда перед проведением вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Из этой части урока вы узнаете:

- что такое окружающая среда и как она влияет на проведение вебинара;
- как усилить подачу энергии во время вебинара;
- как ваше состояние влияет на ваши продажи;
- зачем выключать телефон в день вебинара;
- как перестать бояться и продавать на кураже;
- зачем демонстрировать эмоции и как это делать правильно;
- как нужно выглядеть на вебинаре.

Урок 2. Автовебинар.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Из этого урока вы узнаете:

- о чем не стоит упоминать во время вебинара;
- что делать, если забыли о чем-то рассказать во время вебинара;
- можно ли добавить актуальную информацию в записанный вебинар;
- как часто нужно проводить вебинары.

Модуль 8. Дожим — как сделать +70% к выручке после вебинара

Подмодуль 8.1 Допродажи после вебинара.

Урок 1. Допродажи после вебинара.

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Из этого урока вы узнаете:

- почему не получается заработать миллион в месяц чистыми;
- в каких случаях лучше звонить самому и кому вообще нужно звонить;
- какие письма нужно отправлять для дожима;
- какой инструмент использовать в рекламе, если вы работаете с запусковой моделью.

Урок 2. Элегантный дожим в письмах.

Часть 1. Контент-план для дожимных писем.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке ученики поймут: сколько времени в среднем нужно человеку, чтобы принять решение о покупке; как выбирать целевое действие для дожимных писем; почему в дожимных письмах не обязательно призывать к покупке; что мотивирует читателя

совершать целевые действия; как и зачем анализировать эффективность дожимных писем.

Часть 2. Как подбирать смыслы для дожимных писем.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Рассмотрим:

- чем возражения отличаются от догмы;
- как формулировать догму и какие есть фразы-сигналы, которые чаще всего встречаются в формулировках догмы;
- как и зачем оценивать статистику по догмам;
- как подтверждать наличие догмы, используя социальные сети;
- как разбить сформированную догму;
- какую информацию включить в шампурную таблицу после исследования догм.

Часть 3. Алгоритм написания письма.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

В этом уроке ученики поймут, как закладывать новую догму в письмо; по какой структуре строить свое письмо; как проверить, правильно ли написано письмо.

Урок 3. Как усилить дожим после веба с использованием писем.

Теория. Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

Из этого урока вы узнаете:

- почему не стоит переживать о том, что вашим подписчикам будет приходиться очень много писем;
- для чего нужен короткий вебинар;
- как усилить дожим после веба с использованием писем.

Практика: выполнить задание «Допродажи после вебинара» (0,5 ак.ч)

Подмодуль 8.2 Как работать после вебинара по телефону.

Урок 1. Установление контакта и выявление потребностей, целей и причин.

Часть 1. Обзвон участников вебинара

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Мы рассмотрим:

1. как действовать после вебинара
2. какие точки касания есть у клиента с продуктом
3. почему на вебинаре нужно уделять внимание не только заказам “здесь и сейчас”, но и заявкам на оплату
4. что такое “теплота” клиентов и какие есть сегменты клиентов
5. цель при звонке разным сегментам клиентов
6. неочевидные плюсы от обзвонов клиентов

Часть 2. Общие правила звонков.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Участники узнают, в какой последовательности обрабатывать лидов после вебинара, кому

нужно написать прямо во время вебинара, в какой последовательности обзванивать людей после вебинара.

Урок 2. Этапы продаж и речевые модули.

Часть 1. Что необходимо для навыка продажи.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Из этой части урока вы узнаете, что необходимо для выработки навыка продаж.

Рассмотрим этапы продаж на практике. Вы узнаете о приеме “программирование” и поймете, как его применять. Получите важные инструменты для поддержания разговора. Узнаете о типичных ошибках, что поможет не совершать их в своих продажах.

Часть 2. Выявление потребностей, целей и причин.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Благодаря знаниям, полученным в этой части урока, вы сможете:

- понимать, что именно нужно и важно вашему собеседнику;
- видеть индивидуальный путь собеседника в вашем продукте;
- продемонстрировать особенности продукта, которые закроют его ожидания и потребности.

Часть 3. Презентация. Попытка сделки.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

На этом уроке вы узнаете:

- как себя вести при презентации продукта;
- какие материалы можно использовать для усиления продаж;
- самые частые ошибки, которые совершают при проведении презентации продукта.

Часть 4. Работа с сомнениями.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

Мы рассмотрим:

- главную цель этого этапа продаж;
- пошаговую структуру работы с сомнениями;
- как отличить истинные возражения от ложных, если они звучат одинаково;
- как присоединиться к проблеме клиента;
- как объяснять причины и обстоятельства, чтобы налаживать глубинный контакт с клиентом.

Часть 5. Способы закрытия сделки.

Теория. Видеоурок в записи (0,25 ак.ч)

На этой части урока разберем:

- способы закрытия сделки;
- примеры диалогов, помогающих закрыть сделку;
- что говорить, если клиент пока не готов говорить или покупать;
- какие распространенные ошибки встречаются при закрытии сделки;
- как продемонстрировать одобрение и поддержку решения;
- что важно добавлять в свою речь при общении с клиентом;

- как выработать навык продаж по телефону или в переписке.

Подмодуль 8.3 Система непрерывных улучшений

Урок 1. Стратегия дальнейшего развития и внедрение улучшений.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Вы поймете:

- почему не стоит расслабляться после курса, даже если вы все внедрили и уверены, что у вас все хорошо;
- зачем искать ошибки в своем вебинаре и что делать, если ваш вебинар уже идеален;
- чем грозят неправильные выводы;
- как предотвратить слив бюджета;
- зачем анализировать движение денежных средств в вашем проекте.

Урок 2. Точка безубыточности и продающие циклы.

Теория. Видеоурок в записи (0,2 ак.ч)

Разберемся:

- как правильно закладывать точку безубыточности;
- зачем составлять План-Факт;
- что именно нужно планировать;
- из каких элементов состоит продающий цикл.

Урок 3. Примеры гипотез.

Теория. Видеоурок в записи (0,5 ак.ч)

Вы получите:

- 9 инструментов по снижению цены регистрации;
- 7 способов увеличения доходимости;
- 9 рекомендаций по улучшению продаж.

Практика: выполнить задание «Примеры гипотез» (0,5 ак.ч)

Урок 4. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда (2 ак. ч).

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Финал.

Видеоурок в записи (0,1 ак.ч)

РАЗДЕЛ 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Методическое обеспечение программы

Репродуктивный метод обучения – это метод учебной деятельности, осуществляемой по определенной инструкции, с воспроизведением знаний и практических умений, приобретенными учащимися ранее.

В связи с тем, что репродуктивный метод осуществляется по конкретному алгоритму, то его еще принято называть инструктивно-репродуктивным.

Репродуктивный метод направлен на формирование умений и навыков у обучающихся.

Достигается это путем применения имеющихся у человека знаний по образцу, в рамках предложенных педагогом ситуаций. С помощью системы заданий, организуется деятельность учащихся, предусматривающая неоднократное воспроизведение имеющихся у них знаний, а также опыта практической деятельности.

Предполагает освоение учебной информации через видео-урок по теме и самостоятельную работу обучающегося программы с литературой.

Электронно-библиотечный ресурс:

Научная электронная библиотека elibrary.ru

Дополнительные материалы располагаются на специализированной интернет платформе

GetCourse: <https://morozovval.ru/teach/control/stream/view/id/541055581>

2. Форма аттестации

Способы контроля и критерии оценки.

Оценка качества освоения программы осуществляется в виде следующих видов контроля на основе бинарной системы оценок («зачет», «незачет») по основным разделам программы:

- текущий контроль в форме практических работ после уроков, в которых предусмотрен текущий контроль, в исключительно дистанционной форме;
- промежуточный контроль, определяющий уровень знаний и умений в форме вопросов с развернутым ответом на вопросы в исключительно дистанционной форме (после каждого модуля);
- итогового контроля в виде составления аттестационных ведомостей (в конце обучения).

Зачет	выставляется обучающемуся, если он владеет знаниями в полном объеме программы, достаточно глубоко осмысливает материал; самостоятельно, в логической последовательности исчерпывающе отвечает на все или большинство вопросов, а также, если он владеет знаниями почти в полном объеме программы (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных темах); отчасти дает полноценные ответы на вопросы; не допускает серьезных ошибок в ответах.
Незачет	выставляется обучающемуся, если он не освоил обязательного минимума знаний по программе, не способен ответить на вопросы даже при дополнительном изучении материала.

5.3. Оценочные материалы

Текущий контроль знаний.

Текущий контроль осуществляется регулярно в течение срока обучения.

Контроль знаний осуществляется с помощью педагогического наблюдения за учебной работой обучающихся и проверку качества знаний, умений и навыков, которыми они овладели на определенном этапе обучения посредством выполнения задания к урокам на образовательной платформе и контроля их выполнения преподавательским составом.

В процессе прохождения обучения выполняется 3 мини-теста, а также 27 практических заданий, требующих выполнения на платформе Геткурс.

Раздел 1. Предобучение.

Вводный урок.

Практика. Мини-тест:

1 Выберите правильное определение для понятия “Карта продающих смыслов”. Карта продающих смыслов – это

- программа для создания майнд-карт;
- скрипт для отработки возражений клиентов;
- совокупность идей, которые неизбежно приводят к покупке вашего продукта или услуги;
- инструкция для создания структуры продающего вебинара

2 Выберите правильное определение для понятия “Нишевые возражения”. Нишевые возражения – это

- возражения, которые встречаются при продаже любого продукта
- возражения, которые встречаются только в вашей нише и / или при продаже вашего продукта
- возражения, которые отрабатывает спикер на вебинаре
- возражения, которые отрабатывает модератор в чате вебинара

3 Какой из продающих смыслов можно доносить только через фотографии, без историй?

- мой продукт полезен эксперту в любой нише
- купив мой продукт, вы сможете прийти к такому же образу жизни как у меня
- деньги есть всегда, нужно только научиться видеть возможности их зарабатывать
- я – профессионал в этой теме и копаю глубоко. С моим продуктом вы с бОльшей вероятностью придете к результату, чем без него.

Урок 2. Уникальность эксперта

Практика. Мини-тест:

1 Для кого спикер рассказывает историю о самом большом результате?

- для тех, кто хочет покупать все самое новое
- для тех, кому важны ценности спикера
- для тех, кто сейчас мало зарабатывает, но хочет зарабатывать много
- для тех, кого не мотивируют деньги, но мотивирует возможность получить влияние

2 Выберите правильное определение понятию “тема”. Тема – это

- уникальность продукта, который создает эксперт
- сфера деятельности, которой занимается эксперт
- совокупность правил для создания продукта
- учение о методах, способах и стратегиях исследования продукта

3 Какой смысл доносит история слабостей тренера?

- продукт эксперта создан для низкоценового сегмента целевой аудитории
- для достижения любого результата нужно делать только одну попытку
- если у неидеального человека получилось, то и у вас точно получится
- у меня, неидеального, не получилось с первого раза, значит, у всех остальных точно не получится.

Урок 3. Уникальность продукта

Практика. Заполнить схему создания уникального продукта в рабочей тетради по вопросам урока

Урок 5. Карта продающих смыслов

Практика. Скачать программу Xmind, после этого просмотреть шаблон "Карты смыслов", составить свою карту на основе шаблона

Урок 6. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда.

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Вопросы для обучающихся:

- какие компоненты включает карта продающих смыслов?
- зачем в карту смыслов включать слабые стороны эксперта?
- какие задачи решает уникальный продукт?

Раздел 2. Основной курс

Модуль 1. Аудит и доработка продающего вебинара

Урок 1. Вступление и знакомство

Практика. С помощью прилагаемой формы зафиксировать показатели результативности своего последнего проведенного вебинара

Урок 2. Правила курса

Практика. Зафиксировать свои обязательства по прохождению обучения

Урок 3. Анкета

Практика. Заполнить предложенную анкету

Урок 4. Материалы

Практика. Вернуться к прилагаемой форме и уточнить показатели результативности своего последнего проведенного вебинара с учетом материалов урока

Урок 5. Аудит контентной и продающей части

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти разделы "Фишки, для проработки ораторского искусства", "Фишки, для проработки контента", "Фишки, для проработки продажи", отметить галочками те пункты, которые внедрены в уроках.

Урок 6. Аудит тайминга

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Аудит тайминга", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар.

Урок 7. Аудит дизайна

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Аудит дизайна", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар.

Урок 8. Аудит креативов, текстов и лендинга

Практика. Перейти во вкладку "Чек-лист для аудита", найти раздел "Аудит креативов, текстов и лендинга", отметить галочками те пункты, которые внедрены в вебинар.

Урок 9. Доработка продающего вебинара

Практика: выполнить задание «Доработка продающего вебинара»

Выполнить мини-тест:

Вопрос №1 из 3

Выберите один или несколько вариантов ответа

Чего не рекомендуется делать на продающем вебинаре?

- Давай «вау-фишку» из своего контента уже во вступлении к вебинару
- Рассказывать про свои ценности
- Предлагать в начале вебинара на 15-ой минуте оставить заявку тем, кто для этого пришел и нет времени слушать вебинар до конца
- Задавать аудитории вопросы для получения обратной связи только в конце вебинара, а не каждые 3 минуты на протяжении всего вебинара

Вопрос №2 из 3

Выберите один или несколько вариантов ответа

Что является фишкой на продающем вебинаре?

- Есть вместе с аудиторией во время вебинара

- Предлагать людям делать физическое упражнение во время вебинара
- Добавить цитату на каждый слайд в презентации
- Не делать переход от контента к продаже

Вопрос №3 из 3

Выберите один или несколько вариантов ответа

Что не является фишкой на продающем вебинаре?

- Называя цену продукта, сравнивать ее с тем, что на эти деньги можно купить
- Пошагово показывать на вебинаре, как сделать заказ и оплатить
- Добавлять на готовую задизайненную презентацию номера слайдов
- Давать бонус для первых 5 оплативших

Урок 10. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Вопросы для обучающихся:

- что такое аудит продающего вебинара?
- какие составляющие вебинара следует анализировать в ходе аудита?
- какие фишки продающего вебинара вы внедрите в ближайшее время?

Модуль 2. Создание продающей части вебинара

Урок 1. Custdev

Практика. Выполнить задание «Custdev»

Урок 2. Таблица продающих сценариев

Практика. Заполнить предложенную таблицу

Урок 3. Бонусы

Практика. Выполнить задание «Бонусы»

Урок 4. Бонусы и усилители

Практика: выполнить задание «Бонусы и усилители»

Урок 6. Как продавать второй вариант формирования пакетов

Практика: выполнить задание «Как формировать пакеты»

Урок 7. Продающая часть вебинара.

Практика: выполнить задание «Продающая часть вебинара»

Урок 8. Создание продающей части вебинара.

Практика: выполнить задание «Создание продающей части вебинара»

Модуль 3. Контентная часть вебинара.

Урок 2. Структура контентной части вебинара.

Практика: выполнить задание «Структура контентной части вебинара.»

Урок 4. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Вопросы для обучающихся:

- что такое «Custdev»? как его проводить?
- из каких частей состоит продающая часть вебинара?
- чем отличается продающая и контентная часть вебинара?

Модуль 5. Как увеличить доходимость до вебинара?

Урок 2. Коллекция проверенных авторских фишек по повышению доходимости.

Практика: прочитать книгу онлайн "Пиши, сокращай"

Урок 3. Пример классической вебинарной воронки.

Практика: выполнить задание «Пример классической вебинарной воронки»

Модуль 6. Техническая настройка проекта

Подмодуль 6.1. Техническая настройка вебинарной комнаты.

Урок 1. Как настроить вебинарную комнату.

Практика: выполнить задание «Как настроить вебинарную комнату»

Подмодуль 6.2. Техническая настройка онлайн-школы.

Урок 1. Основы Геткурса. Скринкаст.

Практика: зарегистрировать аккаунт на платформе Геткурс

Урок 2. Техническое задание для подписной страницы. Скринкаст.

Практика: создать прототип подписной страницы по шаблону

Урок 3. Подключение Prodamus. Скринкаст.

Практика: зарегистрироваться в сервисе Продамус

Урок 4. Живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока.

Вопросы для обучающихся:

- какие факторы нужно учитывать в классической вебинарной воронке?
- что необходимо проверить при настройке вебинарной комнаты?
- какие вопросы настройки онлайн-школы необходимо урегулировать до начала вебинара?

Модуль 8. Дожим — как сделать +70% к выручке после вебинара

Подмодуль 8.1 Допродажи после вебинара.

Урок 3. Как усилить дожим после веба с использованием писем.

Практика: выполнить задание «Допродажи после вебинара»

Подмодуль 8.3 Система непрерывных улучшений

Урок 3. Примеры гипотез.

Практика: выполнить задание «Примеры гипотез»

Урок 4. Итоговая живая сессия с Валерием Морозовым в форме мастермайнда

Урок проходит в онлайн-формате на платформе Яндекс.Телемост в соответствии с календарным планом конкретного потока. Обсуждение результатов внедрения материала

обучающимися.

Контроль и оценка полученных знаний предполагает:

Успешное выполнение всех мини-тестов и не менее 25 практических заданий на платформе Геткурс, сдается обучающимся на образовательном платформе GetCourse. Принимается проверяющим.

Оценочными материалами является ведомость с результатами выполнений домашних заданий по каждому ученику.

5.4. Список литературы:

1. В. Морозов "Клиенты с вебинара"
2. В. Морозов, А. Парабеллум "Мероприятие на миллион"
3. Роберта Чалдини "Психология влияния"
4. Нил Рекхэм "СПИН-продажи"
5. Дж. Уокер "Запуск"
6. Джо Джирард "Продай себя дорого"
7. Александр Соломатин "Библия продаж. Настольная книга."