

Witaj w podcaście „Po Nitce Ariadny”, który pomaga kobietom takim jak Ty przejść przez labirynt zawichości biznesu online.

Cześć, tu Ariadna Wiczling, a to jest 19. odcinek podcastu „Po Nitce Ariadny”. W tym odcinku będę mówić o tym, jakie są kolejne kroki budowania kursu online. Napisała do mnie Irena i powiedziała mi, że czuje się zagubiona w ofercie dostępnej wiedzy – czy to płatnej, czy bezpłatnej – i nie wie, co ma zrobić dalej: czego się uczyć; które kroki są najważniejsze w danym momencie; czy powinna mieć fanpage; czy może najpierw poznać Google Analytics; czy ma zrobić badanie rynku, kurs online itd., itd. Dlatego chciałabym mniej więcej nakreślić Wam mapę. Oprócz tego, że będę o niej mówić, to mapa będzie do pobrania jako prezent.

Na co dzień spotykam się z wieloma osobami, które zmagają się z tym problemem co Irena. Nie wiedzą, gdzie są i dokąd tak naprawdę zmierzają. Jeżeli też masz ten problem, to ten odcinek pomoże Ci zobaczyć swoją drogę z lotu ptaka.

Spędziłam bardzo dużo czasu, żeby przygotować ten odcinek podcastu i chociaż jest on dostępny bezpłatnie, to nie jest zupełnie darmowy. Jeżeli tylko Ci się spodoba, to jako podziękowanie chciałabym, żebyś podzieliła się informacją o tym odcinku z osobami, które mogą potrzebować pomocy w odnalezieniu się w swojej sytuacji biznesowej i które mogą potrzebować pomocy z ruszeniem z miejsca. Z góry dziękuję za podzielenie się.

Powiem Ci, czego dowiesz się w tym podcaście. Mianowicie będę mówiła, od czego zacząć w momencie, gdy podejmujesz decyzję, że chcesz zarabiać online: jakie kolejne kroki musisz podejmować, jak zrobić badanie rynku, jak budować swoją publiczność i kiedy wprowadzić płatną ofertę. Bo biznes online – jak sama nazwa wskazuje – to jest biznes. Jeżeli chcesz robić to hobbystycznie, nie jest to koniecznie odcinek dla Ciebie, chociaż też może pomóc Ci zbudować swoją publiczność.

Od samego początku bardzo ważne jest nastawienie. Bez owijania w bawełnę powiem Ci: od razu nie będziesz zarabiać pieniędzy. Jeżeli spotykasz osoby, które mówią Ci: „Zrób tylko ten kurs i zaraz kasa po prostu będzie się lała”, to niestety to nie jest prawda. Przygotuj sobie pewne oszczędności na pierwszy rok lub dwa lata, jeżeli chcesz to robić w pełnym wymiarze czasu. Natomiast jeżeli masz jakąś pracę, którą chociaż trochę lubisz i która przynosi Ci pieniądze, to poradziłabym Ci stopniowo przechodzić na model zarabiania online. Czyli trzymasz dotychczasową pracę i rozwijasz biznes na boku. Jeżeli jesteś mamą, która chce rozwijać biznes np. w czasie urlopu macierzyńskiego, to jest to świetny moment, żeby to robić, o ile oczywiście masz chwilę czasu – bo dobrze wiem, jak takie kobiety są zajęte, ale też wiem po sobie, że jest możliwe robienie czegoś na boku w czasie drzemek czy wieczorami.

Pamiętaj o tym, że biznes online, tak jak każdy inny biznes, wymaga inwestycji: pieniężnych, czyli będziesz potrzebowała kapitału, żeby zainwestować w niektóre

narzędzia, ale też konieczna jest duża inwestycja czasu. Plus jest taki, że nie musisz od razu zakładać działalności gospodarczej. Powiem, kiedy to jest konieczne, ale na początku, kiedy budujesz swoją markę, kiedy budujesz swoją publiczność, zyskujesz zaufanie, nie jest wymagana działalność gospodarcza. Dzięki temu może sprawdzić, w czym się czujesz najlepiej.

Powiem Ci, jakie są modele biznesowe zarabiania online.

Pierwszy to jest sprzedawanie usług: usług copywriterskich, doradczych, konsultacji i tak dalej. To jest model, który możesz wprowadzić dosyć szybko, i o tym też będę mówiła.

Kolejny model to sprzedaż produktów fizycznych, czyli takich, które Ty produkujesz lub ktoś inny, czyli po prostu prowadzenie sklepu. A także tworzenie oprogramowania, aplikacji i ich sprzedaż.

Kolejnym modelem jest zarabianie na reklamach, czyli umieszczasz na swojej stronie czyjeś reklamy i ta osoba czy agencja płaci za to. Jednym z popularniejszych modeli są reklamy Google AdSense. Żeby na nich zarabiać, trzeba mieć niesamowicie duży ruch na swojej stronie internetowej, i nawet przy bardzo dużym ruchu te opłaty nie są zbyt duże. Tak że to jest coś, czego nie polecam, nawet na początku – dlatego że reklamy na stronie internetowej w pewnym sensie osłabiają naszą markę i czasami niezupełnie dobrze wpływają na nasze treści. Nie możemy ich kontrolować, czasami też są po prostu brzydkie. Byłam kiedyś na stronie, która mówiła o zdrowym odżywianiu, a obok była reklama wnętrza jelita grubego czy czegoś takiego. Nie da się kontrolować tych reklam, dlatego zastanów się, czy jakieś drobne pieniądze są warte tego, aby w pewien sposób zniweczyć Twoje starania zbudowania naprawdę silnej marki na swoim rynku.

Kolejny model to afiliacje. Polegają one na tym, że sprzedajesz czy ogłaszasz lub informujesz o jakimś produkcie na swojej stronie i jeśli osoba, która kliknie w Twój link afiliacyjny, a następnie kupi produkt, to Ty dostajesz część z tej kwoty, którą zapłacił klient, jako podziękowanie za reklamę produktu. To jest bardzo fajny model, szczególnie jako dodatkowe źródło dochodu. Ważne w tym modelu jest to, żeby mieć dużą publiczność – wtedy dochody będą większe. Trzeba mieć do tego silną markę osobistą i bardzo duże zaufanie publiczności, które się buduje na tym, że mówi się o produktach, których się samemu używa; możesz też polecać produkty innych osób lub firm. Bardzo ważne, żebyś wiedziała, co robisz, bo jeżeli polecisz produkt, który nie jest dobry, to stracisz zaufanie i możliwość zarabiania.

Ostatnim modelem biznesowym jest sprzedaż kursów online. Do tego też zalicza się m.in. sprzedaż swoich e-booków czy innych produktów elektronicznych, które są edukacyjne. To jest mój idealny model zarabiania, m.in. dlatego że lubię uczyć i pozwala mi on na dużą wolność dysponowania swoim czasem. Mogę robić to, co chcę i kiedy chcę. Dla mnie najważniejsze jest to, że mam możliwość pozostania w domu z moimi dziećmi i gotowania

im obiadów, co dla mnie jest bardzo ważne. Istotne dla mnie jest też to – i może dla Ciebie również – że to jest produkt, który pomaga innym zmienić życie i daje siłę przewartościowania swoich problemów. Dzięki kursom możesz też znacznie zwiększyć liczbę klientów, do których możesz dotrzeć, bo jeżeli prowadzisz konsultacje lub warsztaty, to wiadomo, że liczba osób, którym możesz pomóc, jest ograniczona. Natomiast w przypadku kursów liczba ta jest w zasadzie nieograniczona. Dzięki kursom zwiększasz też dochód i przestajesz zarabiać wtedy, kiedy tak naprawdę pracujesz. Jest to pewien model pasywnego dochodu, chociaż na początku, kiedy dopracowujesz swoją strategię, nie jest on tak naprawdę pasywny, natomiast pozwala naprawdę na dużą elastyczność.

W tym odcinku podcastu mówię przede wszystkim do osób, które chcą sprzedawać kursy online, ale rady, których udzielam, będą też użyteczne dla innych modeli biznesowych, bo biznes online to przede wszystkim silna marka osobista, duża publiczność oraz zaufanie tej publiczności do Ciebie. To prawie że gwarantuje sukces.

Linki do wszystkich źródeł wiedzy i ciekawostek, o których będę mówić, znajdą się w notatkach do tego odcinka podcastu na stronie: ponitceariadny.pl/19. Pod tym samym adresem będzie też można ściągnąć mapę działania, o której już mówiłam. Będzie to plik PDF dla osób, które chcą mieć biznes online lub chcą poznać, jakie będą ich kolejne kroki. Bezpośredni link do pobrania tego pliku znajduje się na stronie: ponitceariadny.pl/19prezent.

Pierwszym punktem, który musisz zaliczyć, jeżeli chcesz mieć swój biznes online, jest zastanowienie się, co Ty chcesz robić, w czym jesteś dobra. Nie przechodzimy jeszcze do badania rynku, na razie badamy samą siebie.

Weź kartkę i po zastanowieniu się odpowiedz na pytania:

- Jakie są Twoje pasje?
- Co najbardziej lubisz robić?
- Jakie masz umiejętności, których inni chcieliby się od Ciebie nauczyć?
- O pomoc z czym inni często Ciebie proszą?
- W czym jesteś ekspertem?
- Jakie jest Twoje wykształcenie? (Możesz dzięki temu zrobić naprawdę fajny miks. Jeżeli masz inne wykształcenie niż to, czym chciałabyś się zajmować, może pozwoli Ci to stworzyć ciekawy produkt).
- Jakie kursy widziałaś w internecie i pomyślałaś, że też mogłabyś zrobić takie kursy?

- Jaki konkretny problem rozwiązujesz dla swoich klientów lub czego Ty potrzebowałaś, gdy byłaś na etapie swoich klientów?

Jeżeli potrzebujesz pomocy i chciałabyś odkryć swoją pasję, to posłuchaj odcinka podcastu, w którym moim gościem była biznescoach Sigrun. Mówiliśmy o tym, jak odkryć swoją pasję i przekształcić ją w dochodowy biznes. Link do tego odcinka podcastu to: ponitceariadny.pl/07.

Serdecznie też zachęcam Cię do wykonywania różnego rodzaju testów. Pomogą Ci one odkryć Twoje silne strony. Ja robiłam test StrengthsFinder i rozmawiałam na jego temat i o tym, jak jego wyniki wpłynęły na moje życie, w [podcaście Borysa Kozielskiego „W cztery uszy”](#). Tam opowiadałam właśnie, jakie są moje silne strony i jak to wykorzystałam w moich wyborach na drodze biznesowej. Link do tego odcinka podcastu również znajdzie się w notatkach do tego podcastu na stronie: ponitceariadny.pl/19.

Jeżeli już wiesz, co będziesz robić, jakie są Twoje pasje, co chciałabyś robić – przejdź do badania rynku. I błagam Cię: nie pomijaj tego etapu! Ja sama pominęłam kiedyś ten etap, kiedy rozkręcałam swój pierwszy biznes. Wtedy nawet nie wiedziałam, co to jest badanie rynku i jak to zrobić. I naprawdę niedobrze się to skończyło. Tak że serdecznie zachęcam Cię do tego.

„Badanie rynku” brzmi bardzo skomplikowane, ale tak naprawdę to jest sprawdzenie, czego rynek potrzebuje z tych rzeczy, które chcesz zaoferować. Bo nie wszystko, co masz w sobie, nie wszystkie Twoje pasje muszą zostać przekształcone w biznes. Wystarczy wybrać tą jedną, coś, w czym jesteś naprawdę dobra, co po prostu rozpala w Tobie ogień, jest Twoją wielką pasją i jest to coś, z czym ludzie potrzebują pomocy, i tylko tyle. Badanie rynku to jest znalezienie części wspólnej pomiędzy potrzebami rynku a tym, co masz innym do zaoferowania. Naprawdę to nie jest skomplikowane.

Badanie rynku może ograniczyć się wręcz do jednego pytania: „Jaki masz problem z...?” i mówisz np.: Jaki masz problem z odchudzaniem? Jaki masz problem z robieniem filmów? Jaki masz problem z ustawianiem reklam na Facebooku? Jaki masz problem ze swoim biznesem online? I tak dalej. Takie pytania możesz zadawać np. na grupach facebookowych, ponieważ to są grupy tematyczne, w których znajdują się osoby potencjalnie zainteresowane tematyką, o której chciałabyś mówić czy pisać, i Twoi potencjalni klienci prawie na pewno są na Facebooku. Teraz prawie każdy ma konto na Facebooku i wystarczy wejść do odpowiednich grup i tam zadawać takie pytania. Możesz to zrobić np. w formie ankiety czy umówić się z kimś na rozmowę.

Innym, mniej inwazyjnym sposobem na badanie rynku jest obserwacja, m.in. czytaj komentarze na blogach, które są popularne w Twojej dziedzinie. Czytaj przede wszystkim to, na co ludzie narzekają, z czym mają problem. Możesz również wykorzystać różne fora internetowe lub recenzje książek, które są popularne w Twojej niszy.

Możesz również wykorzystać ankiety. Możesz je przeprowadzić wtedy, kiedy już masz jakąś publiczność – ankietę możesz wysłać np. mailem lub poprosić o jej wypełnienie w grupach facebookowych. Tylko pamiętaj, żeby przy ogłoszeniu powiedzieć wyraźnie, jakiego typu osoby poszukujesz lub czym się ona interesuje, czyli jaki jest Twój idealny klient. Chodzi o to, żebyś nie miała przypadkowych odpowiedzi, bo one spowodują, że wynik Twojego badania będzie nieprawdziwy i podejmiesz ważne decyzje biznesowe na podstawie złych wniosków.

Najbardziej skutecznym sposobem badania rynku jest rozmowa z klientami, a przynajmniej z potencjalnymi klientami lub nawet z byłymi klientami. Wiem, że do tego trzeba się przemóc, że nie jest to takie proste, ale naprawdę umów się chociaż z pięcioma osobami na Skypie, o których wiesz, że przechodzą przez te problemy i którym mogłabyś pomóc. Na podstawie rozmów zobaczysz, że to, co układałaś sobie w głowie, może nie mieć wiele wspólnego z rzeczywistością. Jeżeli dojdiesz do takiego wniosku – to dobrze! Bo dzięki rozmowom i kontaktom przez Skype'a czy przez telefon jesteś w stanie uzyskać więcej informacji, chociażby na podstawie tonu głosu, mowy ciała itd. To jest coś, co najbardziej polecam. Na początku jednak możesz przygotować ankietę, żeby się z grubsza zorientować, czego potrzebuje rynek, a później umówić się z kilkoma osobami na rozmowę.

Jak już wiesz, co chcesz robić, dla kogo i już masz prawie pewność, że to, co chcesz zaoferować, jest potrzebne na rynku, to potrzebne będą Ci pewne działania. To, o czym teraz powiem – czyli punkty 3–7 – dzieją się właściwie jednocześnie. To, że coś jest trzecim punktem, nie znaczy, że ma wystąpić przed piątym. To wszystko dzieje się mniej więcej w tym samym czasie.

Pierwsze i najważniejsze jest budowanie publiczności. To jest ciągły proces, który możesz zacząć już w czasie badania rynku. Te etapy wręcz cały czas przeplatają się ze sobą. Dzięki temu będziesz w stanie na bieżąco weryfikować swój pomysł i jakoś go ulepszać. Ja budowałam swoją publiczność głównie przez organizowanie webinarów i o tym, jak to robiłam, mówię w podcaście dziewiątym: ponitceariadny.pl/09.

Pamiętaj, że dopiero po osiągnięciu pewnej liczby osób w swojej publiczności możesz wyjść z płatnym produktem. Nie muszą to być tysiące osób, nie musisz mieć ogromnej listy, ale musisz być rozpoznawalna w swojej niszy rynkowej jako ekspert, szczególnie jeśli chcesz robić kursy online. Wyjątkiem od tej reguły, kiedy możesz wprowadzić wcześniej swój płatny produkt, jest sytuacja, kiedy ktoś, kto ma swoją publiczność, Ciebie poleci. To jest taki skrót, ale w tym odcinku zakładałam, że wszyscy pracujemy sami dla siebie. Nie każdy ma znajomości i niewiele osób, które mają dużą publiczność, będzie Ciebie polecało, jeżeli dobrze Cię nie zna. Tak że na to bym nie liczyła, ale zasadniczo jest taka możliwość, wyjątek od reguły.

Zresztą wszystkie rzeczy, które tutaj mówię, to nie są punkty, które koniecznie muszą być spełnione w takiej kolejności i które będą działać dokładnie tak, jak mówię. Nie wszystkie rzeczy musisz robić, możesz działać w inny sposób, ale to jest droga, którą większość musi przebyć.

Są różne sposoby budowania publiczności – nie musisz robić tego dokładnie tak, jak mówię, bo jest ich mnóstwo. Wybierz te swoje, te, w których czujesz się najlepiej, które przychodzą Ci naturalnie. Baw się i testuj. Jeżeli nie jesteś dobra w wideo, jeżeli nie czujesz się pewnie, może spróbuj nagrywać sam głos, a może będziesz tylko pisać posty na bloga. Tak że szczególnie na początku daj sobie czas, na wszystko przyjdzie pora.

Jedną z pierwszych propozycji jest właśnie wideo. Wideo ma to do siebie, że jest czynnikiem bardzo łączącym, angażującym publiczność, i o tym, jak ja robię wideo – akurat do kursu online – mówię w podcaście ponitceariadny.pl/06. Tam możesz się dowiedzieć, jakiego sprzętu używam, jakiego oświetlenia, mikrofonu, kamery itd., itd. Świetnym przykładem budowania publiczności poprzez wideo jest Iza Makosz z „Time for Business TV”. Iza była moim gościem w podcaście dwunastym: ponitceariadny.pl/12. Możesz posłuchać w nim o tym, jak rozwija swój biznes. Iza dała naprawdę bardzo fajne rady biznesowe, tak że serdecznie zachęcam.

Kolejnym sposobem budowania publiczności jest podcasting, czyli to coś, co ja robię po to, żeby budować swoją publikę, żeby dawać wartościowe treści właśnie Tobie. Tego, jak zacząć podcastowanie, możesz się dowiedzieć z siedemnastego odcinka podcastu: ponitceariadny.pl/17, gdzie moim gościem był ekspert Borys Kozielski.

Aby zbudować swoją publiczność, bardzo pomocne są też publikacje w prasie i mediach. Rozmawiałam z Grzegorzem Lewickim, dziennikarzem związanym z gazetą „Wprost”, w trzynastym odcinku podcastu: ponitceariadny.pl/13. Jeżeli myślisz, że publikacje w prasie to jest coś, co chciałabyś wprowadzić do swojego planu działania, to serdecznie Cię zachęcam do wysłuchania tego odcinka.

Webinary – mogę potwierdzić, że są naprawdę świetnym sposobem na budowanie publiczności. O tym, jak webinary wpłynęły na mój biznes, możesz posłuchać na stronie: ponitceariadny.pl/09.

Wyzwania to kolejny sposób budowania publiczności. O wyzwaniach i doświadczeniach rozmawiałam z Gabrysią Kucą. Na stronie: ponitceariadny.pl/15 jest dostępne nagranie tego wywiadu.

Kolejnym świetnym sposobem na zbudowanie publiczności jest darmowy kurs online. Dlaczego darmowy? Dlatego że jeżeli dopiero zaczynasz i dopiero budujesz publiczność, to darmowy kurs online jest naprawdę dobrym sposobem na to, żeby wiele osób się o Tobie dowiedziało, żeby ludzie zaufali Ci, zobaczyli, jak jesteś wielkim ekspertem. Możesz

posłuchać na ten temat na stronie: ponitceariadny.pl/01. To jest nagranie pierwszego odcinka tego podcastu.

Kolejnymi sposobami są posty lub występy gościnne, czyli piszesz post dla kogoś na jego bloga i dzięki temu masz ekspozycję dla publiczności tej osoby. Oczywiście ten post musi być bardzo wartościowy i nawiązujący do tematyki, a przynajmniej dodający wartości Twojej nowej publiczności. Mogą to być także wywiady – czy w podcaście, czy na wideo itd.

Wystąpienia publiczne to też jest świetny sposób na budowanie publiczności, a szczególnie na zyskiwanie zaufania. Konkursy, warsztaty offline mogą być jedną z pierwszych form zarabiania w Twoim przypadku i sprawdzenia siebie jako nauczyciela – być może do kolejnego etapu, czyli kursu online.

Networking to jest też coś, co może bardzo wpłynąć na Twój biznes, bo dzięki spotkaniom jeden do jednego masz możliwość nawiązania znajomości z różnymi influencerami w swojej niszy i w innych. Dzięki temu mogą się nawiązać różne współprace biznesowe. Ale możesz także poznać osoby ze swej publiczności i porozmawiać jeden do jednego. W jedenastym odcinku mojego podcastu rozmawiałam z Izabelą Russell, która jest współorganizatorką konferencji New Media Europe. Możesz posłuchać tego wywiadu i dowiedzieć się więcej, jak networking wpływa na biznes – i jak wpłynął na mój i Izy – na stronie: ponitceariadny.pl/11.

Blogowanie – wymieniłam na końcu, dlatego że sama nie bloguję, natomiast blogi są bardzo popularną formą, dużo osób lubi czytać. I jeżeli chodzi o budowanie publiczności za pomocą blogowania, to polecam blog Tomka Adamka: zenmarketing.pl, gdzie Tomek pisze o różnych ciekawych strategiach budowania swojego blogu i ruchu na blogu, oraz Urszuli Phelep: urszula-phelep.com.

Bardzo ważne jest, żeby zbudować sobie obecność w mediach społecznościowych. Naprawdę nie musisz robić tego we wszystkich mediach, czyli na Facebooku, Instagramie, Google+, Pinterest itd. Wybierz sobie jedno czy dwa, swoje ulubione, i tam buduj swoją publiczność. Nie rób tego na hurra, wszędzie, bo to tylko Cię przytłoczy i nie będziesz w stanie prowadzić ich z taką mocą, która będzie w stanie przełżyć się na odpowiedni ruch na stronie. Jeżeli chcesz się uczyć Facebooka, to polecam Urszulę Phelep: urszula-phelep.com. Na jej blogu znajdują się różne ciekawe porady dotyczące Facebooka, Ula ma też kurs online na temat budowania fanpage'a.

Najważniejsze ze wszystkich rzeczy, które powiedziałam na temat budowania publiczności, jest to, żeby wybrać sobie kilka sposobów – nie robić wszystkiego, bo to totalnie Cię przytłoczy – i być regularnym w dawaniu wartościowych treści swojej publiczności. To bardzo buduje zaufanie i dobrą opinię o Tobie.

Kolejnym etapem, który dzieje się mniej więcej w tym samym czasie, jest budowa własnej strony internetowej. Strona internetowa nie jest potrzebna absolutnie od samego początku. Tak naprawdę na początku wystarczy Ci sama strona lądowania – to jest wolnostojąca strona, która może być hostowana w zewnętrznym serwisie, np. [Leadpages](#) czy [Landingi.pl](#). Najważniejsze jest to, żeby na takiej stronie ktoś dowiedział się czegoś o Tobie, czyli kim jesteś, zbudować zaufanie, i żeby można się było zapisać na Twoją listę e-mail, np. na Twój darmowy kurs online. W ten sposób, nie mając strony internetowej, już możesz budować własną listę e-mail i obecność w internecie.

Polecam serdecznie przygotowanie takiej strony i zrobienie jej na WordPressie. Zrób prościutką, ładną, elegancką stronę, bez wypasionego logo. Wystarczy własnoręcznie zrobione logo z jakąś fajną czcionką. Nie używaj zbyt wielu kolorów ani zbyt wielu grafik. Zrób to prosto, bo najważniejszy jest jasny przekaz tego, co robisz, jak to robisz i dla kogo. I oczywiście, jakie są korzyści z czytania Twojego bloga czy też zatrudnienia Ciebie w przyszłości, czy też znalezienia się na Twojej liście e-mail. Polecam, żebyś na początku sama zrobiła stronę internetową, najlepiej opierając się na jakimś kursie online, np. [„WordPress dla zielonych”](#) Eweliny Muc. Ewelina była gościem mojego podcastu numer cztery. Możesz go posłuchać na [ponitceariadny.pl/04](#).

Warto nauczyć się samodzielnej obsługi WordPressa, bo nie jest to wcale takie trudne, żeby potem nie mieć problemów z obsługą własnej strony internetowej czy też z rozszerzaniem jej funkcjonalności. Gdy będziesz już miała większe fundusze ze swojego biznesu online, będziesz mogła jak najbardziej zlecić profesjonalny projekt jakiejś agencji czy też freelancerowi, ale na początku wystarczy naprawdę skromny prosty projekt i właściwy przekaz, żeby było wiadomo, co robisz i dla kogo, tak jak już mówiłam.

Często widzę, że ktoś zatrudnia projektanta, ale tak naprawdę nie wie, co chce robić, albo za kilka miesięcy to się zmienia, bo się okazuje, że nie za dobrze się w tym czuje. Z czasem też lepiej się poznaje swoją publiczność, więc strona naturalnie ewoluuje i nasz pierwotny plan przestaje się nam podobać, a strona, za którą płacimy duże sumy, może po prostu przestać działać.

Bardzo, bardzo, bardzo ważne jest budowanie listy mailingowej. Tak jak na początku wspomniałam, na początku nie musisz mieć nawet własnej strony, żeby budować listę email. Jest naprawdę bardzo ważne, żeby budować swój biznes na pewnym gruncie, bo posiadanie wielu tysięcy fanów na Facebooku absolutnie nic nie znaczy. Istnieje mnóstwo biznesów, które mają tysiące fanów, a wiem, że wcale nie zarabiają. Co z tego, że masz fanów, jeżeli po prostu Twój biznes leży? Nie chcę, żeby Ciebie taka sytuacja spotkała.

Dlatego zachęcam Cię do budowania listy mailingowej, bo lista subskrybentów to jest coś, co masz na własność. Do swojej listy mailingowej możesz zawsze napisać, możesz coś wysłać, możesz o coś zapytać, natomiast Facebook, jak wiadomo, tnie zasięgi, to samo

dzieje się na innych platformach. Nie zawsze docieramy do każdego, natomiast e-mail to jest coś, co naprawdę należy traktować jako bardzo cenny atrybut swojego biznesu.

Do budowy listy mailingowej będziesz potrzebować specjalnego systemu. Brzmi to skomplikowanie, ale wcale takie nie jest. Możesz używać np. MailChimpa lub GetResponse czy FreshMail – te ostatnie to są dwa polskie systemy. MailChimp jest darmowy do liczby dwóch tysięcy subskrybentów i na początek jest naprawdę super. Żaden z tych systemów nie jest trudny w obsłudze. Dzięki nim możesz regularnie wysyłać maile, możesz ustawić automatyczne wysyłki itd.

Pamiętaj – to jest bardzo ważne – żeby przed rozpoczęciem zbierania adresów e-mail zgłosić swoją bazę adresów do GIODO. Więcej o tym mówię w szesnastym odcinku podcastu, w którym rozmawiam z prawnikiem Wojtkiem Wawrzakiem. Link do tej strony to: ponitceariadny.pl/16. Tam znajdziesz nagranie tego podcastu.

W międzyczasie, kiedy będziesz budować swoją listę i swoją publiczność, jednocześnie buduj na Facebooku swój fanpage. Dzięki temu będziesz mieć możliwość utrzymywania kontaktu ze swoimi klientami i potencjalnymi klientami tam, gdzie oni są, nawiązywania z nimi znajomości i ciągłego badania rynku: poznawania ich potrzeb, wchodzenia w dyskusje, w rozmowy. Jest to też bardzo fajny sposób na to, żeby zdobyć nowych subskrybentów. Bo głównym zadaniem fanpage'a nie jest wcale to, żeby mieć jak największą liczbę fanów, ale żeby jak największą ich liczbę przekształcić w subskrybentów, z którymi następnie będziesz mieć stały kontakt.

Do tworzenia fanpage'a i do nauczenia się, jak stworzyć fajny, zaangażowany fanpage, polecam ci kurs Urszuli Phelep: „FB marketing z pasją”. Możesz posłuchać wywiadu z Ulą na ponitceariadny.pl/08. Tam Ula opowiada m.in. o promocji w internecie oraz o Facebooku.

Pamiętaj: budując swój fanpage, rób to w sposób naturalny. Nie kupuj lajków, które można dostać np. na Allegro. Te osoby, które kupisz, to nie będą zaangażowani fani. Jakże to ma znaczenie? Jeżeli będziesz wrzucać jakieś posty na Facebooku, to te osoby nie będą lajkować, komentować, czytać, a to spowoduje, że innym Twoim fanom, potencjalnie zainteresowanym, Facebook nie będzie pokazywał Twoich postów. Kompletnie obetnie Ci zasięgi. Tak że buduj swój fanpage w sposób naturalny.

Jednym ze sposobów na budowę fanpage'a, a także listy subskrybentów są reklamy na Facebooku. Ja sama od początku inwestowałam w reklamę swoich webinarów na Facebooku, dzięki temu budowałam swoją listę – więcej osób dowiadywało się o tym, że organizuję webinar, bo wiadomo, że organizacja webinaru, na którym nie ma nikogo, nie sprawia nikomu radości.

Reklamuj coś, co jest wartościowe dla Twojej publiczności. Może to być post na blogu, może to być webinar albo inna wartościowa treść. Wtedy warto inwestować w to pieniądze. Jeżeli widzisz, że coś na fanpage'u wzbudza naturalne zainteresowanie, to po prostu podbij to reklamą. Dzięki temu będziesz w stanie zgromadzić fanów, którzy interesują się właśnie tym, co oferujesz. Przy okazji za pomocą reklamy zdobędziesz naturalne lajki dla swojego fanpage'a.

Uważaj, jak będziesz inwestować. To jest bardzo ważne. Miej zawsze opracowany budżet na inwestycje i pilnuj, żeby go nie przekroczyć, bo inwestycja w reklamy na Facebooku jest jak hazard – to naprawdę wciąga! Tak że rób to z głową. Najlepiej używać do tego narzędzia facebookowego Power Editor. Jest to narzędzie, które jest bardziej zaawansowane, ma więcej funkcji i jest po prostu lepsze. Reklamy są też wtedy tańsze, ponieważ możesz je lepiej targetować. Jeżeli chcesz się dowiedzieć więcej o reklamach na Facebooku, to obejrzyj płatne nagranie mojego webinaru. To nagranie możesz kupić na mojej stronie internetowej. Link do niego znajdzie się w notatkach do tego podcastu, czyli: ponitceariadny.pl/19.

Kiedy Twoja strona się trochę rozbija, a Twoja publiczność urośnie, dobrze byłoby wiedzieć, co oni tak naprawdę robią na Twojej stronie. W tym celu użyj Google Analytics. Sprawdzaj na bieżąco, jakie treści są najbardziej popularne na Twoim blogu czy Twojej stronie. Jest to w istocie ciągłe badanie rynku. Dzięki temu wiesz, które treści są najbardziej popularne, i mogą one stać się podwalinami do Twojego kursu czy płatnej oferty.

Oczywiście wprowadzaj też poprawki w użyteczności swojej strony dla czytelnika i polepszaj konwersję, czyli sprawdzaj, co ludzie robią na stronie, na jakie linki wchodzą, gdzie wychodzą, gdzie najlepiej zapisują się na newsletter. Dzięki temu będziesz mogła uzyskać więcej ze swojej pracy. Jeżeli chcesz się nauczyć Google Analytics, to polecam kurs online Eweliny Muc: „[Poznaj zachowanie klienta](#)”.

Kolejną rzeczą, którą warto poznać – ale nie musisz tego robić od razu, bo wiem, że już zebrało się troszeczkę tych punktów – jest SEO, czyli *search engine optimization* – optymalizacja treści dla Google. Służy ono temu, żeby jak najwięcej osób lądowało na naszej stronie, jeżeli szukają rozwiązania problemu, który Ty możesz pomóc im rozwiązać. Zwłaszcza jeżeli blogujesz, piszesz posty, ale jeśli też masz nowe treści na stronie, warto je zoptymalizować pod Google. Właściwa optymalizacja i ruch z Google to darmowy ruch od użytkowników, którzy wchodzą na Twoją stronę i szukają tego, co oferujesz. Kilka minut pracy nad jednym postem może znacząco zwiększyć ruch na Twojej stronie i więcej osób przeczyta Twój post. Włożyłaś w niego tyle serca i być może nawet pieniędzy, że warto z tego uzyskać jak najwięcej pieniędzy. Polecam posłuchać odcinek podcastu: ponitceariadny.pl/10, w którym ekspert Justyna Zienkiewicz mówi o tym, jak najwięcej

uzyskać z bloga i z linkowania, czyli o właściwym sposobie pozycjonowania. Justyna ma też swój kurs online: „[Pozycjonowanie bloga od podstaw](#)”, który również polecam.

Gdy już zbudujesz swoją publiczność, wiesz, już co się dzieje na Twojej stronie, Twoje treści są zoptymalizowane, udzielasz się na Facebooku, budujesz listę mailingową – jest to czas, żeby zmonetyzować swoją wiedzę i wprowadzić płatne usługi. Możesz np. prowadzić konsultacje przez internet, możesz spróbować coachingu, warsztatów online, grup mastermindowych, które odbywają się z osobą prowadzącą. Świadczenie takich usług przez internet jest świetnym sposobem na to, aby cały czas badać rynek, monitorować swoją ofertę, po to żeby trafiała jak najlepiej do serc i oczywiście portfeli Twoich klientów.

Możesz zacząć od bezpłatnych konsultacji, ale gdy już nazbierasz kilka opinii osób i zobaczysz, że ludzie są zadowoleni z Twoich konsultacji, to naprawdę nie bój się kasować za to pieniądze. Jeżeli naprawdę się boisz, to zacznij od bezpłatnych konsultacji, ale nie czekaj! Zacznij, zanim poczujesz, że to jest właściwy moment. Jeżeli już widzisz, że jest jakieś zaangażowanie Twojej publiczności, widzisz, że masz jej zaufanie, to jest czas na to, żeby zmonetyzować swoje umiejętności.

Kiedy już naprawdę jesteś pewna, że wiesz, czego potrzebują Twoi klienci, i metody, które stosujesz, pomagają im – po prostu wiesz już, jak masz pomagać innym, i wiesz, że Twoje metody są skuteczne – to jest świetny czas na to, żeby wprowadzić kurs online do swojej oferty. Posiadanie i sprzedaż kursu online jest w pewnym sensie zbieraniem owoców swojej pracy z wszystkich poprzednich etapów, czyli budowania publiczności, badania rynku sprawdzania, co Ty chcesz robić, budowania fanpage’a, butowania listy itd., itd. To jest swego rodzaju Święty Graal biznesu online. Możesz naprawdę prowadzić sprzedaż kursów online i mieć te pieniądze jako pełne źródło swoich dochodów. To jest naprawdę możliwe w Polsce i takie kobiety jak my mogą zarabiać pieniądze online.

Aby źródła dochodów z kursów online były Twoim pełnym źródłem dochodu, musisz sprzedawać dosyć dużo kursów, ale jeżeli będziesz budować publiczność cały czas, to jest to jak najbardziej możliwe i te dochody mogą być całkiem dobre. Dzięki temu zyskasz czas na te rzeczy, które są dla Ciebie ważne, i pracować tam, gdzie chcesz. Ja, tak jak mówiłam, pracuję w domu i już teraz kursy online są dla mnie takim źródłem dochodu. Tak że bardzo, bardzo się z tego powodu cieszę.

Podsumowując: żeby sprzedawać kursy online, musisz najpierw przejść drogę budowania publiczności i budowania zaufania do swojej osoby. Bez tego sprzedaż nie będzie możliwa. Na początku trzeba włożyć trochę pracy, po to żeby potem zbierać jej owoce. Nie bój się dawać rzeczy za darmo. Nie bój się tej pracy na początku, ona naprawdę przyniesie efekty razy 10, razy 100. Nie musisz być we wszystkich mediach społecznościowych. Na początku wybierz jedno lub dwa i na nich się skup. Wybierz te, co

do których czujesz, że to jest to, co lubisz robić. Rób to, w czym czujesz się mocna. I najważniejsze: nie nastawiaj się na spieniężenie swojego bloga czy strony od razu. Miej jakieś zajęcia lub inną pracę, żeby robić to stopniowo i żebyś nie musiała podejmować złych decyzji, żebyś nie musiała zarzucać swojej pracy, bo po prostu nie przewidziałaś, że tak późno będziesz w stanie spieniężyć swoje umiejętności.

Ale wierzę, że Ci się to uda. Wierzę w to, że można to zrobić. Wymaga to poświęcenia, ale naprawdę, naprawdę jest to możliwe! Tak że nie trać nadziei, cały czas badaj rynek – to mogę powtarzać po prostu w środku nocy jak nakręcona – sprawdzaj, czego ludzie oczekują, czego potrzebują i po prostu dawaj im to, i zarabiaj na tym.

Linki do wszystkich ciekawostek i źródeł wiedzy, które wymieniłam w tym odcinku podcastu, są na stronie: ponitceariadny.pl/19. Pod tym samym adresem można ściągnąć mapę działania dla osób, które chcą mieć swój biznes online. Bezpośredni link do tej mapy to: ponitceariadny.pl/19prezent. Jeżeli ściągniesz tę mapę działania, to będziesz również otrzymywać powiadomienia o nowych odcinkach podcastów, ale również o webinarach, które wkrótce będę prowadzić na temat poszczególnych etapów rozwijania swojego biznesu online. Planuję całą serię webinarów, tak że serdecznie zapraszam Cię do zapisu, będziesz mogła wiele się dowiedzieć i skorzystać z tego.

Jak już wspomniałam na początku, spędziłam dużo czasu, przygotowując ten podcast. I chociaż jest on dostępny bezpłatnie, to nie jest zupełnie darmowy. Jeżeli teraz jeszcze go słuchasz, to domyślam się, że odcinek Ci się spodobał. Tak że bardzo Cię proszę: podziel się informacją o nim z osobami, którym może pomóc. Nie wysyłaj linków przypadkowym osobom, bo to nie ma sensu – ani dla Ciebie, ani dla mnie. Natomiast jeżeli wiesz, że są osoby, które potrzebują pomocy z odnalezieniem się w swojej sytuacji, w swoim biznesie lub po prostu chcą ruszyć z miejsca, to koniecznie wyślij im link do tego odcinka podcastu: ponitceariadny.pl/19.

Dziękuję Ci w imieniu osób, z którymi się podzielił tym podcastem, i dziękuję Ci w swoim imieniu.

Dziękuję Ci za spędzenie ze mną czasu i wysłuchanie tego odcinka podcastu. Aby przeczytać notatki, posłuchać innych odcinków, wejdź na moją stronę: ponitceariadny.pl. Jeśli chcesz, aby również inne kobiety chcące rozwinąć swój biznes on-line odkryły ten podcast, zostaw mi recenzję w iTunes. I pamiętaj, jak mówił Henry Ford: „Jeśli sądzisz, że potrafisz, to masz rację. Jeśli sądzisz, że nie potrafisz – również masz rację”.