

Mariusz: Cześć Magdalena. Miło mi Ciebie gościć w moim podcaście. Dzięki, że zgodziłaś się wystąpić.

Magdalena: Cześć. Witam bardzo serdecznie Mariusz i dzięki za zaproszenie.

Mariusz: Okej, to może na początek tradycyjnie, powiedz parę słów o sobie, powiedz czym się zajmujesz na co dzień.

Magdalena: A to można by było oczywiście długo o tym opowiadać. Ja zajmuję się marketingiem internetowym. Jestem ekspertem w tej dziedzinie. Pomagam ludziom zbudować ich biznesy online w oparciu o opakowanie ich wiedzy w kursy online, w webinary, w mastermindy, czyli wszystko, co możemy dziś nazwać produktem digitalowym.

Czyli jeżeli ktoś jest ekspertem, a właśnie z takimi osobami współpracuję, ekspertami, autorami, przedsiębiorcami i chce opakować swoją wiedzę, swoje doświadczenie, no to właśnie wtedy trafia do mnie. Zaczynamy proces budowy jego kursu online.

Zazwyczaj w tej chwili to są właśnie kursy online. No i zaczyna się przygoda, tak? Bo jedno to jest stworzenie takiego kursu, a później to jest oczywiście praca, którą wykonujemy, aby taki kurs wypromować, sprzedać, odszukać odpowiednich klientów tak, żeby faktycznie mój klient miał taki stabilny biznes online i mógł na tym zarabiać w Internecie.

Mariusz: Super! To jest bardzo ciekawa tematyka. Szczerze mówiąc bardzo mnie to interesuje i dlatego zaprosiłem Cię do podcastu. A wcześniej, zanim Cię zaprosiłem to trafiłem na Twój podcast, Marketing MasterClass. Zainteresował mnie bardzo, no i zaskoczyło mnie to, z jaką pasją, zaangażowaniem opowiadasz o marketingu online.

Zaskoczyło mnie to tak, że zacząłem słuchać najpierw jednego odcinka, potem drugiego i kolejnego, no i się wciągnąłem. Biję od Ciebie taka niesamowita energia, gdy mówisz o kursach online, nie tylko o kursach online, ale o marketingu online. Widać, że jest to Twoja pasja, no i chciałbym się zapytać, skąd ta energia i to zaangażowanie się u Ciebie bierze? Skąd taka pasja, gdy mówisz o tym w podcaście?

Magdalena: No to bardzo się cieszę, że faktycznie Ty jako słuchasz też to czujesz. To jest tak jak powiedziałaś, moja wielka pasja. Moja praca to jest coś, co ja uwielbiam robić i bardzo się z tego powodu cieszę, że faktycznie gdzieś tak w moim życiu jest, bo nie zawsze tak było. Ale uwaga tutaj gwiazdka, żeby nie malować jakiejś takiej idylli, ale to nie jest tak, że ja uwielbiam wszystkie zadania, które są związane z tym, że ja muszę wykonywać pewne rzeczy w swojej firmie.

Są też takie zadania wciąż dziś, które robię, które do końca jakby nie są moimi takimi najlepszymi, tak? Natomiast absolutnie zajmuję się na co dzień tym, co uwielbiam. Jestem marketerem internetowym i w momencie, kiedy mogę o tym opowiedzieć, to po prostu mam tę pasję, taką wysoką energię naturalną, ona po prostu jest, tak bym mogła powiedzieć. No, ale też ja taka jestem.

Ja jestem osobą, która bardzo często, można powiedzieć, w większości się uśmiecha. Jak się mnie spotka to chce się ze mną porozmawiać, dlatego, że mnie ludzie interesują. Więc to też pewnie może słuchacz czuć w moich podcastach, że ja po prostu je nagrywam dla niego, no bo ja tak naprawdę wiem to wszystko, więc ja nie muszę tego sobie powtarzać. Natomiast podcast czy cała moja tak naprawdę działalność taka edukacyjna wynika z tego, że ja chcę się tą wiedzą dzielić.

To, że ja ją wiem, że potrafię ją zastosować i że mam świetne wyniki, że moi klienci mają wyniki, to jest jedna rzecz. Natomiast mój cel jest dużo dalszy. **Ja chcę wpłynąć na sto tysięcy Polaków, żeby oni stworzyli swoje kursy online, żeby faktycznie mogli zarabiać w Internecie.** No i właśnie podcast jest jednym z tych narzędzi, które wykorzystuje do tego, aby do tych zainteresowanych dotrzeć.

Mariusz: No super. Widać, że lubisz to robić. Zakładam, że Twoja praca jest Twoją pasją. No i to widać, i słyhać, szczególnie w podcastach. Dzisiaj chciałbym z Tobą porozmawiać szerzej właśnie o tym, czym się zajmujesz, o kursach online. O tym, czego uczysz. Kursy online to jest taki sposób przekazywania wiedzy przez Internet, czyli taka forma e-learningu.

Powiedz czy w dzisiejszym świecie, gdzie tak naprawdę mamy natłok informacji, wszyscy pędzą do przodu, czy uczenie się online, a nie na kursach stacjonarnych to według Ciebie jest przyszłość? Czy to się będzie rozwijało? Czy ten rynek będzie cały czas rósł? Czy ktoś, kto chciałby się zająć tworzeniem kursów online może być nastawiony na to, no że ten rynek cały czas będzie się rozwijał, więc będzie miejsce dla nowych kursów online? Skoro zakładasz, że sto tysięcy osób w Polsce stworzy swój kurs online, no to będzie spora konkurencja.

Magdalena: To jest bardzo dobre pytanie. Faktycznie tutaj ono często pada w moją stronę, więc tutaj możemy się wesprzeć informacjami, które są dostępne w różnego rodzaju marketingowych raportach, które informują o tym jak faktycznie ten rynek e-learningowy wygląda. Najczęściej to są raporty, które obejmują cały świat. Tam faktycznie nie zawsze Polska jest wyszczególniona.

Natomiast możemy obserwować pewne trendy, a więc te raporty są dla nas bardzo korzystne. Znaczący te informacje z raportów są dla nas bardzo korzystne, które jasno wskazują, że branża e-learningu w skali światowej będzie się bardzo mocno i dynamicznie, i wciąż rozwijać. Więc jeżeli ktoś jeszcze nie załapał się, nie kupił swojego biletu na ten statek, to absolutnie ma szansę i to jest jeszcze dobry czas.

Druga sprawa jest taka, że w Polsce musimy wziąć poprawkę na to, że ten rynek, on dopiero się zaczyna rozwijać. Dlatego, że kiedy porównuję go do tego, co się dzieje na przykład na rynku amerykańskim, ja pierwszy raz do Stanów wyleciałam w 2004 roku. Potem byłam w Stanach jeszcze chyba osiem razy i faktycznie te ostatnie kilka lat latałam tam już całkowicie w celach takich biznesowych, edukacyjnych i dokładnie wiem jak ten rynek tam wygląda.

Jeżeli mówimy o jakimkolwiek nasyceniu kursami online rynku, no to musielibyśmy raczej myśleć w kontekście tego rynku amerykańskiego, gdzie faktycznie kursy online tam powstawały już wiele lat temu i na każdy temat możemy znaleźć naprawdę dziesiątki, jak nie setki propozycji. W Polsce na chwilę

obecną nie możemy znaleźć nawet na jedno jakieś zagadnienie, dajmy na to najbardziej popularną sprzedaż albo dietetykę.

Znaleźć przykład nie wiem, pięćdziesięciu kursów, z których możemy wybrać. Jest kilka opcji, czasami kilkanaście opcji, ale nie kilkadziesiąt opcji. A Polska to wciąż jest duży kraj, gdzie naprawdę mamy kilkanaście milionów osób, które korzysta z Internetu, które kupuje w Internecie, w związku z tym to są nasi potencjalni klienci. Czasami też pada do mnie takie pytanie, no dobrze, ale to skąd ty wiesz, że ten rynek w Polsce dopiero się rozwija.

No to wynika przede wszystkim, no z mojego doświadczenia, czyli z tego, że ja faktycznie kilka razy w ciągu ostatnich dwóch i pół roku ja byłam siedem razy w Stanach, a więc... czy sześć, jakoś tak, no w każdym bądź razie bardzo dużo i w kontekście właśnie marketingu, po prostu widzę jak ten rynek tam funkcjonuje, a co się dzieje u nas w Polsce. I kiedy to się w Polsce zaczęło, więc dziś mamy wciąż jeszcze bardzo dobry czas, aby zacząć.

Tym bardziej, że nawet obserwując rynek amerykański, muszę powiedzieć, że tam wciąż powstają nowe osoby, wybijają się nowi eksperci. To nigdy nie jest tak, że rynek jest już wiesz, na fula. Po prostu już nikt inny nie wejdzie. To nie jest tak. Tutaj wtedy musimy zastosować inną strategię marketingową, którą jeden z moich mentorów mi przedstawił, ona się nazywa BIG IDEA. I ona ma za zadanie tak naprawdę wyciągnąć z nas tą naszą unikalność komunikatu czy naszego produktu, abyśmy potrafili wzbić się powyżej tego, co dziś jest na rynku oferowane i stworzyli sobie poprzez nowy, świeży komunikat marketingowy, tak byśmy powiedzieli, błękitny ocean.

Trzeba się wtedy trochę bardziej nagimnastykować, zastanowić. Pewnie nie zostanie to wymyślone w pięć minut, ale nawet na tych rynkach już bardzo zatłoczonych, bardzo konkurencyjnych, każdy ma możliwość stworzenia nowej jakości, a nowa jakość się obroni, bo ludzie będą zawsze chcieli uczyć się od tego, który jest lepszy, oferuje lepsze produkty, lepsze usługi.

Mariusz: To brzmi bardzo perspektywicznie dla osób, które rzeczywiście myślą o stworzeniu swojego kursu online. Czyli rynek istnieje, według Ciebie będzie się powiększał, przynajmniej w Polsce. A nawet, jeżeli będzie duża konkurencja, no to nadal jesteśmy w stanie stworzyć kurs online i przebić się z nim stosując różne strategie marketingowe i po prostu tworząc dobry produkt. Tak myślę, takie jest moje założenie.

Magdalena: Dokładnie tak.

Mariusz: Okej, odpowiedz na takie pytanie, czy tworzenie kursów online to dla Ciebie albo dla Twoich kursantów, sposób na tworzenie dochodów pasywnych, które z czasem mają przynieść wolność finansową?

Czy raczej to jest takie nastawienie na ciągłą pracę i ciągłe inwestowanie swojego czasu w tworzenie kolejnych kursów online? Czy właśnie założenie jest takie, że tworzymy jeden, może więcej kursów

online, żeby osiągnąć ten stały poziom dochodów pasywnych i gdzieś w czasie osiągnąć tę upragnioną wolność finansową? Czy to jest w ogóle dobra metoda na osiągnięcie raz, dochodów pasywnych i dwa, wolności finansowej? Czy właśnie tworzenie kursów online to jest dobra metoda? Czy raczej powinniśmy się nastawić na to, że jest to ciągła praca?

Magdalena: To jest świetne pytanie. Ja bym chciała od razu przytoczyć taką definicję dochodu pasywnego, dlatego że każdy rozumie to chyba trochę inaczej, więc żebyśmy wiedzieli, później ja się do tego odniosę w swojej wypowiedzi.

Dochód pasywny oznacza dochód bez stałego zaangażowania własnej pracy. Osoby osiągające dochód pasywny bez wkładu własnej pracy nazywamy rentierami. Dochód pasywny otrzymany jest wtedy, gdy raz wykonana praca przynosi zyski przez określony czas.

Czyli jak tutaj byśmy rozumieli dochód pasywny, to że jeżeli coś raz wykonamy, to przynosi nam to przychody, tak? Przez określony czas. I faktycznie tak działa kurs online. Jeżeli go raz stworzymy, a zrobimy kampanię, tutaj oczywiście mamy kilka rodzajów kampanii, bo możemy zrobić kampanię stałą, a możemy zrobić kampanię w tak zwanym oknie sprzedażowym. To jest ten typ kampanii, który akurat ja proponuję, szczególnie dla osób, które zaczynają. Bo tak jak ostatnio też właśnie Michał Wawrzyniak napisał u mnie na grupie, na Facebooku, że jeżeli zaczynasz, to lepiej najpierw jest biec sprinty, a dopiero później przebiec cały maraton.

Więc jeżeli zaczynamy, to ja faktycznie proponuję, żeby najpierw robić kursy online w kampaniach, a dopiero później zautomatyzować ten proces tak, żeby faktycznie to był taki, byśmy powiedzieli, samograj. Czyli coś, co każdy z nas najbardziej by chciał. Kwestia jest taka, że raz stworzony kurs online, w zależności od tego, czego on dotyczy, będzie aktualny przez określony czas. Jeżeli zmieni się jakaś sytuacja rynkowa, na przykład albo społeczna, albo jakkolwiek inna i dany kurs online się zdezaktualizuje, no to wiadomo, że jako autor ja muszę go zaktualizować, na przykład dograć jakieś filmiki.

Więc to nie jest tak, że ja już nigdy nie będę musiała nic z nim zrobić. Ja na przykład teraz nagrywam od nowa swój kurs online, który stworzyłam półtora roku temu, dlatego że chcę go nagrać po prostu na nowo. Dziś dodam do niego już jeszcze inne zrozumienie, inne informacje niż rok temu. No bo wiadomo, półtora roku temu byłam zupełnie inną osobą. A więc z tej perspektywy trzeba zwrócić uwagę, że pewnie co jakiś czas będziemy chcieli taki kurs online odświeżyć, żeby dostarczać jak najwyższą jakość tego kursu online, żeby on faktycznie był aktualny i adekwatny do tego, co nasz kursant potrzebuje.

Natomiast perspektywa powiedzmy roku to jest dosyć długa perspektywa. Raz stworzyć i później przez rok nic nie robić, no to faktycznie jest okej. Kwestia jest kolejna taka w tym kontekście dochodu pasywnego, że żeby tworzyć swoją społeczność, która później będzie od nas kupowała nasz produkt internetowy, no to to nie jest tak, że my pojawimy się raz, zdobędziemy na przykład kilka tysięcy fanów na Facebooku, później znikniemy, prawda, jako ci rentierzy będziemy leżeć sobie pod palmami i nic już więcej nie zrobimy, a oni tam wciąż będą.

No nie, no człowiek wiesz, za kilka dni on zapomni w ogóle o naszym istnieniu, a więc faktycznie to jest tak, że jeżeli budujemy swoją markę osobistą w mediach społecznościowych, to to trochę wymaga od nas takiej obecności. Powiedziałabym, nie trzeba być wiesz, codziennie na live i prowadzić taki aktywny bardzo tryb. Oczywiście można. Pewnie też wtedy efekty będą inne. Natomiast można te rzeczy też w pewien sposób zaplanować tak, żeby tego czasu mieć więcej. Można też się wesprzeć przecież ludźmi, którzy nam mogą pomóc.

Czyli mieć wirtualną asystentkę chociażby czy po prostu pracownika, który będzie za nas taką codzienną komunikację w mediach społecznościowych publikował. Natomiast kwestia jest taka, ja bym tutaj chciała taką tezę może rzucić, że produkty same się nie sprzedają. Co to znaczy? To znaczy, że my musimy, nawet, jeżeli mamy stworzony kurs online, my musimy cały czas tą wodę na młyn lać. I oczywiście to można robić w postaci reklamy na Facebooku, która może być całkowicie zautomatyzowana i jeżeli jest dobrze raz ustawiona, to będzie dla nas mogła działać tak naprawdę i wiele miesięcy, a nawet i lata.

Będzie ją trzeba doglądać, sprawdzać czy aby na pewno wszystkie stawki się zgadzają, czy nie przepłacamy. Natomiast nie jest to też coś, co będzie nam zajmowało bardzo dużo czasu. Więc powiedziałabym tak, że stworzenie biznesu online, a szczególnie rozkręcenie biznesu online, to to jest praca, która wymaga naprawdę dużo naszego zaangażowania, no bo jeżeli ona wymaga od nas, żebyśmy my przekonali inne osoby do siebie, do swoich produktów, no to musimy traktować naszych odbiorców bardzo poważnie i odpowiedzialnie. To znaczy, że jeżeli będziemy się tutaj kierować taką podstawową zasadą w marketingu, która mówi o tym, że najpierw osoby będą chciały ciebie poznać, później polubić, dopiero wówczas zaufać i dopiero czwartym krokiem jest, że będą chciały od ciebie kupić.

To jest pewien proces i teraz, jeżeli my jako autorzy kursu online, jako osoby, które chcą zbudować swoją markę osobistą w Internecie, podejmiemy do tego tematu poważnie i perspektywicznie, no to faktycznie będziemy wszystkie te elementy chcieli przedstawić i na bieżąco budować z nowymi odbiorcami. A więc tak podsumowując, bym powiedziała, że pewne elementy biznesu online w kontekście sprzedaży kursów online można zautomatyzować i można powiedzieć, że są tam elementy czy takie znamiona właśnie dochodu pasywnego.

Natomiast, jeżeli chodzi o budowanie marki osobistej, która bardzo pomaga i mogłabym nawet powiedzieć wprost proporcjonalnie ma przełożenie na nasze wyniki sprzedażowe, no to pewnie tego nie jesteśmy w stanie jakoś zdelegować. No, ale myślę, że też wrzucenie jakiegoś zdjęcia, interesującego postu czy zrobienie transmisji na żywo, to nie jest jakoś tak strasznie ciężka też praca, nie? Pewne rzeczy można zautomatyzować i na jakiś czas można powiedzieć, że wtedy jest ten dochód pasywny, szczególnie, jeżeli właśnie kampania jest automatyczna. Natomiast, no trzeba się napracować. To nie jest tak, że to przyjdzie samo, bo jeżeli tak by było, to każdy już by dzisiaj to robił, odnosił ogromne sukcesy i zarabiał miliony.

Mariusz: Okej, rozumiem. Czyli raczej trzeba się nastawić na to, że tworzenie kursów online to jest proces. Na początku trzeba włożyć bardzo dużo pracy i zaangażowania, żeby w ogóle stworzyć ten kurs i go wyprodukować, a potem trzeba go sprzedać, stworzyć kampanię, a potem obsługiwać klientów.

Ale gdzieś tam pojawia się ten moment, że rzeczywiście możemy odetchnąć, uwolnić trochę swojego czasu i jeżeli chcemy, to możemy powiedzieć, wyjechać na długie wakacje, na miesiąc, dwa albo nawet i dłużej, zapomnieć trochę o tym kursie online, no a potem wrócić. I dalej budować swoją pozycję eksperta, czy to w mediach społecznościowych, czy w jakiś inny sposób. No i dalej zajmować się swoim kursem online, tak to sobie wyobrażam.

Magdalena: Tak, bardzo dobrze to podsumowałeś. I tutaj bym jeszcze dodała taką kwestię, że musimy pamiętać, że raz stworzony kurs online możemy sprzedawać wielokrotnie. Czyli jeżeli damy na to w styczniu stworzymy jeden kurs online i zaczniemy go sprzedawać, to my możemy za kwartał stworzyć kolejny kurs online i już będziemy mieli dwa kursy online do sprzedaży.

Więc to jest coś tak naprawdę, co możemy wykorzystywać wielokrotnie. Do momentu, kiedy nie musimy aktualizować naszego kursu online, to on jest świetnym produktem do sprzedaży. I to, co jest jeszcze taką przewagą, no to damy na to, jeżeli mamy kurs online, nawet w języku polskim, no to przecież Polacy są na całym świecie, więc może się okazać, że kiedy my śpimy, to kupi od nas Polak mieszkający w Australii. Jeżeli mu się tam pojawimy z naszym komunikatem, jeżeli zadbamy o to, aby media społecznościowe nas tam, prawda, wyświetliły i żeby on do nas faktycznie trafił, a są takie możliwości.

Dzisiaj reklama na Facebooku wcale nie jest droga i absolutnie zachęcam do tego, żeby też z tego narzędzia korzystać, więc tak naprawdę cały świat stoi i tylko czeka tak naprawdę na to, żebyśmy my pokazali mu ten nasz produkt. Oczywiście on musi być dobry, ale tutaj wierzę, że to jest punkt wyjścia. Tak naprawdę mówimy tylko o osobach, które tworzą dobrej jakości produkty, dostarczają faktycznie rozwiązania.

Mariusz: A czy spotykasz się z czymś takim, że ktoś tworzy kurs po polsku dla polskiej publiczności, a potem tłumaczy ten kurs na przykład na angielski i wysyła dalej w świat? Czy to jest też jedna z możliwości? Czy są takie praktyki? Czy raczej nie?

Magdalena: To znaczy nie słyszałam o tym, żeby ktoś tłumaczył swój kurs na inny język, natomiast wiem, że są osoby, które są Polakami i tworzą w języku angielskim, więc... zresztą ja nawet, no jeszcze teraz jest trochę za wcześnie, bo jeszcze moją książkę promuję cały czas w Polsce, natomiast absolutnie na 2019/20 w moim planie marketingowym jest właśnie też nagranie takich kursów w języku angielskim.

Dlatego też, że prowadzę, mam klientów Brytyjczyków i Amerykanów. Co prawda jest to powiedzmy piętnaście procent moich wszystkich klientów, natomiast to wciąż są już takie osoby, które prowadzę właśnie też w kontekście kursów online, no i domagają się. Magda, przetłumacz książkę. Dlaczego my

nie możemy czytać tej twojej książki, prawda? Więc na pewno będę tłumaczyła książkę. „Jedną kampanię do wolności” właśnie na język angielski i na pewno też powstaną kursy.

Mariusz: Wspomniałeś o swojej książce, więc skupmy się na niej, bo szczerze mówiąc przygotowując się do rozmowy z Tobą, zacząłem czytać Twoją książkę „Jedna kampania do wolności”. Jest bardzo interesująca. Dla osób, które nie wiedzą, co to za książka, to powiem tylko tyle, że opisujesz w niej kompleksowy sposób na to jak tworzyć produkty online, nawet nie tylko kursy online, jak przeprowadzać ich kampanię marketingową od początku aż do końca. No i jak na samym końcu zautomatyzować cały ten proces, żeby ten biznes był w miarę automatyczny. Aby uwalniać swój czas z tego procesu.

Szczerze mówiąc to, co podobało mi się w tej książce bardzo, to to, że zahaczyłaś trochę o samorozwój w pierwszych rozdziałach książki. Chodziło tam o to, żeby uświadomić sobie dlaczego tak naprawdę chcemy stworzyć kurs online albo nawet jeszcze zanim stworzymy kurs online, żeby uświadomić sobie, czego my tak naprawdę w życiu chcemy się zajmować, jaki jest nasz cel, żeby tak bezrefleksyjnie nie podchodzić do tworzenia kursu online, tylko najpierw odszukać w samym sobie motywację do działania i dopiero potem zastanowić się i skupić się na tworzeniu kursu online czy produktu online, żeby przejść taką wewnętrzną transformację, zmienić swój sposób myślenia.

No i w związku z tym moje pytanie, czy możesz powiedzieć coś więcej na ten temat dla moich słuchaczy? Bo to tak naprawdę jest bardzo istotny krok. Czyli od czego powinniśmy zacząć swoją transformację, swoje wyjście ze strefy komfortu, którą zakładam, że każdy z nas ma, żeby móc się rozwijać i tworzyć takie kursy online czy produkty online? Jak zmienić swój sposób myślenia i podejście do świata, żeby w ogóle zacząć działać? Czy są jakieś takie uniwersalne sposoby na to? Jak powinniśmy do tego się zabrać?

Magdalena: To jest bardzo ważny temat, który poruszyłeś i dlatego też ja nie przesłałam obojętnie obok tego tematu właśnie w książce, która jest marketingowa. Która jest biznesowa i można powiedzieć, że spokojnie mogłabym opuścić ten aspekt i skupić się tylko i wyłącznie na takich bardzo, takich wiesz, solidnie marketingowych rzeczach, które też w tej książce są i to jest ich zdecydowana właśnie siła. Natomiast ja poprzez pracę z moimi klientami, z różnymi ludźmi, zaobserwowałam, nawet też tak naprawdę pracę z samą sobą, zaobserwowałam, że my możemy mieć najlepszą strategię rozpisaną, możemy mieć najlepszy plan podboju świata i stworzenia kursu online, w ogóle nie wiadomo czego.

Natomiast to, że ten plan istnieje, to mogłabym powiedzieć tak dosyć odważnie tutaj, to jeszcze nic nie znaczy. Bo jeżeli my go nie wykonamy, jeżeli my faktycznie nie weźmiemy się do roboty, to nic się nie wydarzy. I ja zaczęłam obserwować, że ludzie bardzo często nie działają. Po prostu tak bym powiedziała. Nie działają, skupiają się tylko na tym, że oni muszą wiedzieć, pozyskują wiedzę. Muszą wiedzieć jak stworzyć platformę do kursu online, jak założyć bloga, ale później nic z tym nie robią, więc ja dlatego taki apel zawsze daję i do moich klientów, i do osób, które mnie obserwuj gdzieś tam w mediach społecznościowych, no że po prostu rusz swoje cztery litery, że po prostu idź po te swoje marzenia i to jest ta właśnie praca.

Bez tego to się nie wydarzy. Możesz mieć tak naprawdę najlepszy produkt, ale co z tego, jeżeli go nie stworzysz i jeżeli ja bym nie napisała tej książki, to ona by nie została napisana. Jeżeli ja bym nie stworzyła moich kursów online, to one nie zostałyby stworzone. Więc, no wówczas pewnie nie byłabym tutaj dziś, gdzie jestem i pewnie nie chciałbyś przeprowadzać ze mną wywiadu, bo byłabym zupełnie pewnie innym człowiekiem. Więc musimy pamiętać przede wszystkim, że to, co my chcemy stworzyć, jeżeli ktoś dzisiaj ma w sobie takie przekonanie, że chce stworzyć kurs online, że chce podzielić się swoją wiedzą, swoim doświadczeniem, że chce pomóc ludziom, którzy tego rozwiązania potrzebują, no to bym powiedziała, on ma takie zobowiązanie moralne do tego, aby to zrobić.

Jeżeli tego nie robi, no to tutaj, no musi wziąć za to odpowiedzialność, taką odpowiedzialność na pewno naprawdę głęboką, bo to znaczy, że ktoś jest na tym świecie, z jego klientów, który czeka na ten kurs, a po prostu on go nie robi, więc jakby pozostawia tych ludzi bez tego rozwiązania. Teraz byśmy mogli powiedzieć, no dobrze Magda, ale przecież jest tyle różnych innych osób, które tworzą te kursy online, po co mój jest potrzebny? I tutaj znowu jest bardzo ważny aspekt rozwoju osobistego. Osoby, z którymi pracuję, bardzo często mają takie poczucie, no dobrze, ale czy ja naprawdę mam coś wartościowego do przekazania? Jak mój kurs będzie inny? Czy naprawdę moja wiedza jest taka unikalna? No przecież ten już zrobił, tamten planuje. Gdzie ja mały, szary żuczek, ta mała myszka, będę w ogóle coś robić?

Jeżeli ktoś ma taką myśl, no to to jest wielki alarm. Szkoda, że nie mam takiego dzwonka, ale to by było taki po prostu alarm. Wiesz, do tego, że właśnie, trzeba, że to nie jest normalne, że to, że normalny stan człowieka to jest bardzo mocna pewność siebie. Pewność co do tego przede wszystkim, jaką wartość my dajemy jako ludzie drugim osobom. W związku z tym, jeżeli ktoś ma dziś myśl, żeby stworzyć kurs online, to znaczy, że to ma sens. Kwestia jest tego, że on musi to jakby dopracować. Czyli może musi kupić moją książkę, może zapisać się na jakieś szkolenie, może oglądać, wiesz, słuchać takich podcastów, które ty nagrywasz, żeby uświadomić sobie pewne tematy związane z prowadzeniem biznesu online, z tym, jaką on wartość daje i wtedy po prostu zacząć to tworzyć.

I jak już zacznie ktoś tworzyć, to jest jedna bardzo ważna zasada, nigdy się nie poddawać. I to jest znowu takie niby proste. Ale o to chodzi. To właśnie odróżnia ludzi sukcesu.

Poprzez sukces możemy rozumieć cokolwiek. Ja uważam, że jestem człowiekiem sukcesu, bo napisałam na przykład książkę, bo stworzyłam kurs online, który chciałam, bo rozmawiam dziś z Tobą. Więc tutaj my mamy tak naprawdę stuprocentową odpowiedzialność znowu, żeby samych siebie widzieć jako ludzi sukcesu. Natomiast, jeżeli myślimy o takiej dużej skali, no to właśnie jedną z takich zasad jest to, że **ludzie sukcesu się nie poddają**. Jeżeli masz jakiś cel, to robisz go do efektu i jest to taki jeden z moich mentorów, Grant Cardone, którego uwielbiam, wszystkie, co prawda jest kilka jego książek w języku polskim przetłumaczonych, więc też polecam. Natomiast on właśnie mówi, że ludzie dlatego nie osiągają tego, co chcą, bo się poddają, zbyt szybko, zbyt łatwo.

A więc pewnie, jeżeli ktoś dziś patrzy na kogoś, że o, ten to ma już taką społeczność, o ten to ma taki biznes, ten to ma tyle nieruchomości. No pewnie dlatego, że zrobili więcej rzeczy, porozmawiali z

większą liczbą osób, przeczytali może więcej książek, a może po prostu coś jeszcze zrobili, czego ty dzisiaj jeszcze nie zrobiłeś, więc po prostu trzeba wziąć się w garść i do roboty.

Mariusz: Bardzo mi się to podoba. Ta jedna myśl, **nigdy się nie poddawaj**. Wydaje się to być bardzo proste, ale rzeczywiście działa, bo jeżeli ktoś ma słomiany zapał, czasami ja też mam słomiany zapał, zabieram się za coś, zaczynam robić, wykonuję kilka kroków, a potem to się oddala w czasie, robię coś innego, prokrastynację, zabieram się za jakiś zupełnie inny projekt. I przestaję działać w tamtym obszarze, więc nie ma żadnych efektów.

To jest rzeczywiście naprawdę bardzo ważne to, co powiedziałaś, żeby nigdy się nie poddawać. Jeżeli mamy taki cel, żeby stworzyć kurs, to powinniśmy to robić, wypuścić kurs pierwszy. Nawet, jeżeli on nie będzie pewnie jakiś dobrej jakości czy najlepszy. Potem zawsze możemy go przecież poprawić, udoskonalić, dotrzeć do kolejnych odbiorców, więc rzeczywiście to jest bardzo ważne, żeby nigdy się nie poddawać. No, ale założmy, że jestem taką zwykłą osobą, która ma na początku jakieś wątpliwości czy się nadaje do tworzenia kursów online, czy ma jakąś unikalną wiedzę, ale założmy, że już udało mi się zmienić ten mój sposób myślenia, zmienić moje podejście.

Mam wyznaczony cel. Nie poddaję się, cokolwiek się nie dzieje, robię to, co mam zrobić. Małymi kroczkami brnę do przodu. Chcę stworzyć mój kurs i od czego powinien zacząć na początku? Czy powinienem określić, kto ma być moim potencjalnym odbiorcą i dopiero potem zacząć tworzyć kurs? Albo najpierw może jeszcze tworzyć moją społeczność? Może na odwrót, czy może powinienem od razu stworzyć mój kurs, przelać wszystkie moje myśli i doświadczenie na papier, nagrać to online i dopiero potem szukać klientów? Czy to jest dobra kolejność? Czy raczej powinna być zupełnie odwrotna, czyli najpierw szukam klientów i do nich docieram, dopiero potem tworzę kurs? Od czego powinienem zacząć?

Magdalena: No to znowu, to jest bardzo dobre pytanie, które też często pada od osób, które zaczynają. I to jest tak naprawdę kwestia uświadomienia sobie tego, że jeden kurs powinien rozwiązywać jedno jakieś zagadnienie, jakiś jeden problem i dla jednej grupy odbiorców. Czyli dajmy na to, jeżeli chcemy stworzyć kurs, to my musimy wiedzieć, dla kogo ten kurs jest. Dlatego, że wówczas będzie on po pierwsze, bardziej skuteczny, bo będzie dostosowany do określonej grupy odbiorców.

Czyli, jeżeli będziemy bardziej skuteczni, to klienci będą bardziej zadowoleni, będą polecać, no i jakby wszystko nam tutaj będzie lepiej grało. I dla nas też z punktu marketingowego będzie dużo łatwiej ten kurs promować, dlatego że jak coś jest dla wszystkich, to jest dla nikogo. Jak coś jest o wszystkim, to znowu jest do niczego. Więc tworząc ten swój kurs online, takie pierwsze kroki, to warto jest i to jest taki punkt wyjścia, żeby zastanowić się, jaki problem rozwiązuję, czyli co jest tym problemem, który rozwiązuję oraz komu ten problem rozwiązuję.

I to jest też ważne, takie rozróżnienie, żeby przestać myśleć tematami, na zasadzie na przykład jak schudnąć dziesięć kilo wiesz, w dwa miesiące. Jak lepiej sprzedawać? Jak stworzyć kurs online? To są tytuły, natomiast w momencie, kiedy tworzymy kurs online, my musimy myśleć problemami. Czyli, jeżeli

ktoś chce schudnąć dziesięć kilo, to jaki on ma problem? I ja jako autor kursu muszę rozwiązać ten problem. Nie dać mu tytuł, tylko najpierw się zastanawiam, jaki konkretnie problem rozwiązuję. Czyli może to być dla kogoś, na przykład myśli schudnę dziesięć kilo, bo ma jakąś na przykład chorobę i jak lekarz powiedział, jak pani nie schudnie dziesięć kilo, no to tam będzie trudniej sobie z czymś poradzić.

I ktoś ma realną potrzebę, realny problem, żeby faktycznie te dziesięć kilo schudnąć. Albo ktoś chce się wcisnąć w stary garnitur czy w starą sukienkę, prawda? I to też wtedy jest jego problem. Jeżeli ktoś chce lepiej sprzedawać, to oczywiście on może mieć taką intencję samorozwoju, chce być wiesz, najlepszym sprzedawcą. Ale najprawdopodobniej za tym leży jakiś problem, który możemy nazwać. Może ma jakieś długi, które potrzebuje szybko spłacić, w związku z tym potrzebuje nauczyć się lepiej sprzedawać. Może chce zapewnić lepszy byt swojej rodzinie i na przykład w tym roku i już na zawsze zabierać swoją rodzinę wiesz, dwa razy w roku na wakacje. Więc chce więcej zarabiać, więc dla niego te marzenia czy ten problem, który ma, to będzie główna motywacja.

Więc w pierwszym kroku my musimy się zastanowić, jaki problem rozwiązuję. I jak już znajdziemy, określimy ten problem, który chcę rozwiązać poprzez mój kurs online, to określamy, komu chcę ten kurs, komu chcę ten problem rozwiązać. Czyli, kim jest ta osoba? I jedno, to oczywiście można się skupić w takim starym stylu, określić demograficznie, czyli kobieta, mężczyzna, tyle i tyle lat, mieszkająca w takim i w takim miejscu, w takiej i takiej miejscowości. Natomiast dziś musimy spojrzeć też na tego odbiorcę szerzej, dlatego że w Internecie naszymi odbiorcami naszego kursu online, jeżeli on na przykład dotyczy sprzedaży, to może być zarówno osiemnastolatek, który wiesz, ma po prostu mega chęć do tego, żeby odnieść wielki sukces.

Ale to też może być trzydziestolatek, więc grupę dziś docelową też oceniamy i określamy poprzez ich intencję. Poprzez po prostu, kim oni są, jakie mają marzenia, jakie mają problemy, jakie mają aspiracje. I to jest takie tak naprawdę kluczowe przy naszym punkcie wyjścia. Musimy mieć problem, który rozwiązujemy i musimy mieć grupę docelową, której ten problem właśnie rozwiązujemy.

Mariusz: Wydaje się to być proste, chociaż pewnie takie nie jest na początku, żeby to określić, ale założmy, że już mamy tą swoją grupę docelową. Wiemy, jaki problem chcemy rozwiązać oraz dla kogo. I teraz, co dalej? Założmy, że nie mam żadnej technicznej wiedzy, nie mam żadnych technicznych umiejętności, ale chcę taki kurs online nagrać czy stworzyć. To jakich narzędzi będę potrzebował, żeby się za to zabrać? I czy może to zrobić każdy, czy raczej potrzebuję jakiejś profesjonalnej ekipy, czy mogę to zrobić w moim domowym zaciszu?

Magdalena: Absolutnie można kurs nagrać w domowym zaciszu, tak jak tu powiedziałeś. Można nagrać kurs kamerą, która jest w telefonie. Dzisiaj większość telefonów, szczególnie tych nowszych, mają możliwość nagrywania w full HD, więc to są bardzo dobrej jakości wideo. Trzeba by było zadbać tylko i wyłącznie o dobry dźwięk. Czyli trzeba mieć jakiś mikrofon, taki krawatowy najlepiej będzie nam potrzebny. I wtedy faktycznie możemy przejść do nagrywania. Oczywiście to nie jest też tak, że od tego

pierwszego kroku, który powiedzieliśmy, czyli od określenia problemu i grupy, od razu przejdziemy do nagrywania, no bo musimy wiedzieć, co nagrywamy.

Więc po drodze jest oczywiście stworzenie konspektu, przygotowanie się do tych nagrań, żebyśmy mieli pewność, że faktycznie nagrywamy coś wartościowego. No i tutaj odsyłałabym przede wszystkim do tego, żeby zgłębić tą swoją wiedzę jak to ma być zrobione. I wówczas jesteśmy gotowi na nagrywanie. Faktycznie możemy to zrobić albo w wersji pro, czyli wynajmując profesjonalne studio i komuś zlecić zarówno nagranie, jak i późniejszy montaż. A możemy to zrobić we własnym zakresie. Ja też tak nagrywam swoje materiały. Co prawda mam profesjonalne oświetlenie, kamerę, ale wciąż jest to takie domowe pro, faktycznie tak to wygląda.

Natomiast trzeba też sobie uświadomić, że nie na każdym kursie online musi być nasza twarz. Może to być na przykład audycja audio, czyli takie podcasty w formie kursu online, na przykład uzupełnione jakimś PDF-em. Może to być nagrany nasz screen z komputera, czyli to może być prezentacja z naszym głosem. A więc to też nie jest tak, że zawsze musimy być na tej kamerze, nie każdy chce być, więc są inne rozwiązania, z których możemy skorzystać. I faktycznie taki kurs stworzyć. Tutaj też bym powiedziała taką wskazówkę, że pamiętajcie, **jeżeli stworzycie pierwszy kurs online i za kilka lat nie będziecie się go wstydzić, to znaczy, że zaczęliście zbyt późno.**

Zrobione jest lepsze od doskonałego. Przede wszystkim dlatego, że będzie zrobione. Nie ma takiej sytuacji, żeby kurs wyszedł perfekcyjnie, idealnie, bo zawsze na drugi dzień powiemy sobie kurczę, można było coś tam zmienić. Ale no znowu, musimy po prostu być tego świadomi i przede wszystkim produkować, jak najwięcej produkować na najwyższej jakości, którą jesteśmy dziś w stanie zrobić. Jeżeli jesteśmy dziś w stanie nagrać siedząc na naszej kanapie, oczywiście zadbajmy o jakiś taki skład i ład, nagrywajmy telefonem, to zróbmy to i powiedzmy naszej społeczności słuchajcie, nagrywam pierwszy kurs, robię to pierwszy raz, nagrywam to w ten sposób, forma będzie najlepsza, jaka może być.

Myślę, że jest okej. Zróbmy to, żeby to było okej. Ale content jest rewelacyjny. No po prostu musicie przerobić ten kurs. Jak go przerobicie to osiągniecie efekt X, Y, Z. I skupmy się na tej wartości, na to postawmy, a nie na wiesz, profesjonalne studio, kiedy zaczynamy.

Mariusz: Okej, fajna ta myśl, że jeżeli nie wstydzę się swojego kursu sprzed jakiegoś wcześniejszego okresu, to znaczy, że za późno go stworzyłem, tak?

Magdalena: Tak.

Mariusz: No bardzo fajne. Czyli reasumując, w zasadzie na początku nie potrzebujemy jakichś zaawansowanych narzędzi. Wystarczy nasz komputer, kamera w telefonie pewnie też będzie okej.

Magdalena: Tak.

Mariusz: Plus możemy nagrywać swój ekran i w zasadzie tyle. A co z platformą do umieszczenia zawartości kursu i jego sprzedażą? Czy to są jakieś narzędzia, które sami możemy sobie stworzyć, skonfigurować, wyklikać? Czy powinniśmy skorzystać z jakiejś zewnętrznej platformy?

Magdalena: Tak, tutaj jest tak naprawdę bardzo dużo rozwiązań, dlatego że, no faktycznie ta branża e-learningu rozrasta się, w związku z tym są też i firmy, i aplikacje, i platformy, które dostarczają gotowych rozwiązań na zapotrzebowania klientów. A że jest coraz więcej osób, które faktycznie chce takie kursy online tworzyć, to i tych rozwiązań jest cała masa. A możemy taką platformę sami wyklikać sobie na WordPressie. Czyli jest kilka takich pluginów, tak byśmy to nazwali. Pluginów, czyli wtyczek do WordPressa, które czy dzięki którym możemy stworzyć taką swoją platformę, membership, taką platformę właśnie członkowską dla naszego kursu, dla naszych klientów.

I wówczas, jeżeli jesteśmy troszeczkę obeznani, możemy to zrobić nawet we własnym zakresie. Jak to z WordPressem bywa, możemy też oczywiście wynająć do tego programistę, który nam w tym pomoże, jeżeli nie jesteśmy w tym jakoś bardzo biegli. I kolejnym rozwiązaniem jest oczywiście skorzystanie z gotowych platform, które i też w Polsce są dostępne. Są takie dwie, które naprawdę dostarczają świetną jakość, ale też jest cała masa rozwiązań amerykańskich czy w ogóle byśmy powiedzieli takich ogólnoświatowych. W języku angielskim, a więc niektóre z nich mają wtyczki na język polski i tak naprawdę tutaj musimy określić w punkcie wyjścia nasz budżet. Jeżeli wiemy, że chcemy ruszyć z budżetem zero, no to wiemy, że czeka nas po prostu dużo nauki tutoriali na YouTube, żeby taką platformę sobie wyklikać.

Jeżeli wiemy, że mamy na przykład na to nie wiem, tysiąc złotych, no to możemy się dogadać z programistą czy nam to wyklika na przykład, żebyśmy mieli to na gotowe. Ale jeżeli na przykład wiemy, że okej, naprawdę chcę zacząć sprzedawać te kursy, więc chcę zarabiać na tym regularnie, czyli jeżeli będę za platformę płaciła abonament kilkadziesiąt złotych, osiemdziesiąt złotych czy sto pięćdziesiąt złotych miesięcznie, to powiedzmy nie wiem, jeden kurs sprzedam i już mam na tę platformę, to może to też jest dobre rozwiązanie, wówczas mam wszystko na gotowe i faktycznie nie muszę się niczym przejmować.

Także powiedziałabym tak, zacznijmy znowu tu, gdzie jesteśmy. Wiem, że też niektóre osoby robią nawet tak, że na kurs online organizują specjalnie zamkniętą grupę na Facebooku i cały kurs tam przeprowadzają, więc nawet nie mają platformy. Więc jakby, więc jeżeli chcemy w ogóle zacząć z zerowym kapitałem, to możemy nawet w ten sposób to zrobić. Sprzedać kurs i zaprosić osoby do zamkniętej grupy na Facebooku i tam przeprowadzać proces, tak? Natomiast wiadomo, docelowo, szczególnie, jeżeli myślimy poważnie o założeniu swojego biznesu online, to taką platformę potrzebujemy mieć i wtedy mamy kilka tych rozwiązań.

Mariusz: Dzięki za podzielenie się takimi wskazówkami. Czyli na początek wydaje się to być bardzo proste. Tak jak powiedziałaś, wystarczy nawet grupa na Facebooku i to zadziała, jeżeli rzeczywiście nasza widza jest wartościowa. A wybiegnijmy trochę do przodu. Załóżmy, że już mamy ten kurs,

wyprodukowaliśmy go własnymi siłami, to jak powinniśmy go promować? Może powiedz jakieś dwie, trzy takie najskuteczniejsze metody na promocję online?

Magdalena: No to jest pytanie rozległe i wiesz, że tak powiem, pół mojej książki jest na ten temat. Cały dzień szkolenia, które zresztą właśnie we wrześniu też się odbędzie w Warszawie, bo pierwszy raz zdecydowałam się na zrobienie takiego dwudniowego autorskiego szkolenia, właśnie z tej tematyki, więc generalnie bym powiedziała najpierw tak. Pierwsza taka najważniejsza rzecz to uświadomić sobie, że nie ma jednej czy dwóch najważniejszych rzeczy, tylko że trzeba podejść do tematu procesowo i faktycznie zastanowić się jak ja tego klienta chcę zainteresować tym moim kursem.

Jeżeli będziemy podchodzić do naszego klienta odpowiedzialnie, czyli tak jakbyśmy sami chcieli być traktowani, czyli ja bym nie chciała, żeby ktoś mi coś nie wiem, zaczął sprzedawać, kiedy ja go jeszcze nie znam. Tylko wręcz przeciwnie, najpierw chciałabym tę osobę poznać, a dopiero później coś od niej kupić. To samo działa w Internecie, czyli jeżeli mamy promocję kursu, no to oczywiście mamy do dyspozycji media społecznościowe i całą masę funkcji, które one nam dostarczają. Weźmy na przykład Facebooka. No to, jeżeli ktoś dziś jeszcze nie robi transmisji na żywo na Facebooku, no to musi zacząć jak najszybciej. Najlepiej niech to będzie dzisiaj, także zróbcie słuchajcie, tutaj Facebook Live tak zwanego, czyli transmisję na żywo na Facebooku i dajcie **hashtag Mariusza, albo jakoś może podcastu Kierunek Wolność**, żebyśmy wiedzieli, że to są Facebook Live'y powstałe w kontekście tego właśnie nagrania.

No, ale trzeba zacząć dziś. Trzeba zacząć od razu. I podzielić się tym, co mamy, czyli dzisiaj to może być po prostu wartość bez przyprowadzenia ludzi do sprzedaży. Wartość typowo promocyjna, po prostu taka merytoryczna. Więc musimy wykorzystywać wideo. Wideo w różnej formie. Absolutnie polecam transmisje na żywo. Polecam też filmy, które będą wcześniej nagrywane. Polecam filmy różnej długości. Zarówno niech to będą dłuższe formy wypowiedzi, dajmy na to dwudziestominutowe, może nawet godzinne jakieś takie szkolenia i niech to będą takie trzyminutowe, żeby ktoś wiesz, jedząc kanapkę, pijąc kawę, w trzy minuty czegoś się fajnego dowiedział. I to też będzie dla niego bardzo duża wartość, więc wideo.

Ja na przykład od samego początku rekomenduję swoim klientom, żeby budować listę mailingową. To jest coś, co absolutnie rekomenduję od samego początku, więc jeżeli chcemy zacząć promować nasz kurs online, no to zaczniemy też go promować poprzez naszą listę mailingową. Czyli co? Musimy dać jakiegoś lead magnet, my to w marketingu nazywamy tak, czyli jakiś bezpłatny materiał, który osoba pobiera w zamian za zostawienie swojego maila. Jeżeli promujemy swój kurs online, to możemy zrobić taki zapis na listę zainteresowanych. Czyli znowu potrzebujemy mieć prostą stronę internetową, gdzie osoby będą się zapisywały i będą zostawiały swój adres mailowy po to, aby zostać poinformowanym o starcie sprzedaży tego kursu i wówczas my będziemy wiedzieć jako autorzy, okej, super, zapisało się pięćdziesiąt osób, czyli mam pięćdziesiąt potencjalnie osób, które są zainteresowane tym kursem. Ale tutaj znowu uwaga, to, że ktoś jest zainteresowany, to wcale nie oznacza, że on to kupi.

To jest bardzo długa droga. A więc te listy właśnie zainteresowania, one takie są troszeczkę mylące. I faktycznie miałam kiedyś taką osobę, która ze mną się skontaktowała i powiedziała Magda, to jest jakieś nienormalne. Siedemset osób zapisało się na listę oczekujących. Ja mówię, no to świetnie. Nie, no siedemset osób, no to super. No, ale prawie nikt nie kupił. Tam chyba kupiło z tej listy kilka osób, nawet mniej niż dziesięć. Ja mówię wow, mówię, no to bardzo słabo. Ja mówię, co się stało? Ja mówię, co zrobiłaś nie tak po drodze? Ja mówię, widocznie ewidentnie był jakiś błąd komunikacyjny.

Coś było nie do końca, coś było nie tak. Więc jedno to jest zebranie listy oczekujących i to jest jakiś wskaźnik. To warto zrobić, natomiast musimy pamiętać, że później musimy tych ludzi prowadzić. Musimy budować z nimi dalszą relację, bo oni następnego dnia, a już na pewno tydzień po tym nie będą pamiętali, że się na taką listę zapisali. Więc jeżeli my im o tym nie przypomnimy, nie damy im jakiejś wartości znowu, jakiejś informacji, no to, jeżeli za miesiąc im wyślemy, o super, kurs właśnie wystartował, możesz go teraz kupić, to on sobie pomyśli, ale co, ale o co ci chodzi. Więc takie podejście po prostu jest istotne do marketingu i ja często z tego korzystam, żeby robić taki marketing, z którego faktycznie ja też chciałabym skorzystać.

Mariusz: Okej, czyli trzeba się komunikować z naszymi potencjalnymi odbiorcami. A teraz znowu wybiegnijmy trochę w przyszłość. Załóżmy, że sprzedaliśmy kurs, jest super, dostarczyliśmy wartość wielu osobom, zarobiliśmy pieniądze i co dalej? Co dalej powinniśmy robić? Czy zostawiamy tych naszych klientów i wyjeżdżamy na wakacje, i wracamy po pół roku? Czy raczej powinniśmy się trochę zająć naszymi kursantami?

Magdalena: Wiesz co, no to w zależności od tego, jaki jest kurs. Jeżeli kurs jest procesowym i obietnica była taka, że będziemy razem pracować i przeprowadzę Ciebie przez kurs, i na przykład będą jakieś dodatkowe spotkania na żywo, no to oczywiście jesteśmy, pracujemy z tymi osobami. No, a w trakcie kursu bardzo jest dużo zapytań od naszych klientów, różnego rodzaju, więc musimy być dostępni albo ktoś od nas z firmy, kto będzie odpowiadał i robił tak zwany customer service, czyli po prostu obsługę klienta.

Dlatego pamiętajcie, jak już raz pozyskacie klienta, to jest dla was najlepsza reklama, jeżeli będzie on zadowolony z waszego szkolenia, z waszego kursu, to będzie to polecał dalej. Natomiast, jeżeli nie będzie zadowolony, no to wiemy, jakie są tego konsekwencje. Też będzie o tym mówił. A więc to jest bardzo ważne, żeby dowieść obietnice, które daliśmy. Czyli, jeżeli obiecaliśmy cokolwiek, to to musi się wydarzyć dokładnie wtedy, kiedy obiecaliśmy. Dokładnie w tym terminie, w takiej formie. Jeżeli czegoś nie jesteśmy w stanie dowieść, no to musimy tutaj szczerze naszych klientów też o tym poinformować.

No i to jest też taki czas, kiedy po bardzo aktywnej kampanii, bo ja w swojej książce czy na kursach opisuję swoją metodologię autonomicznego modelu online, który jest precyzyjnie określoną strategią promocji i sprzedaży, no i później obsługi klienta. A więc jakby zachęcam też, żebyście więcej o tym poczytać w książce. Kwestia jest taka, że wielu autorów kursów online po tym jak kończy się sprzedaż, czyli była bardzo aktywna komunikacja w mediach społecznościowych i na liście, nagle znika,

no bo zajmują się kursantami. No, ale przecież świat się nie skończył. Czyli musimy pamiętać o tym, żeby cały czas komunikować się jeszcze z przyszłymi klientami, którzy teraz się nie zdecydowali, ale oni mogą się zdecydować na przykład za miesiąc, za rok, na przykład na współpracę z nami, czyli powinniśmy sobie zaplanować taką dalszą komunikację i na stałe po prostu faktycznie być gdzieś tam dostępni.

Aby to nie było tak, że jak z politykami, komunikuję się z Tobą wtedy, kiedy chcę sprzedać, czyli wtedy, kiedy chcę Twój głos, a jak go nie potrzebują, no to jest cisza, po prostu wiesz, zniknął jak kamień w wodzie, więc nikt tak nie lubi być traktowany, w związku z tym pamiętajmy, żeby po kampanii sprzedażowej komunikować się, kontaktować się cały czas z naszymi odbiorcami, którzy mogli dzisiaj się nie zdecydować współpracować z nami, ale mogą być naszymi klientami w przyszłości. A tych, którzy się zdecydowali, no po prostu dopieścić. Dostarczyć wszystko to, co obiecaliśmy i faktycznie być z nimi tak, aby dowieść im ten rezultat, który obiecaliśmy.

Mariusz: Zbliżamy się do końca, więc na zakończenie mam dla Ciebie pytanie zapożyczone z Twojego podcastu. Z jakimi trzema osobami, mogą to być postacie historyczne, gdybyś mogła, to z jakimi trzema osobami chciałabyś się spotkać i porozmawiać? Czy masz takie swoje ulubione postacie?

Magdalena: No świetne pytanie.

Mariusz: Cieszę się.

Magdalena: Faktycznie jeszcze nigdy nikt mi tego pytania nie zadał, więc dziękuję Ci za to. Wiesz co, na pewno chciałabym się spotkać z Oprah Winfrey. Uwielbiam Oprah. Jej historia jest dla mnie bardzo inspirująca. Jej podejście do życia po prostu, no jest czymś niesamowitym w kontekście też i drogi, którą przeszła i to, gdzie jest dzisiaj jak rozwinęła siebie jako osobę i ilu ludziom pomogła, i jak wielki ma dziś biznes. A więc na pewno taką kolację chciałabym zjeść z Oprah.

Miałam co prawda okazję już spotkać się z moim mentorem Grant Cardone, natomiast nie jadłam z nim kolacji, więc pewnie taką właśnie kolację z Grant Cardone chciałabym zjeść i spędzić z nim czas, bo jest dla mnie też bardzo postacią taką inspirującą.

I trzecia osoba, myślę, że to byłby Will Smith. I znowu to jest też osoba, którą uwielbiam, aktor hollywoodzki. Obserwuję jego karierę od samego początku, kiedy występował w serialu komediowym.

Mariusz: Bajer z Bel-Air.

Magdalena: Dokładnie. I dla mnie jego proces rozwoju i to, gdzie jest dzisiaj i to jak się wypowiada, myślę, że jest dla mnie też niesamowitą postacią i chciałabym zjeść też z nim kolację. I teraz mi przychodzą do głowy kolejne osoby, z którymi chciałabym jeszcze zjeść, na taką kolację zaprosić, ale myślę, że to są gdzieś takie osoby, no które na pewno mogłyby też dać mi dużo takich odpowiedzi na pytania z zupełnie innego poziomu.

Bo to jest dla mnie zawsze bardzo ważne, żeby pytać o osoby, które mogą dać mi inny światopogląd, inny w ogóle koncept. Ja ostatnio zapisałam się na taki właśnie kurs online do Grant Cardone i to jest osoba, która ma bardzo dużo takiej energii, on po prostu działa za dziesięć czyba w ciągu jednej chwili. I tam oglądałam taki materiał odnośnie przerw w pracy. No i on zadał tam pytanie na przykład, jaka to jest dla ciebie krótka przerwa w pracy. No i ja sobie odpowiedziałam w głowie, piętnaście minut. To jest taka krótka przerwa w pracy. Natomiast on odpowiada i dalej uzasadnia tę swoją wypowiedź. No, jeżeli musisz wziąć już przerwę w pracy, no to weź czterdzieści pięć sekund.

Niech to będzie twoja przerwa w pracy. Ja zaczęłam wtedy się śmiać. Ja mówię jak to, ja mówię, czterdzieści pięć sekund, przecież to jest nienormalne. O co chodzi? No, ale właśnie o to chodzi, że uwielbiam rozmawiać z ludźmi, którzy są w stanie mój światopogląd postawić pod znakiem zapytania i zmobilizować mnie do tego, abym ja jakoś inaczej zaczęła myśleć. Że nawet, jeżeli dla mnie czterdzieści pięć sekund jest totalnie w ogóle od czapy, no to może już nie będzie piętnaście minut, ale może sobie pomyślę, może te pięć minut faktycznie wystarczy. I w ten sposób zaoszczędzę dziesięć minut, więc myślę, że te osoby właśnie to są takie, które mogłyby mnie dużo o świecie, o biznesie nauczyć.

Mariusz: Okej, super Magdalena. To są bardzo fajne odpowiedzi, bardzo fajne złote myśli. A powiedz jeszcze, już na zakończenie, gdzie można Cię odnaleźć w Internecie? Jak się można z Tobą skontaktować?

Magdalena: Najlepsza droga to jest oczywiście poprzez moją stronę internetową magdalenap.com. I tam są faktycznie odnośniki do wszystkiego, co się u mnie dzieje na bieżąco. I do szkoleń, jeżeli są. No w 2018 jest jedno szkolenie właśnie wrześniowe, ale pewnie będą jakieś na 2019 rok. Jest tam oczywiście też mój podcast. Jest cała masa innych informacji na bieżąco. Jest też tam możliwość skontaktowania się ze mną, właśnie napisania do mnie wiadomości, więc serdecznie zapraszam. Oczywiście prowadzę swój fanpage, Magdalena Pawłowska. Jestem też na Instagramie, gdzie codziennie nagrywam jakieś zwariowane Insta Story, więc też serdecznie zapraszam, żeby tam się po prostu pojawić, połączyć, no i być w kontakcie.

Mariusz: Super! Magda, bardzo Ci dziękuję za wystąpienie w moim podcaście. Bardzo Ci dziękuję za podzielenie się wartościową wiedzą na temat kursów online. Nie tylko na temat ich tworzenia, ale też na temat całego procesu, jaki jest związany z tworzeniem, promocją, automatyzacją takich kursów. Mam nadzieję, że ta wiedza przyda się moim słuchaczom.

Magdalena: Super.

Mariusz: I bądźmy w kontakcie w takim razie. Dzięki i do usłyszenia.

Magdalena: Dziękuję również bardzo serdecznie. Było mi bardzo miło z Tobą spędzić tę godzinę, tak patrzę, że prawie nam tutaj minęła.

Mariusz: Wyrobiliśmy się.

Magdalena: Tak. Także dziękuję. Oczywiście trzymam mocno kciuki za wszystkich słuchaczy i za ich kursy online. No i oczywiście też za Twój i oczywiście pozostaniemy w kontakcie, także dzięki serdeczne za wspaniałą rozmowę.

Mariusz: Dzięki i do usłyszenia. Cześć.