

# آموزش ساخت محصولات آموزشی و فروش آن

کجا دوره منتشر کنم؟ راهنمای کسب درآمد با تولید محصولات آموزشی

## چگونه پکیج آموزشی بفروشیم؟ راهنمای تولید محصولات آموزشی



شاید فکر کنید تولید و [فروش محصولات آموزشی](#) کار هر کسی نیست و برای اینکه بتوانید یک دوره آنلاین برگزار کنید، حتما باید مدرک دانشگاهی مرتبط داشته باشید. یا حتی با خود بگویید؛ اگر هم دوره خوبی تولید کنم چطور آن را بفروشم؟ سایت من که پربازدید نیست یا اصلا سایتی ندارم، پس از کجا مشتری پیدا بکنم؟

در نتیجه به این تردیدها و علامت‌های سوال اجازه می‌دهید تا مانع رسیدن شما، به یک منبع درآمد عالی و ثابت بشوند.

ولی ما در این مقاله علاوه بر پاسخ به تمام این سوالات، به شما آموزش می‌دهیم که تولید محصول آموزشی را از کجا شروع کنید و حتی کار بازاریابی و فروش آن را چطور انجام دهید.

مباحث اصلی مطرح شده در این مقاله :

- 6 عامل مهم در سودآور شدن دوره‌های آموزشی آنلاین
- آموزش ساخت و فروش محصولات آموزشی (در 8 مرحله)
- معرفی 4 استراتژی رایج قیمت‌گذاری

- آموزش نحوه فروش دوره آموزشی در سایت شخصی
- آموزش فروش دوره بدون وبسایت شخصی
- ...

پس در این راهنمای جامع و کاربردی همراه ویدانش باشید تا بتوانید تولید محصولات آموزشی خود را شروع کرده و از فروش آن کسب درآمد کنید.

## چرا باید دوره‌های آموزشی آنلاین ایجاد کنید؟

ایجاد و فروش محصولات آموزشی آنلاین بازاری پر رونق در سطح بین‌المللی است. طبق آمار سایت Learnworlds پیش‌بینی می‌شود که بازار آموزش الکترونیکی تا سال ۲۰۲۵ با رشد ۵ درصدی (۵ درصد رشد سالانه) از ۳۲۵ میلیارد دلار فراتر برود. این موضوع در ایران هم صدق می‌کند و در حال حاضر افراد زیادی حتی به جای گذراندن تحصیلات دانشگاهی، به دنبال یادگیری انواع مهارت‌ها و علاقمندی‌هایشان از اینترنت هستند.

علاوه بر این، هزینه ایجاد دوره‌های آنلاین در مقایسه با دوره‌های حضوری خیلی کمتر است. همچنین زمان کمتری هم از شما می‌گیرد و حتی هزینه مکان یا ارسال سی‌دی‌های آموزشی و... را هم در بر ندارد. در واقع شما با تولید یک دوره آموزشی، محصولی دارید که می‌توانید به میزان نامحدود آن را بفروشید.

## چه کسی می‌تواند دوره آنلاین تولید کند؟

شما به عنوان یک فرد مستقل یا به عنوان صاحب یک کسب و کار می‌توانید دوره‌های آنلاین برگزار کرده و از منافع آن بهره‌مند شوید. فقط کافیست ایده، مهارت، اشتیاق، مخاطب یا محتوایی داشته باشید که دیگران بتوانند از آن استفاده کنند. تنها کاری که شما باید انجام دهید این است که پاسخ یا راه حلی ارائه دهید که برای مخاطبان شما مفید باشد. به این ترتیب می‌توانید از طریق انجام کاری که دوست دارید درآمد کسب کنید.

به این نکته هم توجه کنید که مهارت و تسلط شما بر موضوع، بسیار مهم‌تر از مدرک دانشگاهی شماست. پس شرط اصلی تولید محصولات آموزشی را مهارت خود و نه مدرکتان قرار دهید.

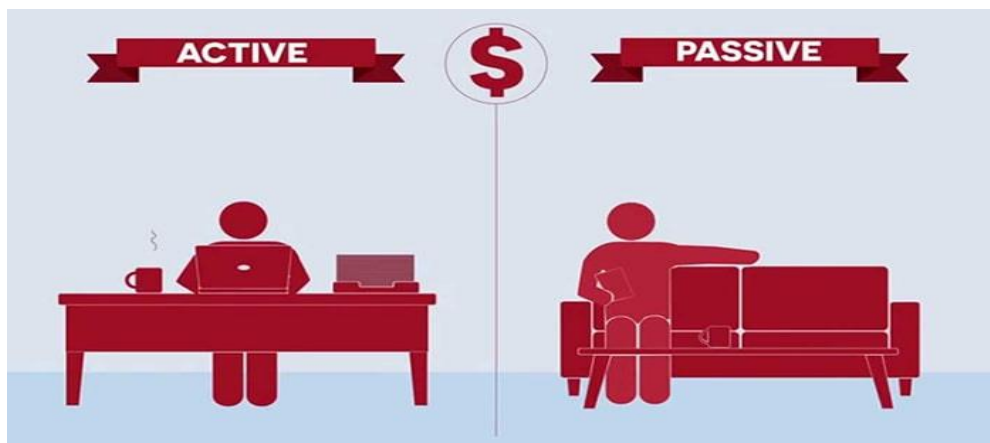
## مهم‌ترین مزیت فروش محصولات آموزشی آنلاین چیست؟

مهم‌ترین مزیت در تولید و فروش محصولات آموزشی آنلاین، ایجاد یک جریان درآمدی غیرفعال است که می‌تواند کار اصلی فرد یا یک کار جنبی برای بیزینس او باشد. خصوصا که مردم الان راحتی و انعطاف پذیری خانه‌های خود را به رفت و آمد و شرایط کلاس‌های حضوری ترجیح می‌دهند. همچنین گسترش این مفهوم که آموزش و یادگیری، یک سرمایه‌گذاری مادام‌العمر است باعث شده تقاضا برای محصولات آموزشی بیشتر شود.

## درآمد فعال و غیرفعال چیست؟

درآمد فعال (Active Income) یعنی شما به ازای هر باری که کار می‌کنید پول دریافت می‌کنید. درآمندی که نیازمند حضور شما و صرف وقت و هزینه است. مثلاً شما به ازای هر آموزش حضوری باید خودتان حضور داشته باشید و وقت و هزینه (اجاره مکان و...) صرف کنید.

اما درآمد غیر فعال (Passive Income) یعنی درآمندی که بدون نیاز به حضور شما در جریان باشد. تولید محصولات آموزشی آنلاین یک درآمد غیرفعال برای شما به وجود می‌آورد چون فقط یک بار زمان شما را می‌گیرد اما بی‌نهایت بار قابلیت فروش دارد.



با درآمد غیرفعال، آزادی و زمان بیشتری برای پرداختن به کارهای دیگر دارید.

## مزایای تولید محتوای آموزشی برای کسب و کارها چیست؟

تولید محتوا و دوره‌های آموزشی ۴ مزیت اصلی برای کسب و کارها دارد:

### ۱- ایجاد یک منبع درآمندی کاملاً جدید

بیزینسی را در نظر بگیرید که کارش طراحی سایت و سئو است. این کسب و کار می‌تواند با تولید و فروش دوره‌های آموزشی، یک منبع درآمد غیرفعال هم در کنار ارائه خدمات طراحی داشته باشد.

### ۲- رهبر بازار شدن در کسب و کار خود

ایجاد یک دوره آنلاین در موضوعی که کسب و کار شما در آن تخصص دارد، به شما کمک می‌کند تا خود را به عنوان رهبر بازار نشان دهید. چون آموزش علاوه بر ایجاد آگاهی از برند (Brand Awareness) باعث ایجاد اعتبار در میان مشتریان بالقوه و اعتماد آن‌ها به شما می‌شود.

### ۳- راهکاری فوق‌العاده برای دریافت سرنخ یا همان لید (Lead)

یک دوره آنلاین می‌تواند محتوایی همیشه سبز برای جذب کاربر برای استفاده از سایر خدمات و محصولات شما باشد. یعنی دوره‌های آنلاین نمونه‌ی بسیار خوبی از لید مگنت یا آهنربای لید (Lead Magnet) برای جذب مشتریان جدید به کسب و کار شما هستند.

## ۴- ایجاد مشتریان بیشتر و وفادار

بازاریابی و تبلیغات دوره آنلاین، علاوه بر این که می‌تواند مشتریان بالقوه بیشتری را به خدمات و محصولات شما علاقمند کند؛ بلکه مشتریان فعلی را هم راضی نگه می‌دارد. چون شما با آموزش دادن به آن‌ها می‌گویید که چطور بیزینس خود را بهبود ببخشند. در واقع دوره‌های آنلاین به افزایش نرخ ماندگاری مشتری (Retention Rate) کمک می‌کنند و همچنین باعث می‌شوند آن‌ها بیزینس شما را به دوستان خود توصیه کنند.



مشتری‌های وفادار سرمایه‌های یک بیزینس هستند.

## 6 عامل مهم در سودآور شدن یک دوره آموزشی آنلاین

داشتن یک دوره سودآور به عوامل زیر بستگی دارد:

### ۱- موضوع دوره

دوره‌ها و محصولات آموزشی شما زمانی به فروش می‌رسند که افراد آنچه ارائه می‌دهید را ارزشمند بدانند. در واقع آموزش‌های شما را تغییر دهنده زندگی شخصی یا پاسخ دهنده به نیازهای کاری و حرفه‌ای خود بدانند. بنابراین، شما باید حتماً این مورد را در مشخص کردن موضوع و محتوای دوره در نظر بگیرید. همچنین هنگام معرفی دوره، با بیان این تحول، کاری کنید که مخاطب دوره شما را فرصتی برای توسعه ببیند و به شرکت کردن در آن تشویق شود.

### ۲- پرسنال برندینگ (معروف بودن شما)

به طور کلی داشتن حضور پررنگ در اینترنت، شبکه اجتماعی با اینگیجمنت بالا (Engagement) یا لیست ایمیلی مزایای بزرگی محسوب می‌شوند. چون هر چه افراد بیشتری از نام برند شما و محصولی که ارائه می‌دهید آگاه باشند، سود بیشتری نصیبتان خواهد شد. به همین دلیل باید در زمینه شناساندن برند خود سرمایه‌گذاری کنید.

### ۳- محتوای آموزشی موجود در آن موضوع

اینکه چقدر محصولات آموزشی، پست‌های وبلاگ، کتاب‌ها، فیلم‌ها و... در موضوع شما وجود دارد، می‌تواند به طور مثبت و منفی، در موفقیت دوره شما تاثیر بگذارد. زیاد بودن این منابع، باعث گرم شدن بازار و افزایش مشتری می‌شود اما به همان میزان کار شما را در ارائه‌ی دوره و مطرح شدن دشوار می‌کند.

### ۵- سطح تخصصتان

یکی از کلیدی‌ترین عوامل برای مطرح شدن دوره‌ی شما در بین منابع موجود، سطح تخصصتان است. اگر بتوانید ارزشی فراتر از چیزی که در بازار است به مخاطب ارائه دهید، بی‌شک فروش محصولات آموزشی شما موفقیت آمیز خواهد بود.

### ۵- اندازه بازار و میزان رقابت در آن موضوع

موقعی هست که حتی اگر محصول آموزشی خوبی هم تولید کرده باشید، باز هم فروش شما کم است. موقعی مثل اینکه:

- رقبا زیاد هستند.
- درآمد مخاطب شما پایین است.
- موضوع خیلی جدید است و افراد کمی با آن آشنا هستند.
- موضوع شما مخاطب کمی دارد و مساله‌ای که به آن پرداخته‌اید، دغدغه‌ی افراد زیادی نیست.

### ۶- بازاریابی و فروش

تولید محصول آموزشی ۵۰٪ کار و رساندن آن به دست مخاطب و فروش محصول آموزشی، ۵۰٪ بقیه‌ی ماجرا است. شما یا باید خودتان با راه‌هایی مثل راه‌اندازی سایت، داشتن لیست ایمیلی و... به مخاطب دسترسی داشته باشید؛ یا در فضایی که مخاطبان شما حضور دارند، محصول خود را به فروش بگذارید.

**در ادامه‌ی مقاله ما هم تولید و هم بازاریابی و فروش محصولات آموزشی را به طور کامل به شما آموزش خواهیم داد.**

## آموزش ساخت محصولات آموزشی و فروش آن در ۸ مرحله

در تولید و فروش محصولات آموزشی آنلاین این ۸ مرحله که به طور کامل توضیحشان خواهیم داد، ثابت هستند و تفاوتی نمی‌کند که دوره شما درباره آموزش زبان باشد یا آموزش کار با یک نرم‌افزار و... .

۱. انتخاب موضوع
۲. تحقیق درباره موضوع
۳. تعیین اهداف یادگیری در محصول آموزشی
۴. تعریف ساختار محتوا
۵. تولید فیلم آموزشی

۶. قیمت‌گذاری دوره آموزشی

۷. انتخاب یک عنوان جذاب

۸. بازاریابی و فروش محصولات آموزشی

## ۱- انتخاب موضوع برای دوره آموزشی آنلاین

بهترین روش برای شروع تدریس آنلاین و کسب درآمد از آن برای افرادی که اول کار هستند، استفاده مجدد از محتواهای قدیمی است. احتمالاً همه شما جزوه‌ها و فایل‌های Word آموزنده‌ای دارید. یا برخی ورکشاپ آموزشی و وبینار برگزار کرده‌اید که ضبط شده‌اند. استفاده مجدد از این محتواها ایده‌ی خوبی است خصوصاً اگر این محتواها، هنوز توسط افراد زیادی دیده نشده باشند. اما اگر محتوایی از قبل ندارید و نمی‌دانید چه موضوعی را برای تهیه دوره و فروش محصولات آموزشی انتخاب کنید، سوالات زیر را از خود بپرسید:

- آیا دوستان، مشتریان و همکارانتان درباره موضوع خاصی که متخصص هستید، از شما کمک خواسته‌اند؟
- آیا مشکلی را حل کرده‌اید که فکر می‌کنید دیگران با آن درگیر هستند؟
- آیا در یک نرم افزار یا متد (Method) خاصی ماهر هستید که دیگران بخواهند از آن استفاده کنند؟

روش‌های زیر هم می‌تواند به شما در انتخاب موضوع محصول آموزشی کمک کند:

### نظر مخاطب خود را از طریق ایمیل دریافت کنید

اگر صاحب وبسایت و لیست ایمیلی هستید، نظر مخاطبان را با یک ایمیل تبلیغاتی جویا شوید. یا لیست ایده‌های خود را در مورد دوره‌های آنلاین برای مخاطبان ارسال کنید و از آن‌ها بخواهید از طریق نظرسنجی یک موضوع را انتخاب کنند. با این کار متوجه می‌شوید که تقاضا در بین مخاطبان شما برای کدام دوره بیشتر است.

### از فالوورهای خود در شبکه‌های اجتماعی سوال کنید

روش موثر دیگر برای جلب توجه و گرفتن بازخورد، ایجاد یک نظرسنجی در فیس بوک، تلگرام یا اینستاگرام است. هر شبکه‌ای که در آن فعال تر هستید، مستقیماً از مخاطبان درباره نیازهایشان و ایده‌های خود سوال کنید.

### تخصص خود را ارزیابی کنید

برای اینکه دوره خود را با اطلاعات ارزشمند و منحصر به فردی ارائه کنید، بهترین حالت استفاده از تجربیات خودتان است. چون مخاطبان باید باور کنند که شما در مورد آنچه که صحبت می‌کنید، مسلط هستید. در غیر این صورت چرا باید برای این یادگیری هزینه کنند؟

بنابراین با فکر کردن به موضوعاتی که در آن متخصص هستید شروع کنید. در کدام یک از زمینه‌های کسب و کارتان مهارت خاصی دارید؟ چه چیزی در حال حاضر بیشترین سود و موفقیت را برای کسب و کار شما ایجاد کرده است؟ اگر بتوانید همین موضوع را آموزش دهید، قطعاً دوره‌ی فوق‌العاده‌ای خواهد شد. چون مخاطب به چشم می‌بیند که شما الان در آن حوزه موفق شده‌اید، پس اعتماد می‌کند.

به موضوعاتی فکر کنید که مردم از شما کمک خواسته‌اند

اگر واقعاً مطمئن نیستید که کدام بخش خاص از کسب و کار شما با ارزش‌ترین قسمت برای ارائه دادن است، سعی کنید در مورد موضوعاتی که مشتریان قبلاً از شما برای مشاوره می‌پرسیدند، استفاده کنید. باید نقاط درد آن‌ها، مسائلی که از حلش ناامید شده‌اند یا انجامش برای آن‌ها دشوار است را پیدا کنید و بعد راه حل مشکلشان باشید.

## ۲- در مورد موضوع دوره خود تحقیق کنید

پس از انتخاب موضوع و ایده اصلی باید در موردش تحقیق کنید. به این دلیل که هم ساختار محتوا مشخص شود و هم بدانید که چه آموزش‌ها و محتواهایی در حال حاضر برای این موضوع وجود دارد. این تحقیق را حتماً از طریق مطالب خود، کتاب‌های دانشگاهی و حرفه‌ای در این زمینه، دوره‌های موجود از رقبا و سایر مطالب رایگان و پولی بصورت آنلاین و آفلاین انجام دهید. ایده پردازی و تحقیق کامل برای همه دسته‌ها و عناوین فرعی که می‌خواهید در دوره شما باشد، ضروری است تا ببینید آیا اصلاً این ایده قابلیت تبدیل شدن به یک دوره آنلاین و محصول آموزشی کامل را دارد یا نه. همچنین با این کار متوجه می‌شوید دیگران با چه راه‌هایی و چه سرفصل‌هایی در مورد آن موضوع بحث کرده‌اند.

## ۳- تعیین اهداف کلی (Goals) و اهداف خرد (Objectives) یادگیری در دوره

شما باید اهداف بزرگ و کوچک یادگیری را مشخص کنید. اهداف کلی یادگیری (Learning Goals) مواردی است که مشخص می‌کند دوره شما درباره چیست و چه کاری می‌تواند برای دانشجویان انجام دهد. اهداف یادگیری (Learning Objectives) یا نتایج یادگیری (Learning Outcomes) که قابل اندازه‌گیری هستند، مشخص می‌کنند که دانشجویان بعد از اتمام دوره چه کارهایی می‌توانند انجام دهند. در واقع دانشجویان بعد از دوره می‌توانند چه انتظاراتی از خود داشته باشند.

## تعریف اهداف یادگیری و نتایج دوره چه مزایایی دارد؟

تعیین نتایج دوره نه تنها به شما کمک می‌کند تا آموزش خود را متمرکز و سازماندهی کنید، بلکه در تبلیغ و معرفی دوره هم خیلی موثر است. چون باعث می‌شود فرد از نتیجه‌ی استفاده از آن محصول و دوره آموزشی آگاه شود و بتواند در مورد سرمایه‌گذاری روی آن

تصمیم بگیرد. همچنین در ارزیابی دانشجوها توسط شما و خودشان هم کمک کننده است. یعنی دانشجوها می توانند با توجه به هدف و خروجی ای که در دوره مشخص شده، وضعیت خود را بسنجند و بدانند که باید چه سطحی را از خود انتظار داشته باشند.

#### ۴- ساختار محتوای دوره آنلاین خود را مشخص کنید

ایده شما باید به بخش های کوچک تر که عنوان های فرعی آن هستند تقسیم شود. همچنین ساختار هر دوره آنلاین باید از یک نظم منطقی تبعیت کند. این نظم منطقی می تواند یک ترتیب زمانی، کل به جزء، سطح دشواری یا بر اساس پیش نیازها باشد که خودآموز را از یک نقطه به نقطه دیگر برساند. منظور از پیش نیاز این است که ابتدا مبانی نظری و پایه و سپس موارد تخصصی و جزئی تر گفته شود.

#### ۵- تولید ویدئو آموزشی برای دوره آنلاین

بنا به گفته سایت Learnworlds در حال حاضر متداول ترین و پرمخاطب ترین نوع یادگیری آنلاین، آموزش ویدیویی است. در واقع آموزش تصویری توسط ویدئو را خیلی ها ترجیح می دهند. بنابراین طبق ساختاری که برای دوره خود تعریف کردید، اقدام به جمع آوری اطلاعات تکمیلی و سپس تولید آن کنید. شما می توانید به ۳ شکل زیر فیلم آموزشی ضبط کنید:

۱. خودتان در مقابل دوربین حضور داشته باشید و آموزش دهید.
۲. از یک سوژه فیلم برداری کرده و روی آن آموزش دهید.
۳. با توضیح یک مطلب مثل پاورپوینت و... در کامپیوتر و فیلم برداری از دسکتاپ (صفحه) دوره آموزشی ضبط کنید.

#### نرم افزار ساخت محصولات آموزشی

نرم افزارهای زیر ابزار تولید محتوای ویدیویی برای محصولات آموزشی در هر ۳ حالتی که گفتیم هستند. این برنامه های قدرتمند، رایگان و ساده، از ضبط صفحه نمایش با صدا و بی صدا تا ویرایش فیلم را شامل می شوند:

- نرم افزار دسکتاپ Vidyad GoVideo برای ضبط دسکتاپ
- برنامه Screen Recorder برای ضبط دسکتاپ
- برنامه Snagit برای ضبط دسکتاپ
- پاورپوینت (PowerPoint) برای تهیه محتوای اسلایدی یا PDF
- کمنازیا (Camtasia) ساخت و ویرایش ویدئو
- برنامه 9 Filmora برای ساخت و ویرایش ویدئو
- ادوبی پرمیر (Adobe Premiere) ساخت و ویرایش ویدئو



## ۶- آموزش قیمت گذاری دوره آموزشی

یافتن بهترین قیمت برای دوره آموزشی باعث می‌شود سود شما به حداکثر برسد چون قیمت بالا ممکن است منجر به عدم خرید و قیمت پایین هم باعث سود کم شما شود. برای این کار باید قیمت دوره خود را بر اساس کیفیت، نتیجه دوره، رقابت، هزینه‌های دوره و اهداف درآمدی خود تعریف کنید.

البته این را باید بدانید که:

ارزش دوره شما بسیار بیشتر از قیمت آن است. چون یک دوره آموزش آنلاین ماحصل سال‌ها یادگیری، آموزش و تجربه‌ی کار و زندگی شما است. در ضمن شاید شما هیچ کالای فیزیکی ارائه ندهید اما در حال ارائه خدمت به دانشجویان هستید و دانش خود را که کالایی بسیار ارزشمند است با آن‌ها به اشتراک می‌گذارید.



دوره شما با قیمت‌گذاری مناسب به حداکثر سوددهی می‌رسد.

## معیارهای قیمت گذاری برای فروش محصولات آموزشی چیست؟

برای قیمت‌گذاری صحیح معیارهایی وجود دارد که باید در نظر بگیرید:

- طول دوره: به این فکر کنید که دوره شما چند ساعت است و برای تولید آن چقدر زمان و تلاش صرف کرده‌اید.
- رقبا: اگر دوره‌های دیگری با سرفصل‌های مشابه شما ارائه می‌شود، آیا مشتریان شما را با آن‌ها مقایسه می‌کنند؟ آیا شما باید قیمت را پایین بیاورید یا قیمت بالایی داشته باشید و ارزش بیشتری خلق کنید؟
- ارزش نتیجه: دوره شما چه نتیجه‌ای برای دانشجو دارد و چقدر در زندگی یا کار او تحول ایجاد می‌کند؟ یک پیشرفت و بهبود کم است یا بزرگ؟
- برند، اعتبار و اقتدار: برند شما چقدر قدرتمند و از نظر مخاطبان چقدر قابل اعتماد است. دیگران در این زمینه که آموزشش می‌دهید، چقدر شما یا شرکتتان را موفق می‌شناسند؟
- تعریف اهداف درآمدی: وجود یک هدف درآمدی به قیمت‌گذاری کمک می‌کند. چقدر می‌خواهید از این دوره نصیبتان شود؟ باید انتظارتان از خود واقعی باشد، اما خود را هم دست کم نگیرید.
- تعیین استراتژی قیمت‌گذاری: یک استراتژی و برنامه مالی برای محصول آموزشی خود تعریف کنید.

## انواع استراتژی قیمت گذاری برای دوره آموزشی

4 مورد زیر رایج ترین استراتژی قیمت گذاری در تولید و فروش محصولات آموزشی هستند:

۱. رایگان (Free)

۲. پرداخت یک جا (One-Off Payment)

۳. خرید اشتراک (Subscriptions)

۴. محتوای پریمیوم (Premium)

### فروش محصولات آموزشی به رایگان (Free)

با ارائه یک دوره رایگان شما می توانید لیدهای عالی برای فروش دوره های اصلی و گران قیمت جذب کنید. همچنین شروع کارتان با فروش محصولات آموزشی به صورت رایگان، باعث ایجاد ارتباط اولیه بین شما و مخاطبان می شود و آن ها را با میزان تخصص شما هم آشنا می کند. این حس آشنایی همان چیزی است که به شما کمک می کند دوره های بیشتری را بفروشید. علاوه بر این، ارائه یک دوره کوتاه رایگان قبل از شروع دوره اصلی به مشتریان بالقوه این فرصت را می دهد که دوره اصلی را بررسی کرده و بهتر درباره شرکت در آن تصمیم بگیرند.

### چه زمانی دوره را باید رایگان ارائه دهید؟

- هنگامی که هدف شما تولید سرنخ یا لید است.
- وقتی می خواهید مشتری جدید جذب کنید.
- وقتی می خواهید به عنوان بخشی از یک خرید دیگر، به مشتری اِشانتیون یا جایزه بدهید.
- وقتی در موقعیتی هستید که می خواهید چیزی را آزمایش کنید و فیدبک مخاطب برای شما مهم است.

### پرداخت یک جا (One-Off Payment)

پرداخت یک جا، ساده ترین و مستقیم ترین راه برای ارائه یک دوره آنلاین است. در این روش وقتی که ارزش واقعی دوره مشخص و قیمت گذاری شد، مربیان می توانند تخفیف هایی هم برایش در نظر بگیرند.

### خرید اشتراک (Subscriptions)

اگر محتوای زیادی داشته باشید می توانید آن ها را برای دانشجویان با خرید اشتراک هفتگی، ماهیانه و... در دسترس قرار دهید. فروش با استراتژی اشتراک گذاری یعنی فرد با عضویت در سایت امکان دسترسی به محتوای قفل شده را پیدا می کند. البته می توانید انواع سطح دسترسی ایجاد کنید. به این ترتیب یک درآمد مکرر ماهیانه یا هفتگی هم برای شما به وجود می آید.

## محتوای پریمیوم (Premium)

برای دوره‌های پریمیوم یا پیشرفته می‌توانید هزینه‌های بیشتری را از مشتریان خود دریافت کنید. وقتی محتوای اختصاصی با زمان طولانی‌تری را ارائه می‌دهید که دارای ویژگی‌ها و مزایایی بیشتر از یک دوره معمولی است، می‌توانید دوره را پریمیوم کرده و برای تدریس اختصاصی خود بهای بیشتری در نظر بگیرید.

### ۷- انتخاب یک عنوان جذاب برای فروش دوره آموزشی

یک دوره عالی همیشه با یک عنوان عالی شروع می‌شود. عنوان، تیتراژ اول دوره است و احتمالاً مهمترین عنصری است که در دوره وجود دارد. چون نه تنها در فروش دوره تفاوت ایجاد می‌کند بلکه منعکس کننده نام برند، چستی آموزش شما و نتیجه‌ای که کاربر از آن می‌گیرد است. همچنین این عنوان است که تعیین می‌کند آیا مشتری بالقوه روی دوره کلیک خواهد کرد یا خیر. عنوان دوره باید بتواند توجه مخاطب را به خود جلب کرده و او را ترغیب به کلیک کند. همچنین باید سئومحور (SEO) نوشته شود تا در نتایج Google ظاهر شود.

### چگونه عنوان انتخاب کنیم؟

- از عبارت‌های پر جستجو و محبوب در گوگل استفاده کنید: موضوع خود را در Google جستجو کنید تا ببینید خود گوگل چه عبارت‌هایی را در بخش سرچ و همچنین پایین صفحه به شما نشان می‌دهد.
- به مخاطبان خود اشاره کنید: قطعا کل دوره شما به گروه خاصی از افراد اختصاص یافته است. پس به نیازهای آن‌ها فکر کنید و آنچه از این دوره انتظار دارند را در عنوان بگنجانید.
- کوتاه و ساده بنویسید: عنوان لازم نیست خیلی طولانی باشد تا مهم جلوه کند. برعکس موارد کوتاه و مستقیم خیلی بهتر توضیح می‌دهند که این دوره کاملاً درباره‌ی چیست.

### 8 ساختار عالی برای نوشتن عنوانی جذاب و پر کلیک

همه این ۸ نمونه ویژگی منحصر به فردی برای نوشتن عنوان دوره و درگیر کردن مخاطب با آن دارند. همچنین پیامی هم که منتقل می‌کنند متفاوت است. به همین دلیل قبل از انتخاب هر کدام، باید به مخاطب و دانشجوی خود توجه کنید که آیا چنین عنوانی برای او جذاب است یا خیر.

۱. اسرار – [ ] مثال: اسرار دیجیتال مارکتینگ

۲. نحوه/استراتژی ورود به – [ ] مثال: نحوه ورود به بازار کار معماری

۳. چگونه می‌توان یک [ ] قوی ساخت – مثال: چگونه می‌توان یک صفحه فروش قوی ساخت!

۴. چطور یک [ ] که بیشترین [ ] را بگیرد/بسازد – مثال: چطور یک پیج اینستاگرام بسازید که بیشترین فالوور را

بگیرد.

۵. [\_\_\_\_] چگونه [\_\_\_\_] شما را تقویت می کند/ افزایش می دهد - مثال: آموزش بازاریابی چگونه فروش وب سایت شما را افزایش می دهد.

۶. راهنمای جامع مبتدیان برای - [\_\_\_\_] مثال: راهنمای جامع مبتدیان برای عکاسی

۷. راهنمای جامع حرفه‌ای برای - [\_\_\_\_] مثال: راهنمای جامع حرفه‌ای برای عکاسی

۸. [نتیجه / هدف] با [\_\_\_\_] در [روز/گام] - مثال: رسیدن به صدر نتایج گوگل با آموزش گوگل ادز در ۷ گام

## چگونه پکیج آموزشی بفروشیم؟ (۲ راه بازاریابی و فروش محصولات آموزشی)

در کسب درآمد از ساخت پکیج آموزشی و تدریس آنلاین، ۵۰ درصد قضیه به کیفیت محتوا و ۵۰ درصد دیگر، به بازاریابی و فروش آن بستگی دارد. وقتی که شما یک دوره با ارزش دارید، برای بازاریابی و فروش ۲ راه کلی زیر پیش روی شما است:

۱. فروش به طور شخصی در وبسایت خودتان

۲. فروش به کمک پلتفرم‌های آموزش آنلاین

در این مقاله ما هر ۲ روش را با مزایا و محدودیت‌هایشان به شما آموزش خواهیم کرد:

### کسب درآمد از آموزش و فروش دوره آنلاین در وبسایت شخصی

فروش شخصی دوره به معنای اجاره سرور، راه اندازی وبسایت با سیستم پرداخت، گرفتن مجوزها، مدیریت وبسایت و ... است. انواع سیستم مدیریت محتوا مانند WordPress برای مدیریت سایت و افزونه‌های مختلف (Plugins) برای ایجاد انواع ویژگی در سایت وجود دارند، اما باز هم راه اندازی و مدیریت یک وبسایت نیاز به دانش فنی زیادی دارد که بسیار هم زمانبر است. بعد از اینکه وبسایتتان راه اندازی شد، برای کسب درآمد از آموزش و فروش محصولات آموزشی باید این ۲ کار انجام شود:

(۱) طراحی صفحه فروش برای محصول

(۲) دیجیتال مارکتینگ برای جذب مخاطب و فروش دوره

یعنی شما باید برای تبلیغ دوره خود با دیجیتال مارکتینگ و [تولید محتوا](#) در سایت آشنا شوید و تا جایی که می‌توانید از تمام کانال‌های در دسترس برای جذب مخاطب و معرفی دوره استفاده کنید. این کارها یا باید به دست خود شما انجام شوند یا با پرداخت هزینه توسط افراد متخصصی که استخدام می‌کنید.

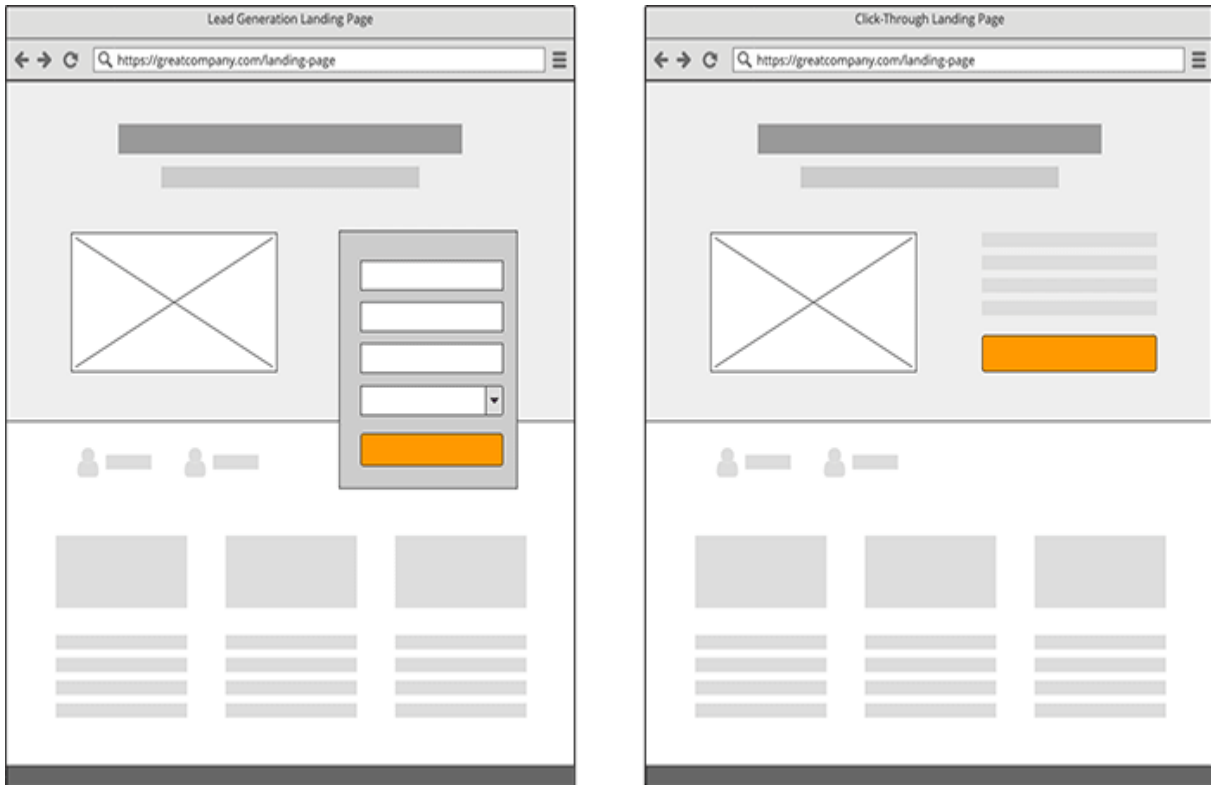
### ۱- طراحی صفحه محصولات آموزشی برای فروش

صفحه فروش محصولات آموزشی باید دوره شما را توصیف کند و بازدیدکنندگان را در مورد ارزش دوره متقاعد کند تا آن را بخرند.

همچنین صفحه فروش شامل تعدادی دعوت به اقدام (Call To Action - CTA) است که در داخل صفحه جانمایی می‌شوند و

بازدیدکنندگان سایت را به سمت انجام اقداماتی خاص مثل ثبت نام، دریافت لید یا فروش هدایت می‌کنند. به طور کلی صفحه فروش به

۲ شکل زیر طراحی می‌شود. سمت راست با هدف فروش، فقط یک دکمه برای خرید دارد و سمت چپ با هدف دریافت لید، اطلاعات بازدیدکننده را دریافت می‌کند.



تصویر سمت راست: صفحه فرود برای فروش مستقیم - تصویر سمت چپ: صفحه فرود برای تولید لید

## فروشگاه محصولات آموزشی باید چگونه باشد؟

یک صفحه محصول موفق در سایت فروش محصولات آموزشی علاوه بر طراحی زیبا باید شامل موارد زیر باشد:

- عنوان جذاب و تبلیغاتی برای دوره که در مرحله قبل آموزش دادیم
- ویدیوی کوتاه برای معرفی دوره
- متن تبلیغاتی خوب برای توضیحات محصول
- انواع CTA های جذاب و متناسب با هدف دوره
- استفاده از توصیه‌ها و نظر دیگران درباره دوره (Testimonial)

## ویدیوی کوتاه برای معرفی دوره

در ابتدای صفحه فروش وجود یک ویدیوی کوتاه (۱ تا ۲ دقیقه) که توضیح می‌دهد شما چه کسی هستید و چه کاری انجام می‌دهید می‌تواند خیلی تأثیرگذار باشد. برای جذاب تر کردن این ویدیو شما می‌توانید از پشت صحنه ضبط دوره، آمار مهمی که درباره موضوع شما است و حتی نظرات ویدیویی دانشجویان قبلی استفاده کنید.



## تبلیغ نویسی صفحه محصول باید چگونه باشد؟

موارد مهم را اول بگویید!

کاربران اینترنت اغلب روی چیزی که در ابتدای صفحه می بینند متمرکز می شوند و شاید حتی از دیدن بقیه مطالب صفحه صرف نظر کنند. در نتیجه بهترین قسمت صفحه فروش شما، بالای آن است. در این قسمت باید همه جنبه های مهم دوره خود را قرار دهید تا اولین چیزی که با لود شدن صفحه دیده می شود همین مطالب باشد. همچنین باید توضیحات محصول را هم با یک تبلیغ نویسی عالی بیان کنید.

برای تبلیغ نویسی بهتر، لازم است مخاطبان خود را بشناسید، بدانید آن ها به دنبال چه چیزی هستند و چگونه می توانید آن ها را متقاعد کنید. اگر دو سوال زیر را در مورد دوره از خود بپرسید می توانید از پس نوشتن متن تبلیغاتی برآیید:

## این دوره برای چه کسانی است؟

شناسایی مخاطبان برای نوشتن یک متن تبلیغاتی موثر و هدفمند ضروری است. پاسخ به این سوال شما را مجبور می کند تا به فکر «پرسونای مشتری» خود باشید. پرسونا یک نماینده ی فرضی از گروه مخاطبان شما است و یک ابزار قدرتمند در بازاریابی دیجیتال به شمار می رود.



## این دوره چه کمکی به مخاطب می‌کند؟

پیام بازاریابی شما باید برای بازدیدکنندگان سایت منطقی باشد و آن‌ها بدانند که چرا باید این دوره خاص را تهیه کنند؟ شما با این دوره چه نوع راه حلی را به مشتریان خود ارائه می‌دهید. هرچه جزئیات بیشتری در مورد راه حل و فایده‌های دوره خود بگویید بهتر است. به عنوان مثال: شما با گذراندن این دوره، خواهید آموخت که چگونه وقتتان را بهتر مدیریت کنید تا در کار و زندگی خود به تعادل برسید. اهداف یادگیری که در مرحله ۳ تعریف کرده بودید را باید در این قسمت بنویسید تا مشتریان بدانند با گذراندن این دوره چه چیزهایی یا مهارت‌هایی به دست خواهند آورد.

## دعوت به اقدام‌های (CTA) مناسب با صفحه فروش

یکی از راه‌های مجذوب کردن بازدیدکنندگان وقتی وارد صفحه فروش شما می‌شوند، از استفاده از کلمات و عبارات‌های عملی و انگیزه بخش در CTA ها است. کلماتی مانند "یادگیر"، "انجام بده"، "بهبترش کن" و "شروع کن"، "امتحان کن" می‌تواند سریعاً فرد را وارد عمل کند.

همچنین استفاده از نشانه‌های گرافیکی و تصاویری که بازدیدکنندگان سایت را به سمت دکمه‌ها و CTA هدایت کند هم خیلی مهم است. چون تصاویر در ذهن ما خیلی سریعتر از متن پردازش می‌شوند. در ضمن افزودن پیام 100% ضمانت بازگشت پول در صورت عدم رضایت می‌تواند شگفت انگیز باشد.

## توصیه و نظر دیگران یا همان تستیمونیال (Testimonials)

از آنجایی که محصول آموزشی شما به صورت دیجیتال است و نه یک کالای فیزیکی، بهتر است از مدارکی مثل نظر کاربران یا توصیه افراد صاحب نظر درباره دوره خود استفاده کنید. این نظرات را می‌توانید از ایمیل، توییت، نظرات اینستاگرامی و پست‌های وبلاگ، صوت

و ویدیوی آن‌ها به دست آورده و در صفحه فروش منتشر کنید. چون مخاطبان همیشه حرف مشتری‌های دیگر را بیشتر از خود شما باور دارند. چون آن‌ها این دوره را استفاده کرده‌اند و یک دید بی‌طرف دارند.



شما حتما باید از نظر واقعی افراد واقعی برای جلب اعتماد استفاده کنید.

## ۲- دیجیتال مارکتینگ برای جذب مخاطب و فروش دوره آموزشی

به طور کلی ۶ روش زیر برای هدایت مشتری به سمت سایت و محصول وجود دارد:

- ترافیک ارگانیک از موتورهای جستجو (SEO)
- ترافیک پولی از طریق تبلیغات کلیکی (CPC)
- ایمیل مارکتینگ
- افیلیت مارکتینگ
- ترافیک از شبکه‌های اجتماعی
- استفاده از تکنیک‌های [گیمیفیکیشن در بازاریابی](#)

### ترافیک ارگانیک (Organic Traffic)

ترافیک ارگانیک همان بازدید از سایت توسط نتایج موتور جستجو و بدون تبلیغات است. برای اینکه سایت شما ترافیک ارگانیک و بازدید داشته باشد باید از [بازاریابی درونگرا](#) و تولید محتوای سئو شده در وبلاگ استفاده کنید. البته این نکته هم باید ذکر شود که دریافت ورودی با [بازاریابی محتوایی](#) و تولید محتوای سئو شده با اینکه نتایج خیلی خوبی دارد اما زمان‌بر بوده و یک استراتژی بلندمدت به حساب می‌آید.



# آموزش رایگان تولید محتوا

گام به گام تولید محتوای سودآور



## ترافیک پولی از طریق تبلیغات کلیکی (CPC)

شما می‌توانید برای بازاریابی و تبلیغات بودجه‌ای در نظر گرفته و از تبلیغات کلیکی و تبلیغ در گوگل ([گوگل ادوردز](#)) استفاده کنید تا رتبه بالایی در صفحه نتایج گوگل به دست آورید. تفاوتی که سئو با گوگل ادز دارد این است که با پرداخت هزینه می‌توانید در صدر نتایج گوگل ظاهر شوید بدون اینکه مجبور شوید ماه‌ها صبر کنید.

## ایمیل مارکتینگ

[ایمیل مارکتینگ](#) زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که شما از قبل یک سایت قوی و لیست ایمیلی خوبی داشته باشید. شما با فرستادن ایمیل می‌توانید در مورد مشکلی که حل کرده‌اید صحبت کرده و دوره خود را معرفی کنید. همچنین می‌توانید یک وبینار رایگان برگزار کرده و توسط ایمیل به مخاطبان خود آن را اطلاع رسانی کنید. به این ترتیب قبل از دوره یک ارزش به مخاطبان خود می‌دهید و در ضمن به چالش آن‌ها و راهکاری که ارائه می‌دهید هم اشاره می‌کنید. حتی بعد از اتمام وبینار هم می‌توانید لینک فایل آن را در ایمیل ارسال کرده و خود را تبلیغ کنید.

توجه: این وبینار رایگان نباید فقط برای معرفی دوره باشد. بلکه باید در دل خود یک محتوای ارزشمند هم ارائه دهد.



## همکاری در فروش محصولات آموزشی با افیلیت مارکتینگ

همکاری در فروش یا همان افیلیت مارکتینگ (Affiliate Marketing) یک روند بازاریابی است که در آن تبلیغ کننده (افیلیت) مبلغی را به ازای تبلیغ برند یا محصولات یک شرکت دریافت می کند تا مردم را به سمت محصولات جذب کند. در افیلیت مارکتینگ، فروش یک محصول از طریق شبکه های متفاوتی صورت می گیرد که در نهایت به وب سایت خود شرکت لینک داده می شود.



## دریافت ترافیک از شبکه های اجتماعی

شما می توانید از شبکه های اجتماعی خود برای دریافت ترافیک به سایت استفاده کنید: فیس بوک، اینستاگرام، پینترست، کانال تلگرام یا هر جای دیگری که بتوانید به راحتی با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید. البته برای این کار نیازمند این هستید که از قبل روی شبکه های اجتماعی خود کار کنید.

## استفاده از تکنیک‌های گیمیفیکیشن در بازاریابی و فروش محصولات آموزشی

استفاده از تکنیک‌های گیمیفیکیشن در بازاریابی کمک می‌کند که مشتری‌های بالقوه به خرید نزدیک‌تر کنید. چون این تکنیک‌ها برگرفته از محرک‌های ذاتی انسان هستند. مانند ترس از دست دادن فرصت، ترس جا ماندن از پیشرفت، اجتناب از ضرر، شمارش معکوس تا رسیدن به یک اتفاق جذاب، کنجکاوی درباره چیزهایی که نمی‌دانند و ...



شما می‌توانید این روش‌ها را از طریق کوپن، کد تخفیف، تخفیفات و پیشنهادهای فصلی، تبلیغ محصول قبل از رونمایی و ... ارائه دهید. مثلاً تخفیف‌ها و پیشنهادات ویژه را با درصدها و قیمت‌های مختلف به لیست ایمیلی خود ارسال کنید. آن‌ها را در وبسایت‌های مختلف برای تبلیغ ارسال کنید. یا حتی آن‌ها را در رسانه‌های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید. همچنین شما این گزینه را دارید که تخفیف‌های خود را مدت‌دار و گروه‌بندی کنید. مثلاً ۱۰٪ تخفیف برای کاربران فعلی و ۱۰٪ تخفیف برای فالوورهای یک اینفلوئنسر. حتی می‌توانید تخفیف‌های فوق‌العاده ایجاد کنید مثلاً ۹۰٪ برای ۲۴ ساعت آینده یا دوره‌های رایگان (۱۰۰٪ تخفیف) برای جمع‌آوری Lead های جدید که هزینه دوره بعدیشان را پرداخت کنند!

### مزایای استفاده از تخفیف در فروش محصولات آموزشی

- فروش کوتاه مدت را افزایش می‌دهد
- جایزه و پاداش به مشتریان وفادار است
- برای کاربر باعث ایجاد دسترسی به محتوای گران‌تر می‌شود
- کاربران جدید جذب می‌کند

نکته: اگرچه نگه داشتن دوره‌های تخفیفی در تمام طول سال عاقلانه نیست.

## تبلیغ محصول آموزشی قبل از رونمایی (Pre-Launching)

اغلب افراد معتبری که محصولات آموزشی آنلاین می‌فروشند بر این موضوع هم عقیده هستند که شما باید پیش از رونمایی و انتشار محصول، آن را تبلیغ کنید. یعنی از همان روز اولی که به طور جدی کار تولید دوره خود را شروع کردید، بهتر است ایده‌های خود را با بقیه دنیا به اشتراک بگذارید.

بنابراین در این قسمت چند نکته ارزشمند درباره **Pre-Launching** به شما می‌گوییم برای وقتی که خواستید محصول خود را قبل از انتشار، تبلیغ کنید.

۱. وقت خود را هدر ندهید: هرچه زودتر تبلیغات دوره خود را شروع کنید. با این کار افراد بیشتری در مورد آن می‌شنوند و همچنین مخاطبان هدف شما منتظر می‌مانند تا ببینید شما چه چیزی ارائه داده‌اید.
۲. بازخورد دریافت کنید: هنگام تبلیغ دوره خود قبل از لانچ کردن آن، سعی کنید از نظرات مخاطبان استفاده کنید تا بتوانید محتوایی کاملاً متناسب با نیازهای آن‌ها بسازید.
۳. برای انتشار ددلاین و روزشمار تعیین کنید: با تعیین روزشمار و ددلاین برای انتشار دوره بیشترین درگیری، کنجکاوی و همچنین هیجان در مخاطب ایجاد کنید.
۴. بهبود نتیجه نهایی: پری لانچینگ (**Pre-Launching**) یا همان تبلیغ قبل از انتشار، منجر به پری سلینگ (**Pre-Selling**) یا همان پیش فروش می‌شود. در نتیجه شما می‌توانید از این پول برای افزودن به کیفیت نهایی دوره خود استفاده کنید.

## فروش به کمک پلتفرم‌های آموزش آنلاین (مانند ویدانش)

راه دوم برای بازاریابی و فروش محصولات آموزشی، استفاده از پلتفرم‌های آموزش آنلاین است. با اینکه شما می‌توانید توسط آموزش‌های بخش قبل، خودتان اقدام به راه‌اندازی سایت و بازاریابی اینترنتی برای دوره خود کنید، اما فروش دوره از طریق یک سایت آموزشی آنلاین اغلب ارزان‌تر، سریع‌تر و ساده‌تر است.

پلتفرم‌های آموزش آنلاین مانند ویدانش، جایی هستند که شما به راحتی می‌توانید در موضوعات مختلف فیلم‌های آموزشی خود را بارگذاری کنید و سپس بقیه کارها مثل تبلیغ، فروش و ... را به متخصصان و یک تیم فنی بسپارید. آن‌ها دوره شما را در بین کاربران خود تبلیغ می‌کنند، به کمک تجربه‌شان بهترین صفحه فروش را برای دوره‌ها طراحی کرده‌اند، درگاه پرداخت و مجوزهای لازم را دارند و همچنین به طور کنترل شده، دسترسی دانشجویان به محتواها را فراهم می‌کنند.

## برای فروش محصولات آموزشی در پلتفرم‌های آنلاین باید چه کار کنید؟

مهم‌ترین کاری که شما باید انجام دهید تولید محصول باکیفیت، طبق استانداردهای آن پلتفرم است. چون اغلب این پلتفرم‌ها مانند [ویدانش](#) به کیفیت صدا و تصویر دوره، اهمیت زیادی می‌دهند. همچنین شما باید شرایط و ضوابط این پلتفرم‌ها مانند نحوه قیمت‌گذاری دوره، درصدی که به ازای فروش به طرفین تعلق می‌گیرد و... را قبول کنید. در ضمن ثبت نام در این پلتفرم‌ها اغلب رایگان است و شما برای بارگذاری محتوای هیچ هزینه‌ای پرداخت نمی‌کنید.

### مدرس‌ها چگونه از میزان فروش و تعداد شرکت‌کننده‌های دوره خود مطلع می‌شوند؟

شما به عنوان مدرس در اغلب این پلتفرم‌ها یک پنل کاربری دارید. پنلی که [ویدانش](#) در اختیار مدرسان خود قرار می‌دهد آمار کاملی از میزان فروش، درآمد، تعداد بازخورد و تعداد شرکت‌کنندگان است. این اطلاعات به شما در تولید آموزش‌های بهتر خیلی کمک می‌کند.

## مقایسه مزایا و محدودیت‌های فروش دوره در سایت شخصی با پلتفرم آنلاین

فروش محصولات آموزشی در هر ۲ حالت سایت شخصی و پلتفرم‌های آموزش آنلاین مزایا و معایبی دارد که خود مدرس با توجه به شرایطی که دارد باید انتخاب کند. ما در این قسمت برای اینکه راحت‌تر و بهتر تصمیم‌گیری کنید، مزایا و محدودیت‌های هر ۲ را برای شما گردآوری کرده‌ایم:

### مزیت‌های فروش محصولات آموزشی در سایت شخصی

- بهره‌مندی از ۱۰۰٪ سود فروش محصولات آموزشی
- کنترل کامل بر نحوه ارائه و فروش دوره
- آزادی کامل در تخفیف دادن
- دسترسی مستقیم به شرکت‌کننده‌های دوره

### محدودیت‌های فروش محصولات آموزشی در سایت شخصی

- نیاز به راه‌اندازی سایت شخصی
- زمان و هزینه زیاد برای طراحی و مدیریت سایت
- استخدام نیروی کار حرفه‌ای
- هزینه و زمان برای دیجیتال مارکتینگ و تبلیغات
- زمان بردن دریافت بازدیدکننده ارگانیک
- بیشتر بودن هزینه راه‌اندازی و مدیریت یک وبسایت از تولید یک دوره آموزشی
- نیازمند به لیست ایمیلی برای تبلیغ
- مخاطب اولیه‌ی کم

## مزیت‌های فروش محصولات آموزشی در پلتفرم‌های آنلاین

- مناسب برای شروع کار
- سودآوری سریعتر
- فروش و سود بالا
- طراحی بهینه و حرفه‌ای صفحه فروش
- عرضه محصولات به مخاطبان هدف
- عدم نیاز به پرداخت هزینه جداگانه برای تبلیغات
- تبلیغ دوره شما به تعداد زیادی از کاربران و فالوورهای این پلتفرم
- عدم نیاز به صرف هزینه مالی و زمانی برای راه‌اندازی و مدیریت سایت
- دیده شدن در کنار محصولات آموزشی پرترفدار و مشابه در یک دسته‌بندی
- قرارگیری انواع دوره‌ها در کنار هم و داخل یک دسته‌بندی جذب مخاطب را بیشتر می‌کند
- قرار گرفتن در معرض دید هزاران فردی که روزانه به دنبال انواع آموزش‌ها در این پلتفرم می‌گردند

## محدودیت‌های فروش محصولات آموزشی در پلتفرم‌های آنلاین

- عدم امکان سفارشی سازی صفحه فروش برای هر مدرس
- اختصاص یافتن درصدی از سود فروش به پلتفرم
- عدم آزادی عمل در نحوه ارائه و فروش دوره
- روند فروش در اختیار پلتفرم قرار می‌گیرد
- عدم آزادی عمل در مورد قیمت گذاری و تخفیف دهی
- عدم دسترسی مستقیم به اطلاعات افرادی که دوره شما را خریداری کرده‌اند
- احتمال تغییر کمیسیون‌های پلتفرم‌ها

## تدریس در پلتفرم آموزش آنلاین ویدانش

ویدانش یک نمونه معتبر از پلتفرم‌های آموزش آنلاین ویدیویی در ایران است که شما می‌توانید در انواع دسته‌بندی‌ها مثل بازاریابی و فروش تا آموزش نرم‌افزارها و... در آن تدریس کنید. همچنین این امکان در ویدانش وجود دارد که بر اساس ضوابطی، شما علاوه بر فروش دوره در [ویدانش](#) آن را در سایت خود نیز به فروش برسانید. به همین دلیل حتی بسیاری از افرادی که وبسایت شخصی دارند هم، دوره خود را در ویدانش به فروش می‌رسانند تا در کنار حفظ آزادی عمل، بتوانند از فرصت قرارگیری در بین دوره‌های پرمخاطب استفاده کنند.

پس چه الان صاحب یک سایت پربازدید باشید و چه سرمایه اولیه برای راه‌اندازی سایت خود نداشته باشید؛ شما می‌توانید با انتشار دوره در ویدانش سهم خود را از مخاطبان این سایت پربازدید بگیرید.

برای تدریس در ویدانش، لینک زیر را مطالعه کنید:

[به تولیدکنندگان ویدانش پیوندید.](#)

## جمع‌بندی مقاله راهنمای کسب درآمد با تولید و فروش محصولات آموزشی

در این مقاله از ویدانش آموختیم که:

- بهترین قالب آموزشی در حال حاضر ویدیویی است.
- یکی از بهترین روش‌ها برای داشتن درآمد غیرفعال، تولید و فروش محصولات آموزشی است.
- هرکسی که در موضوعی مهارت و تسلط کافی دارد می‌تواند دوره آموزشی تولید کند.
- برای تولید و فروش موفقیت‌آمیز محصولات آموزشی باید یک فرایند ۸ مرحله‌ای از انتخاب موضوع تا فروش را بگذرانید.
- بازاریابی و فروش دوره‌های آنلاین به ۲ شیوهی (۱) سایت شخصی و (۲) پلتفرم‌های آموزشی آنلاین صورت می‌گیرد.
- فروش دوره در پلتفرم‌های آموزش آنلاین هم برای کسانی که سایت شخصی دارند و هم کسانی که ندارند، ممکن است.

شما در تولید محصول آموزشی‌تان چه چالش‌هایی دارید؟ آیا تجربه فروش در پلتفرم‌های آموزشی را دارید؟ پاسخ سوالات را در قسمت نظرات همین مقاله بنویسید و اگر درباره خود مقاله سوالی داشتید بپرسید تا با هم در ارتباط باشیم.