

Gdzie opublikować kurs online – tabela decyzyjna

Fundacja Digital Creators na licencji Creative Commons: Uznanie autorstwa 2.0 Polska (CC BY 2.0 PL)

PLUSY

Nie martwisz się o marketing. W tym sensie, że marketplace musi pompować pieniądze w marketing, aby kursy się sprzedawały, więc pewien plan minimum masz zapewniony. Nie jest przecież w ich interesie trzymanie katalogu kursów, których nikt nie chce kupić.

OGROMNA baza klientów. Marketplace przyciąga tysiące potencjalnych klientów. Nie oznacza to, że kupią akurat Twój kurs, ale masz szansę zrobić na nich wrażenie, skoro już tu są.

DUŻE wsparcie dla twórcy. Publikowanie na marketplace musi być bardzo proste, bo inaczej właściciel tego biznesu straciłby zbyt wiele pieniędzy wraz z twórcami, którzy zaczęli, ale nie potrafili skończyć swojego kursu. Sprzedaż można tylko coś, co jest skończone, więc kończenie musi być ułatwione.

Znana platforma ma renomę. Zapewne więcej osób słyszało o Udemy, niż o Twojej stronie, więc można się wesprzeć renomą platformy. Choć platformy nie dbają o jakość treści, to przynajmniej kupujący ma pewność, że kurs działa, a jego twórca istnieje. Dla wielu to już naprawdę niezły argument.

Dostęp do danych o klientach. Kurs jest na Twojej stronie, więc masz dostęp do kompletnej bazy danych, w tym – bazy danych klientów. Abstrahując od bycia w zgodzie z przepisami ROODO – masz sporo możliwości wykorzystania tych danych.

Pełna kontrola. Twoja strona daje Ci prawie nieograniczone możliwości rozwoju. Wiele funkcji możesz rozszerzyć poprzez wtyczki i uzyskać coś co będzie dopasowane do Twojej specyfiki kursu.

Większa kontrola nad cash-flow. Kasa najpierw wpływa do Ciebie i nie musisz się dzielić z dostawcą technologii. A nawet jeśli, to powtarzam: kasa najpierw wpływa do Ciebie...

Budujesz swoją renomę. Jeśli pracujesz nad marką osobistą, to kurs na własnej stronie na pewno lepiej wpisuje się w strategię rozwoju tej marki.

MARKETPLACE

Brak dostępu do danych o klientach. Platforma nie da Ci dostępu do szczegółowych danych klientów, a dla wielu osób to kluczowe. Klientów kursu można przecież skonwertować na inne produkty czy usługi, bo kurs nie musi być centrum Twojej działalności.

Brak kontroli. Właściciel platformy ma duże prawa – może decydować o sposobie promocji, polityce cenowej czy konkurencyjności (co wpływa wprost na Twoje dochody), ale zdarza się też, że licencja platformy zabrania autorom rozpowszechniania materiałów opublikowanych pierwotnie na tej platformie w innych miejscach.

Dobry marketing jest drogi. Czym większa konkurencja na platformie, tym więcej musisz wydawać na promocję, bo inaczej twoja oferta zniknie. Co najgorsze – promujesz się zazwyczaj poprzez narzędzia te same platformy, a więc im więcej im płacisz, tym bardziej ich przyzwyczajasz do tego, że płacić będziesz.

„Rozcieńczanie” marki eksperta. Na platformie będziesz jednym z kilkudziesięciu podobnych twórców, więc twoja osobista marka zginie przygnieciona konkurencją, a także marką samej platformy. Ludzie pamiętają, że robili kurs na Udemy, ale nazwisko twórcy – już rzadziej.

Skuteczność marketingu zależy od Ciebie. Musisz nieźle orientować się marketingu internetowym i mediach społecznościowych, bo ryzyko wyrzucenia pieniędzy w błoto jest spore. Jeśli wydaje Ci się, że uruchomienie reklamy na Facebooku czy AdWords jest proste, to masz rację. Jednak już uczynienie tych reklam skutecznymi – to inna bajka i wymaga sporego doświadczenia.

Koszty utrzymania. Blog na Wordpressie jest darmowy, dopóki nie przypomnisz sobie, że zapłacić trzeba za hosting, domenę, certyfikat SSL, a także dokupić wtyczki obsługujące kursy, ich sprzedaż i marketing. W sumie wydatki mogą przekroczyć 1000 zł w skali roku, jeśli będziesz oszczędzać. Niby niedużo, ale sprzedaj najpierw za 1000 zł, to zobaczysz czy to niedużo.

Więcej pracy i wiedzy. Musisz poznać tajniki obsługi LMS, a także dokładnie opanować działanie mechanizmów e-commerce. Nauczysz się integrować z płatnościami online, a także pisać regulaminy i polityki prywatności. A to dopiero początek.

Czasem mniejsza wiarygodność. Stronę z kursem i ładnymi zdjęciami można zaprogramować w 3 godziny. Wiele osób zdaje sobie z tego sprawę, dlatego ważne jest danie uczestnikom próbki kursu, a nie epatowanie hasłami reklamowymi. Kiedyś się mówiło, że papier przyjmie wszystko. Kod HTML też.

SELF-HOSTED

MINUSY