



Arbeitsblatt zu OBL 004 „So findest du das Thema für deinen Onlinekurs“

In diesem Arbeitsblatt findest du einige Leitfragen, mit denen du die im Podcast genannten Hinweise für dich weiter vertiefen und ggf. schriftlich reflektieren kannst.

Viel Erfolg dabei,

Herzliche Grüße

Marit Alke

1) Themensammlung: Welche deiner Themen eignen sich für Onlinekurse? Welche eher weniger?

Wenn du mal an dein Themenspektrum denkst, dann sind bestimmte Teile davon besser, andere weniger gut dafür geeignet, in Onlinekurse verpackt zu werden. Auch eignen sich bestimmte Themen eher für betreute Kurse mit intensivem Austausch und andere eher für das Selbstlernen. Sammle im ersten Schritt erstmal Ideen.

Leitfragen:

- Was sind mögliche Do-it-yourself-Themen aus dem Spektrum deines Know-Hows? Was könnten engagierte Teilnehmer mit entsprechender Anleitung selbst umsetzen?

- Für welches deiner (Unter-)Themen könnte es auch ein Buch o.ä. geben?

- Bei welchen deiner Themen ist ein standardisierter Prozess von A nach B möglich? „Verkleinere“ dein Thema ggf. und mache bspw. zwei Themenideen draus.

- Wofür brauchen deine Kunden einen längeren Prozess, um zum Ziel zu kommen? Wo ist eher längerfristiges Dranbleiben als kurzfristiges Aktivieren erfolgsversprechend?

- Hast du „heikle“ Themenfelder, bei denen Teilnehmer sich eher öffnen können, wenn sie in einer geschützten, eher anonymen Atmosphäre sind?

- Gibt es Themen in deinem Repertoire, die sich eher nicht für einen Onlinekurs eignen, weil ein Selbstlerner sie nicht „gefahrlos“ selbständig bearbeiten kann?

2) Grenze dein Thema weiter ein

Das ideale Thema liegt im „Sweetspot“ mehrerer Kriterien. Die, die ich dir vorgeschlagen habe, sind:



Leitfragen:

- Wo kennst du dich richtig gut aus? Was kannst du besser als andere? Wo sind deine Stärken? Was fällt dir besonders leicht?
- Zu welchem Thema könntest du auch nach einer durchzechten Nacht früh morgens noch hilfreiche Dinge sagen? ;o)
- Was interessiert dich aktuell? Für welches Thema brennst du gerade? Wofür entwickelst du Leidenschaft? Welches Thema spricht dich emotional stark an?
- Wo drückt deiner mit dem Kurs anvisierten Zielgruppe der Schuh? Was ist aus deren Sicht ein besonders dringendes oder wichtiges Problem?
- In welchem Bereich geben Menschen für ähnliche Lösungen Geld aus (z.B. für Bücher, Seminare, Vorträge...)? Bei welchem Teilthema gibt es schon Anbieter auf dem Markt, die anscheinend erfolgreich damit unterwegs sind?

3) Bestimme die „Größe“ deines Themas

In diesem dritten Abschnitt geht es darum zu entscheiden, wie groß du dein Thema anlegst, also ob du mit einem eher umfangreichen Kurs oder einem eher überschaubaren Kurs startest. Tendenziell rate ich Einsteigern zu eher „kleinen“ Themen, also eher spezifischen Kursen, die die Teilnehmer sehr gezielt zu Teilergebnissen deines Gesamt-Prozesses hinleiten.

Leitfragen:

- Bist du eher jemand, der große Herausforderungen braucht, um motiviert zu sein – oder brauchst du eher kleinere und schnellere Erfolgserlebnisse? Motiviert dich eher, einen „großen“ Kurs zu erstellen oder brauchst du erstmal Übung und Selbstbewusstsein, um in diesem Feld motiviert weiter zu machen? Du kennst dich selbst am besten...

- Welche Herausforderungen haben deine Kunden meist zuerst zu bewältigen? Welche Fragen stellen sie sich zu Beginn? Welche Einstiegshürden müssen sie meist zuerst nehmen

- Welche Voraussetzungen musst du bei deinen Kunden meist zuerst schaffen, damit du „richtig“ in die Arbeit mit Kunden einsteigen kannst?

- Welche „quick wins“, also schnellen Erfolgserlebnisse kannst du deinen Kunden ermöglichen?

- Welches (Teil-)Thema lässt sich bei aktiver Mitarbeit der Teilnehmer in ca. 3- 6 Wochen erfolgreich bearbeiten?

- Welches Thema erfordert eher ein stärkeres Umdenken, eine ausführlichere Analyse oder ähnliches - und ist daher eher nicht für einen ersten Kurs geeignet?

- Welche Problemlösung ist den Kunden mindestens 100 Euro wert (Gefühlter Wert aus Sicht des Kunden)? Welche Problemlösung ist zwar „klein“ aber relevant für die Kunden?