

OLA GOŚCINIAK

E-LEARNING PRZEWODNIK PO EDUKACJI ONLINE

JAK TWORZYĆ,
SPRZEDAWAĆ
I SKALOWAĆ PRODUKTY
EDUKACYJNE W ERZE AI,
AUTOMATYZACJI
I ŚWIADOMEGO
UŻYTKOWNIKA



 **jestem
interaktywna.**

Tytuł: E-learning 5.0. Przewodnik po edukacji online.

Jak tworzyć, sprzedawać i skalować produkty edukacyjne
w erze AI, automatyzacji i świadomego użytkownika.

Bezpłatny rozdział.

Copyright: © Ola Gościński

Jestem Interaktywna, 2025

Grafika: Ola Gościński

Skład: Ola Gościński

Redakcja i korekta: Iwona Wieczorek-Bartkowiak

Fotografie: Agnieszka Werecha-Osińska

ISBN: 978-83-66851-19-1

Poznań 2025

Wydanie pierwsze

Dystrybutor: Jestem Interaktywna



SPIS TREŚCI

W

W – Wstęp, Wizja i Wartości. WWW – czy to przypadek?

- E-learning 1.0 -> 5.0
- Pracownik, który pracuje za darmo?
- Twoje WHY a sukces sprzedażowy
- Strategia, pasja i 3 miliony na koncie
- Jak o mało co nie zostałam fotografką...
- Czy mała społeczność to atut?
- Metody MVP, VPC i CCD
- Sprzedam wiedzę i z głowy...?
- WWW za 97 czy za 2500 złotych?
- ĆWICZENIA I KARTY WIEDZY

I

I – Interakcja i doświadczenie użytkownika

- Przychodzą, odchodzą, wracają, polecają
- Biceps w logotypie?
- Zaangażowanie nie musi być głośne
- Modele uczenia się Richarda Elmore'a
- Społeczność, bezpłatna czy płatna
- Strategia ABCD w nauce online
- Gamifikacja, mikrolekcje, rytuał nauki
- Design Thinking i zaangażowanie
- Webinary, panele, Q&A – co działa
- ĆWICZENIA I KARTY WIEDZY

E

E – Edukacja i Eksperckość w E-learningu

- Jak projektować ścieżkę edukacyjną?
- Autorska metoda i struktura
- Ucz i zachwycaj
- Edukacja rozproszona w praktyce
- Jak nie chciałam być nauczycielką
- Profesjonalizacja e-learningu
- Edukacja przyszłości
- Ekspert nie przechodzi przez gardło?
- Zaufanie i marka osobista
- ĆWICZENIA I KARTY WIEDZY

D

D – Dystrybucja i marketing produktów edukacyjnych

- Teraz jest ciekawiej
- Landing page, który sprzedaje
- Lejek czy podróż
- Sprzedaj wiedzę od ręki
- Launch (nie lunch) dla introwertyczki
- Mądra kampania
- Big Brother marketingowy
- Live vs evergreen
- Edukacja i PR
- ĆWICZENIA I KARTY WIEDZY

Z

Z – Zarabianie i skalowanie działalności online

- Pieniądze a głowa
- Modele monetyzacji wiedzy
- Finanse: Prognozowanie i planowanie
- Crème de la crème
- Jak to wycenić?
- Jak użyć dźwigni sprzedaży?
- Platformowy sok pomarańczowy
- Pricing psychologiczny
- Upsell, cross-sell i sprytnie sposoby
- ĆWICZENIA I KARTY WIEDZY

A

A – Automatyzacja, Analityka i AI (sztuczna inteligencja)

- Co delegować i komu (a raczej: czemu)?
- Klienci Cię pokochają
- Newslettery to złoto
- Oszczędzaj czas z platformą
- Znów w podróży...
- Analityka w edu
- Procedury i wdrożenia
- Weryfikacja w erze fake newsów
- AI i moje prompty
- ĆWICZENIA I KARTY WIEDZY

Hej! Tu Ola Gościńskiak!

Prowadzę placówkę oświatową
Jestem Interaktywna ► www.olag.pl

Od 2015 roku tworzę kursy online i pomagam innym rozwijać swoje biznesy edukacyjne. Zaczynałam od prowadzenia bloga i pierwszych szkoleń, a dziś moje programy, szkolenia, e-booki i kursy przerobiło już **ponad 60 000 osób**. To liczba, która do dziś mnie onieśmiela – bo za każdym tym numerem stoi realna osoba, jej rozwój i historia.

Moje kursy nie tylko się sprzedają, one przede wszystkim działają. Średnia ocena moich szkoleń to 5,54/6,0, a opinie kursantów niezmiennie powtarzają, że moje materiały są praktyczne, klarowne i pełne energii. Wiem, jak ogromną różnicę robi dobre doświadczenie edukacyjne, bo sama też jestem uczestniczką dziesiątek kursów. Znam frustrację, gdy coś jest nieaktualne, niedopracowane czy zbyt teoretyczne. Właśnie dlatego w mojej pracy stawiam na aktualność, praktyczność i pełne wsparcie.

Organizuję konferencje online, które przyciągają tysiące osób, wydałam



już kilka dużych raportów o edukacji online, a moje badania o e-learningu udostępniały branżowe media i liderzy rynku. Dzięki temu mam ogląd nie tylko od strony twórczyni kursów, ale też badaczki trendów.

Znajdziesz tu również mnóstwo case'ów z mojej bestsellerowej, **Interaktywnej Akademii WordPressa** – programu, który stał się trampoliną do rozwoju dla tysięcy osób. To właśnie tam krok po kroku pokazuję, jak od totalnych podstaw zbudować stronę, sklep czy platformę kursową, a uczestniczki i uczestnicy osiągają rezultaty, o których wcześniej nawet nie marzyli.

Dlaczego zabieram głos w temacie e-learningu 5.0?

Widziałam jego rozwój od środka: od czasów, kiedy nagrywało się kursy na YouTube i nikt nie myślał o automatyzacjach, po dzisiejszą erę sztucznej inteligencji, interaktywności i personalizacji. Przeszłam tę drogę krok po kroku i dziś chcę pokazać Ci, jak korzystać z tego, co działa najlepiej – z konkretnymi przykładami, liczbami i strategiami, które sprawdziłam na własnej skórze.

Specjalnie na potrzeby tego e-booka przeprowadziłam też badanie na 1500 osobach, które uczą się i uczą innych online. Wyniki tego badania wydałam w formie **raportu [E-learning w Polsce 2025](#)**, który cytuję w tym e-booku. To unikalne źródło wiedzy o tym, jak wygląda polski rynek edukacji online i w jakim kierunku zmierza.

Organizuję wyjątkowe wydarzenie – Galę **Kursory Roku**, podczas której wręczam statuetki w kształcie kursorów oraz medale moim kursantom i kursantom za spektakularne wyniki finansowe osiągnięte dzięki wdrożeniu wiedzy z moich materiałów edukacyjnych. Tylko w 3 pierwszych edycjach do roku 2024 nagrodziłam osoby, które łącznie wykreśliły już ponad 16,5 miliona złotych przychodu! To dla mnie największy dowód na to,



że e-learning to nie teoria, a realna zmiana w biznesach i życiu ludzi. A ja się na tym z całą pewnością znam!

Ten e-book to efekt mojego doświadczenia, pracy z tysiącami osób i wielu godzin badań. Znajdziesz tu wiedzę, ćwiczenia, grywalizacje i historie ekspertek i ekspertów. Ale przede wszystkim znajdziesz tu praktyczne rozwiązania, które możesz wdrożyć od razu – niezależnie od tego, czy dopiero zaczynasz, czy prowadzisz własną platformę kursową od lat.

Zapraszam Cię w tę podróż. Będzie konkretnie, szczerze i, obiecuję, inspirująco.

UWAGA!
Gry są dostępne
w pełnej wersji
e-booka!



jestem
interaktywna.



Grywalizacje e-bookowe

NIE PRZEGAP!

Weź udział w grywalizacjach
w e-booku, aby otrzymać cyfrowy
certyfikat ukończenia e-booka
wystawiony przez placówkę
oświatową Jestem Interaktywna.

Szukaj ukrytych słów i zapisuj je na następnej stronie!

Szukaj QR kodów i wykonuj
zadania online.

Dołącz do gry!

OCZEKIWANIA

CO CHCESZ OSIĄGNĄĆ PO PRZECZYTANIU E-BOOKA?

WYPISZ SWOJE OCZEKIWANIA WZGLĘDEM E-BOOKA:

JAK MOŻNA ZASPOKOIĆ TE OCZEKIWANIA?

PYTANIA

NA JAKIE PYTANIA CHCESZ UZYSKAĆ ODPOWIEDŹ?

**Wypisz pytania, które chodzą Ci po głowie
i nie chcesz o nich zapomnieć:**

GRA E-BOOKOWA

Twoja przygoda zaczyna się teraz!

ZNAJDŹ UKRYTE SŁOWA I ODBIERZ PREZENT!

1	_____	6	_____
2	_____	7	_____
3	_____	8	_____
4	_____	9	_____
5	_____	10	_____

PEŁNY CYTAT TO:

UWAGA!
**Gry są dostępne
w pełnej wersji
e-booka!**

WEJDŹ NA STRONĘ: [ADRES W PEŁNEJ WERSJI E-BOOKA](#)
I WPISZ NAZWISKO OSOBY, KTÓRA JEST AUTOREM SŁÓW
(UŻYJ TYLKO MAŁYCH LITER) I ODBIERZ PREZENT!

PROGRESS TRACKER

Każdy dział (W, I, E, D, Z, A) zawiera 10 zadań po 10 punktów. Zdobądź wszystkie.

W	/ 100 PKT	I	/ 100 PKT	E	/ 100 PKT
Filmik wstępny		Filmik wstępny		Filmik wstępny	
Przeczytany Dział		Przeczytany Dział		Przeczytany Dział	
Zadania Prelegentów		Zadania Prelegentów		Zadania Prelegentów	
Ćwiczenia końcowe		Ćwiczenia końcowe		Ćwiczenia końcowe	
Ćwiczenie praktyczne		Ćwiczenie praktyczne		Ćwiczenie praktyczne	
Dyskusja pod filmem		Dyskusja pod filmem		Dyskusja pod filmem	
Quiz Końcowy		Quiz Końcowy		Quiz Końcowy	
Zamalowana Odznaka		Zamalowana Odznaka		Zamalowana Odznaka	
Publikacja w SM		Publikacja w SM		Publikacja w SM	
Wdrożenie wiedzy		Wdrożenie wiedzy		Wdrożenie wiedzy	

D	/ 100 PKT	Z	/ 100 PKT	A	/ 100 PKT
Filmik wstępny		Filmik wstępny		Filmik wstępny	
Przeczytany Dział		Przeczytany Dział		Przeczytany Dział	
Zadania Prelegentów		Zadania Prelegentów		Zadania Prelegentów	
Ćwiczenia końcowe		Ćwiczenia końcowe		Ćwiczenia końcowe	
Ćwiczenie praktyczne		Ćwiczenie praktyczne		Ćwiczenie praktyczne	
Dyskusja pod filmem		Dyskusja pod filmem		Dyskusja pod filmem	
Quiz Końcowy		Quiz Końcowy		Quiz Końcowy	
Zamalowana Odznaka		Zamalowana Odznaka		Zamalowana Odznaka	
Publikacja w SM		Publikacja w SM		Publikacja w SM	
Wdrożenie wiedzy		Wdrożenie wiedzy		Wdrożenie wiedzy	

ZADANIA PO 100 PUNKTÓW

Ułożenie Rozsypanki wyrazowej
Dyskusja pod filmem końcowym
Wystawienie Opinii do e-booka
Pokazanie certyfikatu w SM

PODLICZENIE PUNKTÓW

Suma punktów z działów (max. 600)
Suma punktów specjalnych (max. 400)
Punkty Twojej satysfakcji (max. 500)
Suma wszystkich punktów (max. 1500)

E-LEARNING QUEST

Twoje zdobyte odznaki

Po ukończeniu quizu w każdym dziale zamaluj zdobytą odznakę.



E-LEARNING MASTER

Twoje zdobyte odznaki

Kiedy zdobędziesz wszystkie sześć odznak i ułożysz Rozsypankę wyrazową, otrzymasz odznakę specjalną: E-LEARNING MASTER. Zamaluj ją na koniec jako symbol pełnego ukończenia Questu.





Ludzie nie kupują tego, CO robisz.

Kupują DLACZEGO to robisz.

Simon Sinek

brytyjsko-amerykański autor, mówca

WIEDZA

WSTĘP, WIZJA I WARTOŚCI

Według raportu *E-learning w Polsce 2025* najczęstsze powody, które motywują do tworzenia produktów edukacyjnych online to: pomaganie innym w rozwoju (88%), chęć dzielenia się wiedzą (84%) oraz elastyczność pracy online (81%).

Aż 30% badanych osób otworzyło swój biznes online w 2020 i 2021 roku w czasie pandemii, która jednocześnie zatrzymała świat i zmotywowała do rozwoju.



ZESKANUJ KOD I DOŁĄCZ DO GRY!

UWAGA!
Gry są dostępne
w pełnej wersji
e-booka!

E-LEARNING 1.0 → 5.0

Hasło „E-learning 5.0” brzmi nowocześnie, ale jeśli ma nie być tylko modnym buzzwordem, warto się zatrzymać i zastanowić, co oznacza naprawdę. Skąd ta „piątka” i czy to znaczy, że wcześniej były już cztery inne wersje? Ano właśnie, były.

E-learning nie jest nowinką a ewolucją, a właściwie rewolucją, tyle że w odcinkach. Każda kolejna „wersja” wynika z postępu technologicznego i wnosi zmianę w podejściu do nauczania oraz uczenia się. Zamieszczona poniżej mapa ilustruje, co się naprawdę zmieniło i dlaczego dziś z pełnym przekonaniem przedstawiam definicję E-learningu 5.0.

Technologie edukacyjne rozwijały się falami, i każda z nich zmieniała to, jak się uczymy, kto prowadzi proces, kto podejmuje decyzje i kto sprawuje nad nim kontrolę. Przyjrzyjmy się więc po krótku tej ewolucji, by dostrzec, czym naprawdę wyróżnia się E-learning 5.0, i dlaczego może okazać się przełomem, na który twórcy rozwiązań edukacyjnych czekali od lat.

E-learning 1.0, czyli „wysłałam PDF i do widzenia”, to era początków edukacji online, kiedy kursy przenoszono niemal bez zmian z sal wykładowych

do internetu. Zamiast interaktywnych zajęć uczestnik dostawał po prostu skany podręczników, PDF-y, prezentacje lub nagrania. Brakowało dialogu, informacji zwrotnej oraz możliwości zadawania pytań. Dominował jednostronny przekaz wiedzy – bez wsparcia, bez kontaktu, bez kontekstu, a kursanci pozostawieni byli samym sobie. To były czasy, gdy liczyła się głównie treść, a nie sposób jej przyswajania. Królowała mentalność: „zaliczyć, zapomnieć, iść dalej”.

E-learning 2.0 przyniósł przełom – na scenę weszły społeczności, komentarze i grupy dyskusyjne. Uczenie stało się procesem dwustronnym, a użytkownicy zyskali głos. Wreszcie mogli ze sobą rozmawiać, dzielić się doświadczeniami, zadawać pytania. Pojawiły się fora, potem grupy na Facebooku. Twórca przestał być jedynym źródłem wiedzy, a uczestnicy mogli wchodzić w interakcje nie tylko z nim, ale również ze sobą nawzajem. To był ogromny krok naprzód w kierunku budowania społeczności uczących się osób.

E-learning 3.0 to czas profesjonalizacji. Pojawiły się platformy kursowe, automatyzacje procesów sprzedaży, LMS-y, które śledziły postępy uczestników, wysyłały przypomnienia o lekcjach, przyznawały certyfikaty. Kursy online stały się dostępne *on-demand*,

a użytkownik mógł uczyć się we własnym tempie, na własnych warunkach oraz wtedy, kiedy miał na to czas i możliwości. Treści były uporządkowane, prezentowane profesjonalnie, a procesy – zautomatyzowane i skalowalne. Ale nadal brakowało głębi, osobistego wymiaru i realnej zmiany.

E-learning 4.0 postawił na doświadczenie uczestnika. Kluczowa stała się świadomie projektowana ścieżka edukacyjna. Nie chodziło już o sam dostęp do treści, ale przede wszystkim o doświadczenie uczestnika. Kurs miał prowadzić do realnej zmiany, nie tylko do zaliczenia. W tym podejściu ważne stały się emocje, storytelling, gamifikacja, flow nauki i regularny feedback. Kursy zaczęto projektować jako świadome doświadczenia rozwojowe, a nie tylko zestawy materiałów edukacyjnych. Twórcy zaczęli tworzyć „podróże edukacyjne”, które prowadziły uczestników przez kolejne etapy nauki, dbając o ich motywację, zaangażowanie i realne efekty.

E-learning 5.0 to miejsce, w którym jesteśmy teraz. Mamy dostęp do AI, automatyzacji, narzędzi no-code, LMS-ów, które robią więcej niż niejeden pracownik na etacie. Jednocześnie rośnie świadomość, że wiedza jest wszędzie, a uwagę ludzi przyciąga tylko to, co jest autentyczne, dobrze zaprojektowane i mądrze prowadzone.

Połączenie technologii i zaangażowania człowieka sprawiło, że kursy działają jak systemy, ale projektowane są z sercem i intencją. Liczy się nie tylko „co wiesz”, ale też „jak to przekazujesz” i „dla kogo to robisz”. Nastąpiła era samoświadomości twórców. Coraz więcej osób rozumie, że edukacja online to nie jest produkt, tylko cały system działań: strategia, promocja, automatyzacja, społeczność, wsparcie, rozwój.

Uczysz się dokładnie tego, czego potrzebujesz – wtedy, gdy tego potrzebujesz.

Obecnie istotą e-learningu jest analiza, w jaki sposób uczysz się najsukceszniej, podsuwanie idealnie dopasowanych treści, które realizujesz w swoim tempie, pomoc, by się nie pogubić w treści, motywowanie do działania, przypominanie o nauce. Technologia działa w tle, a Ty po prostu doświadczasz zmiany. AI nie zastępuje nauczyciela, ale służy wzmocnieniu relacji i pogłębieniu personalizacji.

Automatyzacje pozwalają uczyć się z uważnością, bez przebodźcowania. Edukacja staje się bardziej ludzka, mimo że odbywa się cyfrowo. Ale to też czas zagrożeń, jakie niosą ze sobą dezinformacja i fake newsy, dzisiaj, bardziej niż kiedykolwiek, musimy weryfikować źródła pochodzenia wiedzy.

Dlaczego te aspekty e-learningu mają znaczenie? Bo zyskałiśmy AI i automatyzację, ale nie mamy wcale więcej czasu ani uwagi niż wcześniej.

Dlatego E-learning 5.0 nie polega na tym, by robić więcej, tylko by robić mądrzej. I jeśli coś naprawdę działa dziś w edukacji online, to nie są to przypadkowy temat i szybki landing, ale dopracowany system, który prowadzi użytkownika od punktu A do B, z uwzględnieniem jego emocji, motywacji i realiów życia.

Pandemia była punktem zwrotnym w edukacji online. Sprawiała, że od 2020 roku coraz więcej osób przekonało się do tej formy kształcenia, a wiele biznesów edukacyjnych online, które wtedy mają swoje początki, pozostało w przestrzeni cyfrowej na stałe.

Aktualnie odnotowuje się rekordową liczbę uczących się za pośrednictwem tej formy nauki. To dobra wiadomość! Żeby z powodzeniem tworzyć edukację 5.0 nie trzeba mieć miliona followersów, wystarczy mieć świadomość, kim się jest, komu się pomaga i jak mądrze zaprojektować drogę ku wiedzy. W tym właśnie ma pomóc ten e-book.

Początki mojego biznesu sięgają 2012 roku...

Pamiętam doskonale moment, kiedy zakładałam działalność gospodarczą. Było to w dniu urodzin mojej mamy, miałam wtedy 24 lata, byłam świeżo po studiach – obroniłam się w czerwcu, a już w październiku prowadziłam własną firmę.

Ukończyłam z wyróżnieniem wymagający kierunek – Informatykę na Politechnice Poznańskiej, a potem podyplomówkę z Grafiki Projektowej w WSNHiD (dziś Collegium da Vinci, gdzie od kilku lat sama jestem wykładowczynią akademicką). Rzuciłam pracę w zawodzie, by zrobić sobie ostatnie prawdziwe wakacje – prawie 3 miesiące wolności, zanim przejdę do korporacji, jak większość moich znajomych z roku, i zostanie mi raptem 26 dni urlopowych w roku. Każdego dnia wakacji żegnałam się z jeziorem, malinami, jabłkami, śliwkami rwanymi prosto z krzaczka czy drzewa, żegnałam się ze słoneczną pogodą, z błogim kilkutygodniowym lenistwem i beztroską.

Aż kiedyś natknęłam się na informację o dotacjach z Urzędu pracy dla osób bezrobotnych, które chcą założyć firmę. I wtedy mnie olśniło: przecież właśnie się obroniłam, rzuciłam pracę – formalnie jestem bezrobotna. Mogę z tego skorzystać. Co więcej, prowadząc własną firmę, mogę latem nie przyjmować zleceń.

Mogę stworzyć elastyczny model pracy, który będzie pasował do mojego życia – a nie odwrotnie. Ale do tego wątku jeszcze wrócimy.

Byłam pełna zapału, trochę szalona i bardzo mało świadoma tego, czym właściwie są wizja i wartości w biznesie. W tamtym momencie kompletnie mnie to nie interesowało. Ekscytowało mnie jedno: że mogę robić strony internetowe i zarabiać na swojej wiedzy o WordPressie. Wizja, misja? Brzmiało to jak korporacyjne bajdurzenie, którym raczą się poważni ludzie w garniturach lub garsonkach. A ja? Ja byłam freelancerką w kapciach przed komputerem.

Przez pierwsze trzy lata żyłam w tej swojej programistycznej bańce. Szybko jednak zauważyłam pewną prawidłowość – coraz więcej kobiet pisało do mnie z prośbą o pomoc w stworzeniu strony internetowej. Były to głównie mamy na tak zwanym urlopie macierzyńskim, choć nie wiem, kto miał czelność nazwać to urlopem, bo pracy z maluchem jest przecież aż nadto.

Kobiety, które chciały dłużej zostać ze swoimi dziećmi w domu, potrzebowały przekwalifikować się zawodowo lub po prostu nie znosiły swojej pracy i marzyły o zmianie. Pisały też do mnie początkujące freelancerki, które dopiero raczkowały w świecie online.

Wszystkie je łączyła jedna rzecz: brakowało im funduszy na to, by zapłacić mi za stworzenie strony czy konsultacje.

Przyznam Ci się szczerze, że jestem wrażliwa na ludzkie historie i często wzruszałam się tymi wiadomościami na tyle, że tworzyłam strony *pro bono*.

I wiesz co? Okazało się, że w pewnym momencie znalazłam się na granicy totalnego wypalenia. Przez półtora roku pracowałam non stop, realizując zlecenia za darmo lub półdarmo, bo wydawało mi się, że jeśli mam odpowiednią wiedzę, to po prostu muszę pomóc każdemu, kto tego potrzebuje. Brzmi szlachetnie, prawda? Ale w rzeczywistości okazało się, że to szybka droga do katastrofy – finansowej i emocjonalnej.

I właśnie wtedy narodził się pomysł na projekt „Jestem Interaktywna”. Z jednej strony nadal chciałam pomagać tym kobietom, które pisały do mnie o swoich problemach, z drugiej – wiedziałam, że muszę to robić w sposób, który mnie nie wyczerpie. Bo żeby dawać, trzeba mieć z czego. Kubeczek musi być pełen, by starczyło na dłużej. Biznes to nie sprint, to maraton.

Tak narodziła się moja pierwsza misja: każdego dnia pomóc przynajmniej jednej kobiecie, by mogła poczuć się interaktywna. Ta intencja towarzyszy-

ła mi bardzo długo, mimo że nigdzie jej nie zapisałam. Ona po prostu była we mnie. Nadal jest.

Dopiero kilka lat później, podczas jednego ze szkoleń, usłyszałam, że warto spisać na kartce wizję, misję i wartości swojego biznesu. Przyznaję, że początkowo brzmiało to dla mnie znowu jak jakieś korpo-mambo-jumbo, ale postanowiłam dać temu szansę. Pamiętam, jak siedziałam z notesem i długopisem, przekonana, że to banały, że to jest strata czasu, że lepiej byłoby pójść na jakieś techniczne szkolenie, które daje „prawdziwe” umiejętności. Ale gdy w końcu wszystko spisałam, stało się coś niezwykłego. Odkryłam, że intuicyjnie działałam zgodnie ze swoją misją i wartościami przez całe lata, a jednak dopiero ich zapisanie nadało moim działaniom jasny kierunek.

Moje wartości to: wiedza, wsparcie i wdzięczność. A pamiętasz, jak chciałam mieć wolne wakacje? Okazało się, że to jest wizja mojego biznesu, właśnie ten elastyczny model pracy, powód dla którego założyłam biznes.

Dzięki temu zaczęłam świadomie podejmować decyzje. Miałam wyraźny filtr, przez który przepuszczałam wszystkie nowe pomysły, propozycje współpracy oraz oferty biznesowe. To była niesamowita zmiana, bo prze-

stałam tracić czas na rzeczy, które nie były zgodne z moją wizją. W końcu zaczęłam robić tylko to, co naprawdę rezonowało z moimi wartościami. Zastanawiasz się po co Ci wizja i wartości w e-learningu? Otóż, niezależnie od tego, czy prowadzisz biznes online, tworzysz kursy, e-booki czy platformy, wizja i wartości są tym, co wyróżnia Cię na tle innych. To nie jest jedynie biznesowa deklaracja, tylko kompas, który prowadzi Cię nawet w najtrudniejszych momentach. Kiedy nie wiesz, jaką podjąć decyzję, wracasz do swojej wizji. Kiedy masz wątpliwości, czy warto w coś zainwestować czas i energię, przypominasz sobie swoje wartości. To pomaga Ci podejmować decyzje szybciej, pewniej i bardziej świadomie. Bo w świecie FOMO i „kultury zapierdolu” łatwo się pogubić. Wiem, byłam tam, zanim spisałam swoją wizję i wartości.

Co więcej, to właśnie Twoja wizja i wartości przyciągną do Ciebie odpowiednich klientów. To one budują zaufanie, lojalność i prawdziwą społeczność wokół tego, co robisz. Kiedy Twoi odbiorcy czują, że masz jasny cel, że naprawdę Ci zależy – chcą być częścią tej drogi. Podążają za Tobą, polecają Cię dalej, wspierają Twoje działania.

Pamiętaj jednak, że wizja i wartości nie są czymś, co spisujesz raz, a potem chowasz do szuflady.

Traktuj je jak kodeks, który prowadzi Cię każdego dnia. To może zdecydować o Twoim sukcesie w e-learningu, bardziej niż jakiekolwiek narzędzie czy strategia marketingowa. Więc jeśli jeszcze nie masz spisanej wizji i wartości, weź teraz kartkę i zrób to. Zdziwisz się, jak wiele to zmieni w Twoim biznesie i w Tobie.

Kiedy mówię o tym, jak istotne są wizja, misja i wartości w e-learningu oraz w budowaniu biznesu online, od razu przychodzi mi do głowy historia jednej z moich kursantek – Marty Woźnej.

Marta, profesjonalna fotografka, chciała zrobić kursy i webinary online, ale nie wiedziała, od czego zacząć. Szukała metody, która pozwoli jej dzielić się wiedzą o fotografii bez technicznego przytłoczenia. Kiedy zapisała się na moje kursy dotyczące sklepu online i prowadzenia webinarów w Interaktywnej Akademii WordPressa, była już ekspertką w swojej dziedzinie, ale nadal brakowało jej jasnej ścieżki, jak przekształcić swoją wiedzę w stabilny biznes online.

Dzięki zdobytej wiedzy technicznej, Marta nie tylko zaczęła prowadzić swoje pierwsze webinary fotograficzne. Wiem, że przy okazji tworzenia swojego brandu, określiła też jasno swoją wizję, misję i wartości swojej działalności.

To dało jej pewność siebie i pozwoliło dotrzeć do wymarzonej grupy klientów.

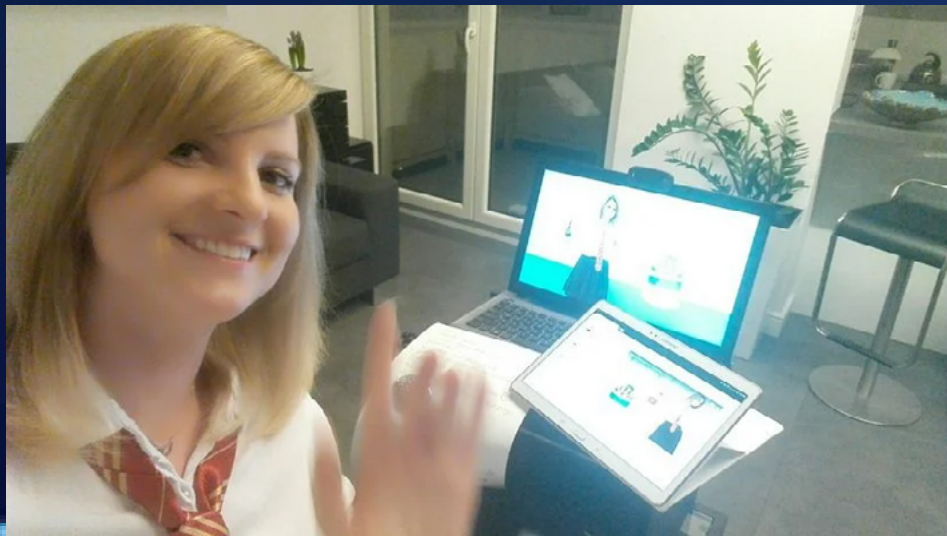
Marta podkreślała, że określenie misji – czyli *dlaczego* chce robić kursy, *jaką wartość* chce dawać swoim klientom i *jaką zmianę* chce wywołać dzięki swojej pracy – dało jej ogromną siłę i klarowność.

Dzięki temu skutecznie przyciągała coraz więcej osób, które utożsamiały się z jej wizją i wartościami. Ostatecznie, Marta osiągnęła ponad 350 tysięcy złotych przychodu w swoim sklepie online, a jej kursy i warsztaty cieszą się ogromnym powodzeniem.

Dziś wiem, że wartości i wizja to coś więcej niż tylko ładne hasła wypisane na stronie internetowej. Stanowią one fundament mojego biznesu edukacyjnego, pomagają mi podejmować trudne decyzje oraz trzymać się jasnego kursu nawet w momentach turbulencji.

W kolejnym rozdziale dowiesz się, jak ważne jest posiadanie swojej filozofii edukacyjnej, jak sprecyzować swoje „dlaczego” oraz jak przekuć pasję w strategię, która nie tylko przynosi przychód, ale przede wszystkim transformację i prawdziwą wartość dla Twoich odbiorców.

PIERWSZY ROK JESTEM INTERAKTYWNA



Jeden z pierwszych webinarów, komputer stoi na kartonie, założyłam krawat Griffindoru, przyszło 12 osób.



Zdjęcia z pierwszej sesji zdjęciowej z Agnieszką Werechą-Osińską. Bardzo się bałam, byłam bardzo spięta, ale pokazałam swoją twarz w online.



Spotkanie networkingowe w Poznaniu dla kobiet, zawsze przychodzę ze swoją wizytówką w kształcie laptopika.

Pracownik, który pracuje za darmo?

Każdy produkt edukacyjny powinien wynikać z procesu transformacji. Gdy zakładałam Jestem Interaktywna, od razu zaczęłam pisać mój pierwszy e-book [Strona WWW w 30 dni](#). Dlaczego? Bo sama potrzebowałam zmiany. Chciałam przekształcić wypalający freelancing, który pochłaniał moje życie, w skalowalny, zrównoważony model pracy. Ale przede wszystkim – potrzebowały tego kobiety, które do mnie pisały.

Zaczęłam pracę nad e-bookiem tuż po starcie marki w grudniu 2015 roku, a już w marcu 2016 roku był gotowy do sprzedaży. To było intensywne kilka miesięcy, ale wiedziałam, że warto. Chciałam, żeby ten e-book nie był jedynie poradnikiem, lecz konkretnie prowadził do zmiany – z poziomu braku wiedzy, przez wykonanie ćwiczeń, aż do uruchomienia własnej strony internetowej, która będzie pracowała dla czytelniczki 24 godziny na dobę.

Dzięki tej wizji mogłam jasno określić, jak mój produkt ma wyglądać. Każdy rozdział prowadził czytelniczkę krok po kroku, zawierał konkretne ćwiczenia, zadania, checklisty. Myślałam o nim jak o podręczniku działania, a nie teorii do przeczytania na dobra-

noc. Z czasem e-book przekształciłam w książkę [Bądź online](#) – rozszerzoną i zaktualizowaną wersję, która jeszcze mocniej wspiera kobiety w budowaniu swojej obecności online.

Ale najważniejsza była właśnie zmiana, jaką ten produkt wносił do życia czytelniczek. Mogłoby się wydawać, że jest to e-book o stworzeniu strony WWW, ale nic bardziej mylnego. Wskazywałam w nim możliwości zmiany swojego życia zawodowego i osobistego. Dzięki temu wiele kobiet dostrzegło szansę na nową pracę, na odejście z toksycznego etatu, na rozpoczęcie freelancingu, na bycie przy dziecku przy jednoczesnym spełnianiu się zawodowo. Znalazły sposoby na znalezienie klientów, stworzenie własnej marki, a przy okazji decydowały się na zatrudnienie „pracownika”, który nie bierze urlopów, nie choruje i nie marudzi, czyli ich własnej strony internetowej. W [Akademii WordPressa](#) dążę do tej samej transformacji, wystarczy spojrzeć na Martę Woźną, która dzięki zdobytej wiedzy zorganizowała wkład własny na dom i spełniła swoje marzenie.

Twój produkt edukacyjny też może zmienić komuś życie. Pod warunkiem, że nie sprzedajesz informacji, lecz transformację. Kiedy wiesz, jaka zmiana stoi za tym, co tworzysz, łatwiej Ci ją zaplanować, opisać i sprzedać jako wartościowy produkt.

Twoje WHY a sukces sprzedażowy

Nigdy nie zapomnę momentu, gdy założyłam Jestem Interaktywna. Plan był prosty, skromny i szczery: przestań po godzinach robić strony internetowe za darmo i zamiast ryby, będę dawać wędkę. Nie chodziło mi o żadne wielkie zarobki czy błyskawiczny sukces. Chciałam po prostu przestać pracować dniami, nocami i w weekendy, a jednocześnie pomagać kobietom spełniać ich marzenia o tym, by spróbować czegoś nowego, czegoś, co da im poczucie niezależności i pozwoli odejść z pracy, której nie znoszą.

Moje dlaczego (WHY) było wtedy proste i bardzo klarowne: pomagać kobietom, które nie mają środków, by same stworzyły coś, co normalnie kosztowałoby tysiące złotych.

Mój pierwszy cel finansowy? Pokryć ze sprzedaży e-booka składkę ZUS – w tamtych latach około 900 złotych miesięcznie. Niby drobiazg, a dla mnie oznaka wolności i sprawczości.

Wyceniając swój pierwszy e-book na 97 złotych, wiedziałam, że jest to cena wysoka jak na tamte czasy, ale za tym stała realna, konkretna wartość: możliwość samodzielnego stworzenia

profesjonalnej strony WWW, za którą trzeba by było zapłacić minimum 2500 złotych. I co się okazało? Że nie tylko osiągnęłam swój pierwszy cel finansowy, ale znacznie go przekroczyłam. Potem wszystko ruszyło.

Pamiętam pierwsze wiadomości od dziewczyn, które zakupiły e-booka. Pisały: „Ola, jak to możliwe, że Twoja strona jest tak wysoko w Google? Trafiłam właśnie na Ciebie, szukając informacji!”. Doznałam wtedy olśnienia. Zrozumiałam, że SEO to coś, czym interesowałam się od gimnazjum, i że warto się tym podzielić. W lipcu 2016 roku pojawił się więc kolejny e-book [Opanuj SEO w 14 dni](#) i to był prawdziwy hit! Pakiet z pierwszym e-bookiem sprzedawał się jak świeże bułeczki. Wtedy właściwie nikt nie dzielił się jeszcze wiedzą na temat SEO, więc byłam w tym temacie pionierką na polskim rynku. Ale dlaczego tak naprawdę to zadziałało?

Nie dlatego, że miałam perfekcyjnie zrobiony plan biznesowy czy strategię marketingową – bo nie miałam. Mój sukces sprzedażowy w pierwszym roku działalności nie wynikał z umiejętności handlowych czy obeznania na rynku, bo tego w sumie to też nie miałam. Wynikał właśnie z mojego WHY, z tego, że autentycznie chciałam pomóc. Ludzie to czują. Klientki to widziały i doceniały.

Wiedziały, że nie sprzedają im kolejnego bezosobowego produktu, tylko coś, co naprawdę może zmienić ich życie.

Zresztą historie moich kursantek, które zaczynały naukę od kursów i e-booków, a teraz odnoszą spektakularne sukcesy finansowe, są tego dowodem.

Do dziś wręczyłam medale za wyniki finansowe przekraczające 16,5 miliona złotych, wygenerowane w sklepach i na platformach „wyklikanych” w Interaktywnej Akademii WordPressa.

Co roku celebруем sukcesy finansowe kursantek na Gali Kursory Roku, ostatnia odbyła się w grudniu w Poznaniu. To pokazuje, jak ważna jest pełna świadomość, dlaczego robisz to, co robisz.

Jeśli zastanawiasz się, jak odkryć swoje WHY i jak wykorzystać je w skutecznej sprzedaży produktów edukacyjnych, to usiądź z kartką papieru i zapisz to, co sprawia, że czujesz satysfakcję, spełnienie i co motywuje Cię do działania. Zadaj sobie pytanie, co chcesz wnieść do życia innych osób swoją pracą.

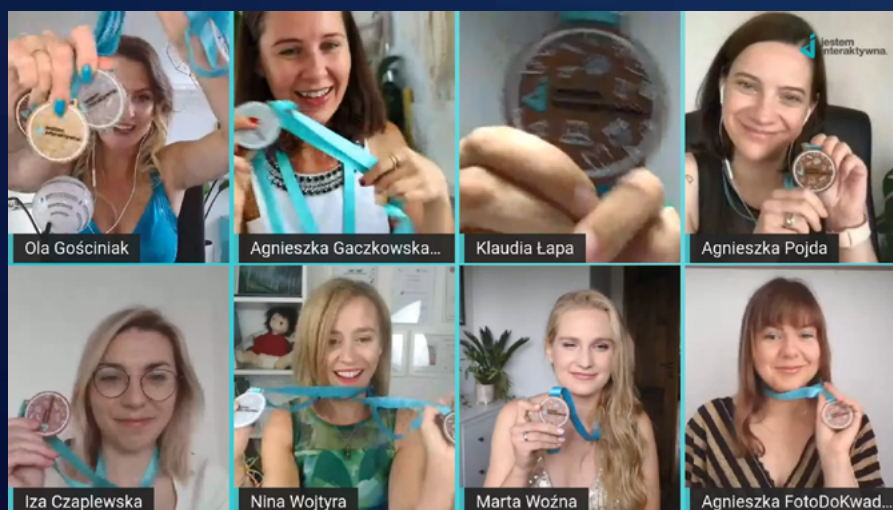
Dla mnie są to wiedza, wsparcie i wdzięczność, ale dla Ciebie to mogą być zupełnie inne rzeczy.

Zastanów się, co czyni Cię wyjątkową osobą, i jaką zmianę chcesz umożliwić swoim klientom.

Zidentyfikuj potrzeby Twojej grupy docelowej. To jest bardzo ważne. Twoje WHY musi być kompatybilne z potrzebami Twoich klientów. Obserwuj, pytaj i słuchaj, tak jak ja słuchałam kobiet, które pisały do mnie w potrzebie. Dzięki temu stworzysz produkty, które mają realną wartość dla innych. Przełóż swoje WHY na konkretną ofertę edukacyjną. To nie może być po prostu „jakiś” produkt. To musi być rozwiązanie konkretnego problemu, który naprawdę Cię obchodzi. W moim przypadku było to stworzenie możliwości samodzielnego zrobienia strony WWW bez dużych nakładów finansowych. Zastanów się, jaką transformację możesz dać swoim kursantom i jaką wartość realną to im przyniesie.

Nie bój się cen adekwatnych do transformacji. Na początku nie byłam pewna, czy 97 złotych za e-book to nie za dużo. Okazało się jednak, że ludzie chętnie płacili, bo dostawali za to konkretną wartość. Nie bój się wycenić swojego produktu edukacyjnego adekwatnie do transformacji, którą oferujesz. Twoje WHY pomoże Ci to lepiej zrozumieć i uzasadnić. Moja komunikacja była zawsze szczerą i transparentną.

GALE KURSORY ROKU



Pierwsza Gala Kursory Roku 2022, która odbyła się online.



Druga Gala Kursory Roku 2023 w Warszawie z koncertem Kasi Wilk.



Trzecia Gala Kursory Roku 2024 w Poznaniu w Kinie Muza.

Mówiłam wprost, że chcę pomóc innym kobietom, że moje produkty powstały w odpowiedzi na konkretne potrzeby. Dzięki temu ludzie zaczęli mnie utożsamiać nie z produktem, ale z historią i emocjami, jakie za nim stoją. Wtedy łatwiej jest budować relacje oparte na zaufaniu.

Zrozumienie Twojego WHY jest jak latarnia morska – prowadzi Cię nawet wtedy, gdy jesteś na niepewnych wodach. Dzięki temu wiesz, w jakim kierunku płyniesz i dlaczego warto tam dotrzeć. Co najważniejsze: to właśnie Twoje WHY decyduje o tym, czy ludzie będą chcieli płynąć razem z Tobą. Pamiętaj o tym, gdy zaczniesz tworzyć swój produkt edukacyjny online.

Strategia, pasja i 3 miliony na koncie

Kiedy zaczynałam z Jestem Interaktywna, wszystko było dla mnie nowe i nieco chaotyczne. Byłam świeżo po studiach, pełna energii, pomysłów i pasji. Ale strategia? Nie miałam pojęcia, że coś takiego istnieje! Wierzyłam, że skoro mam dobrą energię, chęci do pracy i chcę pomagać ludziom, to wszystko samo jakoś się poukłada. I rzeczywiście na początku to przekonanie nawet się sprawdzało, ale z czasem zaczęłam zauważać, że samo działanie z pasją to za mało, żeby mój

biznes mógł się rozwijać i przynosić stabilne dochody.

To właśnie wtedy odkryłam, jak kluczowe jest przejście od pasji do strategii. To było dla mnie jak odkrycie Ameryki, jakbym zaczęła poruszać się w zupełnie nowym wymiarze, w którym nagle zaczęłam dostrzegać wszystkie elementy układanki, które wcześniej pomijałam.

Wspominałam już, że moje pierwsze produkty edukacyjne były odpowiedzią na potrzeby kobiet, które zgłaszały się do mnie z prośbą o stworzenie stron internetowych. To była moja pierwsza, bardzo intuicyjna strategia, widziałam potrzeby, miałam umiejętności, więc stworzyłam e-booka [Strona WWW w 30 dni](#). Ale wtedy jeszcze nie nazywałam tego strategią. Byłam po prostu pasjonatką WordPressa, która chciała pomóc innym.

Dopiero gdy zaczęłam tworzyć kolejne produkty, takie jak e-book [Opanuj SEO w 14 dni](#) czy pierwsze kursy WordPressa w [Interaktywnej Akademii WordPressa](#), zaczęłam rozumieć, że za tą pasją musi stać coś więcej. Wtedy zaczęłam świadomie budować strategię edukacyjną, która pozwoliła mi nie tylko odpowiadać na konkretne problemy moich kursantek, ale przede wszystkim stworzyć logiczną ścieżkę rozwoju dla nich. I dla siebie.

Przychód to tylko liczby. Ale liczby mówią czasami więcej niż tysiące słów. Od 2012 roku prowadzę własny biznes. Pierwsze cztery lata przypominały raczej hobbystyczną działalność z rocznym przychodem poniżej 50 tysięcy złotych. Nie miałam planu ani nawet świadomości tego, jak istotna jest dobrze przemyślana strategia.

Działałam intuicyjnie, chaotycznie, bez konkretnych celów, które pchałyby mnie do przodu. To był etap testów, błędów i zbierania doświadczeń.

Ale rok 2016 przyniósł pewien przełom. Zaczął się od pierwszego e-booka i stworzenia marki Jestem Interaktywna, która była odpowiedzią na realne potrzeby kobiet. To właśnie wtedy pierwszy raz świadomie zaczęłam zastanawiać się nad strategią działania, choć ciągle było to raczej testowanie niż systematyczne planowanie. Efekt? 68 719,66 złotych przychodu w ciągu roku. To był dla mnie ogromny sukces, pierwszy znak, że strategia i świadome działania przynoszą efekty.

Rok 2017 to dalszy rozwój. Wypuściłam pierwszy kurs wideo związany z WordPressem, który potem wszedł w skład Interaktywnej Akademii WordPressa. Było to kolejne potwierdzenie, że strategiczne działania przynoszą realne efekty finansowe. Wtedy osiągnęłam 90 092,60 złotych przychodu.

Rok 2018 był momentem kluczowym. Wydanie mojej pierwszej książki oraz wdrożenie świadomej strategii działania pozwoliły osiągnąć 202 193,96 złotych przychodu. To była niemal trzykrotność tego, co osiągnęłam rok wcześniej. To właśnie wtedy w pełni zrozumiałam, jak ważne jest traktowanie biznesu poważnie, z pełnym zaangażowaniem i konkretnymi celami.

Rok 2019 był bardzo wymagający ze względów zdrowotnych. Większość czasu spędziłam w łóżku, będąc w zagrożonej ciąży. Mimo to, mój biznes działał dalej, a ja osiągnęłam 278 887,48 złotych przychodu. To był dla mnie dowód, że dobrze przemyślana strategia działa nawet wtedy, gdy ja nie mogę, i pozwala osiągać wyniki także w trudnych sytuacjach. Nie opłacało mi się korzystać z L4, bo zbierałam owoce pracy z poprzednich 3 lat.

2020 był rokiem pandemicznym. Wróciłam do pracy wiosną, kiedy Agusia miała 4 miesiące. Pracowałam zaledwie godzinę dziennie. Mimo to przychód wyniósł 301 509,57 złotych. Uświadomiło mi to, że stworzone wcześniej fundamenty strategiczne pozwalają na elastyczność i osiąganie efektów bez wypalenia.

W 2021 roku dokręciłam śrubki w swoim biznesie. Wdrożyłam pełną automatyzację i nadal pracowałam

zaledwie godzinę dziennie. Ten rok przyniósł wzrost przychodu do 414 579,07 złotych i potwierdzenie, że strategia i automatyzacja są kluczem do skalowania biznesu.

W 2022 roku zdecydowałam się na regularne miesięczne wyzwania sprzedażowe, co wygenerowało przychód w wysokości 529 245,73 złotych. Dzięki tej strategii nauczyłam się systematyczności w sprzedaży i wprowadziłam powtarzalne działania przynoszące efekty.

Rok przełomowy – 2023. Uruchomiłam program edukacyjny w modelu subskrypcyjnym Paczkę Girlbosskich. To dało mi spektakularny wzrost do 944 858,78 złotych przychodu.

Zrozumiałam wtedy, jak wielka moc tkwi w modelu subskrypcyjnym i jak dużo satysfakcji przynosi regularne dostarczanie wartości swojej społeczności.

Kolejny rok był wyjątkowo trudny prywatnie i biznesowo. Pojawiły się przede mną różne wyzwania osobiste i zawodowe, co ograniczyło moje możliwości działania. Przychód wyniósł 738 077,65 złotych. Choć finansowo był to krok wstecz, nauczył mnie czegoś ważnego: elastyczność strategii i zdolność adaptacji to fundamenty przetrwania. Wyszłam z kryzysu obronną ręką, mimo że mogłabym

przy rosnących kosztach położyć swój biznes. Ten rok był dla mnie sukcesem, ale też porządną lekcją pokory.

Dlaczego pokazuję przychody (od których trzeba odjąć jeszcze koszty, składki itp.) a nie zyski? Od kilku lat jestem na ryczałcie, mam stałe koszty, których nie da się tak precyzyjnie rozliczyć jak w Książce Przychodów i Rozchodów.

Porównuję lata na podstawie łącznego przychodu i nadwyżki finansowej – czyli tego, co nazywam „zysk minus życie”. Na przykład w 2023 roku nadwyżka pozwoliła mi na wkład własny w leasing auta oraz zakup nieruchomości na Placu Wolności 6 w Poznaniu, pod wynajem w formie condo hotelu.

A nadwyżka z pierwszego półrocza 2025 pozwoliła mi kupić kabriolet, taaak serio, właśnie go kupiłam!

Moje miesięczne koszty biznesowe wynoszą obecnie kilkanaście tysięcy złotych, a w 2023 roku przekraczały 20 tysięcy. W 2024 roku, przy zmienionej sytuacji gospodarczej i niższych przychodach, ten poziom kosztów stanowił wyzwanie.

Trzymanie ręki na pulsie jest kluczowe — by nie popłynąć za mocno.

PRZYCHODY MOJEJ FIRMY

2012-2015

< 50 000 zł

2016

68 719,66 zł – pierwsze e-booki

2017

90 092,60 zł – pierwszy kurs video w Akademii WP

2018

202 193,96 zł – pierwsza książka i świadome wdrożenie strategii

2019

278 887,48 zł – większość roku nie pracowałam w zagrożonej ciąży

2020

301 509,57 zł – po porodzie praca 1h dziennie w pandemii

2021

414 579,07 zł – dopięcie śrubek w biznesie, wdrożenie automatyzacji, praca 1h dziennie

2022

529 245,73 zł – comiesięczne wyzwania sprzedażowe

2023

944 858,78 zł – mój program edukacyjny subskrypcyjny – Paczka Girlbosskich

2024

738 077,65 zł – trudny rok prywatnie, krok wstecz

Jak widzisz – strategia to kluczowy element sukcesu. Na czym polegała moja? Precyzyjnie sformułowałam misję i wizję swojego biznesu. Zdanie: „Każdego dnia pomóc przynajmniej jednej kobiecie stać się interaktywną” stało się drogowskazem w podejmowaniu decyzji biznesowych. Dzięki temu łatwiej było tworzyć produkty odpowiadające na realne potrzeby osób, które do mnie trafiały.

Stworzyłam logiczną ścieżkę edukacyjną i produkty, takie jak [Strona WWW w 30 dni](#), [Opanuj SEO w 14 dni](#), [Interaktywna Akademia WordPressa](#) nie były już przypadkowe. Tworzyły spójną całość, krok po kroku prowadząc odbiorców do konkretnych efektów. Osoby, które zaczynały od jednego produktu, naturalnie były zainteresowane kolejnym, ponieważ otrzymywały realną wartość i transformację.

Intensywnie słuchałam społeczności i zamiast zgadywać, co jest ludziom potrzebne, wychodziłam z pytaniami, robiłam ankiety, prowadziłam bezpośrednie rozmowy. Zawsze stawiałam na jakość relacji z osobami, które uczestniczyły w moich kursach. Dzięki temu w kolejnych latach tworzyłam produkty jeszcze lepiej dopasowane do ich potrzeb.

Nie bałam się zmian. Mimo że moje produkty zostały dobrze przyjęte, cały

czas je aktualizowałam i dopracowywałam. Wiedza, trendy, narzędzia – wszystko się zmieniało. Chciałam za tym nadążyć i dawać osobom, które korzystały z moich produktów jak najbardziej aktualną i przydatną wiedzę.

Nauczyłam się doceniać małe liczby i skalować swoje działania. Gdybym od razu celowała w setki tysięcy złotych, presja mogłaby mnie sparaliżować. Zamiast tego, krok po kroku rozwijałam biznes, ciesząc się z każdego małego sukcesu. Nawet jeśli na początku zarabiałam tylko 900 złotych miesięcznie, wystarczająco na pokrycie składek ZUS, było to dla mnie ogromnym sukcesem i dawało poczucie, że mogę więcej. Każdy kolejny rok pokazywał, że mogę zwiększać swoje cele stopniowo, bez presji i wypalenia.

Strategia nie jest luksusem czy czymś, co można odkładać na później, ale elementem, który pozwala przeskoczyć z poziomu pasji, hobbystycznego działania, na poziom poważnego biznesu, który przynosi stabilność.

Czy żałuję, że nie zaczęłam wcześniej działać strategicznie? Niby tak – wiem, że wcześniejsze wdrożenie planu dałoby szybsze efekty. Ale też wiem, że jako młoda, niedoświadczona osoba musiałam popracować nad mentalem, by udźwignąć przyszłe sukcesy.

To właśnie strategia i świadome działania sprawiają, że mój biznes z roku na rok rozwija się i osiąga coraz lepsze wyniki. Jestem żywym przykładem na to, że można zaczynać od skromnych przychodów, bez „pleców”, wozić słoiki z jedzeniem z domu na stację, gotować mrożonki (bo nie było pieniędzy na nic innego), a potem dzięki odpowiedniej strategii i wytrwałości osiągnąć spektakularne rezultaty. A przede wszystkim można robić to z poczuciem sensu. I co najważniejsze – robić to z poczuciem sensu. Tego samego życzę Tobie. Twój biznes też na to zasługuje.

Przejście od pasji do strategii polega przede wszystkim na jasnym zdefiniowaniu tego, jakie problemy chcesz rozwiązać, dla kogo konkretnie są Twoje produkty i w jaki sposób zamierzasz pomagać. Dopiero kiedy poukładałam sobie te elementy, zaczęłam dostrzegać możliwość stworzenia naprawdę sensownej i spójnej oferty edukacyjnej. Jak się do tego zabrać?

Mam kilka sprawdzonych rad, które pomogą Ci zbudować strategię i sensowną ofertę, nawet jeśli dopiero zaczynasz i czujesz, że Twoja głowa aż kipi od pomysłów.

Znajdź swoją „niszę transformacji”. Zastanów się, jaką konkretną zmianę możesz zaoferować. Mój pierwszy

e-book [Strona WWW w 30 dni](#) miał precyzyjny cel: pomóc kobietom samodzielnie stworzyć stronę internetową. To była konkretna transformacja. Nie chodziło o to, aby tylko przekazać wiedzę, ale aby kursantki na koniec miały coś konkretnego – działającą stronę WWW. To samo dotyczyło mojego drugiego e-booka [Opanuj SEO w 14 dni](#), efekt był jasny: strona widoczna wysoko w Google. Sprawdź, czy Twój produkt edukacyjny oferuje konkretną zmianę. Jaka to zmiana?

Zbuduj spójną ścieżkę edukacyjną, bo produkty, które tworzysz, powinny składać się w logiczny ciąg i prowadzić do rozwoju. Co to znaczy? To, że jedna rzecz prowadzi do kolejnej, a Twój klient wie, jaki będzie jego następny krok. Po e-booku o WordPressie, naturalnym krokiem dla moich kursantek było zajęcie się SEO, następnie tworzenie sklepów online, a na końcu sprzedaż swoich produktów. Sprawdź, czy Twój produkt wpisuje się w szerszą strategię, czy jest to tylko pojedyncza kropka bez dalszego ciągu. Zastanów się, jak możesz poukładać kolejne produkty w logiczną całość.

Jeśli chodzi o mnie, od początku wiedziałam, że chcę wspierać kobiety, które pragną zmiany zawodowej lub chcą zostać dłużej z dziećmi po porodzie, lub mają pomysł na biznes, ale ograniczony budżet.

To pozwoliło mi od razu dostosować język, komunikację, a także styl i formę moich produktów do tej konkretnej grupy odbiorców. Dzięki temu kobiety, takie jak Marta Woźna, mogły z sukcesem wdrażać wiedzę i osiągać niesamowite wyniki finansowe. Określ dokładnie, kto jest Twoim odbiorcą i jakie są jego problemy, dzięki temu dużo łatwiej będzie Ci stworzyć produkty, które odpowiadają na jego potrzeby.

Nie zamykaj się w swojej głowie z własnymi pomysłami. Twoja oferta edukacyjna powinna być odpowiedzią na realne potrzeby. Jeśli coś wydaje Ci się genialnym pomysłem, sprawdź go wcześniej, rozmawiaj z potencjalnymi kursantami, pytaj ich o opinię, testuj swoje pomysły. Dopiero wtedy masz pewność, że stworzysz coś, co jest naprawdę potrzebne.

Stwórz produkt, który też zechcesz kupić. Jednym z moich najważniejszych kryteriów tworzenia produktu jest to, czy ja sama chciałabym z niego skorzystać. Tworzę coś, co sama chciałabym mieć. Dzięki temu wiem, że produkt będzie spełniał oczekiwania klientów, bo spełnia też moje oczekiwania jako użytkowniczki.

Nie bój się zmieniać, dopracowywać i modyfikować produkty, które stwo-

rzyłaś. Świat się zmienia, potrzeby się zmieniają, a Ty musisz za nimi nadążyć. Nawet moja pierwsza książka [Bądź online](#) to dzisiaj zupełnie inna publikacja niż pierwotny e-book [Strona WWW w 30 dni](#). Dlaczego? Bo ciągle słucham kursantek, aktualizuję wiedzę i rozwijam swoje produkty. Nie bój się zmiany i rozwoju, one działają na Twoją korzyść.

Dzięki takiemu podejściu – od pasji do strategii – zaczniesz działać nie tylko z entuzjazmem, ale przede wszystkim ze świadomym celem. Wiesz, dokąd zmierzasz, wiesz, dlaczego to robisz, a Twoja oferta edukacyjna staje się spójna, sensowna i przemyślana. I właśnie tego życzę Ci z całego serca, żeby Twoje produkty edukacyjne stanowiły nie tylko źródło dochodu, ale przede wszystkim były źródłem ogromnej satysfakcji i spełnienia, zarówno dla Ciebie, jak i dla tych, którym pomagasz.

Jak o mało co nie zostałam fotografką...

Pomysł na mój pierwszy kurs przyszedł do mnie sam. Nie planowałam tego, nie siedziałam z kartką papieru ani nie analizowałam rynku. Po prostu kobiety pisały do mnie z pytaniami o strony WWW. Wtedy nawet nie przyszło mi do głowy, że odpowiedź na te

pytania stanie się początkiem mojego biznesu edukacyjnego. Właściwie pierwsze doświadczenia ze stronami internetowymi miałam już w podstawówce, miałam 9 lat, kiedy zupełnym przypadkiem odkryłam HTML-a. Zapisalam wtedy plik z Worda do formatu HTML, a gdy otworzyłam go w notatniku, zauważyłam, że to ma sens. Pojawiła się fascynacja, która zapoczątkowała moją drogę.

W gimnazjum świadomie już publikowałam swoje pierwsze strony WWW w internecie. Strony internetowe towarzyszyły mi od zawsze, ale nie oznaczało to, że była to oczywista ścieżka zawodowa. Na początku, kiedy zaczynałam prowadzić własny biznes, byłam jak ośmiornica, robiłam dosłownie wszystko. W poniedziałki zajmowałam się fotografią, we wtorki tworzyłam strony internetowe, w środy gotowałam i prowadziłam bloga kulinarnego *Skosztuj to!*, grałam też w zespole rockowym na drugiej gitarze, w czwartki szydełkowałam, a w piątki siadałam i zastanawiałam się, o co w tym wszystkim chodzi. Miałam wiele zainteresowań: robiłam zdjęcia ślubne, zdobyłam nawet tytuł mistrzyni Gnieźnieńskiej Akademii Fotografii Amatorskiej, projektowałam logotypy dla firm, szydełkowałam i sprzedawałam swoje wyroby na Etsy. Rozważałam nawet studia z biochemii lub fizyki technicznej.

Stworzenie marki Jestem Interaktywna zmieniło wszystko. Nie chciałam już łapać dziesięciu srok za ogon. To był moment, kiedy postanowiłam się skupić i zacząć działać świadomie. Zdecydowałam, że poświęcę się stonom internetowym, WordPressowi i edukacji technologicznej kobiet, co wynikało bezpośrednio z realnych potrzeb osób, które zwracały się do mnie po pomoc. Wtedy też uświadomiłam sobie coś bardzo ważnego: nie wszystko, co robimy, musi być robione na poważnie i przynosić dochód. Niektóre pasje można zachować tylko dla siebie, oddawać im się bez presji, bez próby monetyzacji.

Okazało się, że skupienie się na jednym konkretnym obszarze przyniosło mi wymierne efekty finansowe i satysfakcję. Ale nie pozbyłam się innych pasji, nadal gotuję dla rodziny, robię zdjęcia na własne potrzeby, szydełkuję dla relaksu. To ważna lekcja – czasem mniej naprawdę znaczy więcej. A co, jeśli pomysł nie przychodzi sam? Jeśli interesujesz się wieloma dziedzinami albo nie masz pewności, który temat to „ten jedyny” – nie martw się. Są różne metody, które pomogą Ci znaleźć idealny temat na produkt edukacyjny.

Zacznij od siebie: co sprawia, że Twoje serce bije szybciej? Co robisz nawet wtedy, kiedy nie musisz?

Często najbardziej trafione produkty wynikają właśnie z osobistych zainteresowań lub konieczności rozwiązania własnego problemu, który potem pomaga się rozwiązać innym.

Sprawdź pytania od społeczności czy bliskich. Przejrzenie własnych mediów społecznościowych, bloga czy e-maili od odbiorców często wskazuje wyraźnie, czego ludzie szukają. W moim przypadku były to właśnie pytania o strony WWW.

Skorzystaj z badania talentów Gallupa. Jak mówiła Asia Grzywacz podczas konferencji – talenty są świetnym filtrem dla pomysłów na biznes. Gdy poznałam swoje talenty Gallupa, a są to: ukierunkowanie, uczenie się, odpowiedzialność, dyscyplina i spójność, zrozumiałam, dlaczego akurat WordPress i edukacja online tak bardzo ze mną rezonują. Dzięki talentom zaczęłam działać jeszcze bardziej świadomie, wykorzystując swoje predyspozycje do projektowania kolejnych produktów edukacyjnych.

Zrób analizę rynku. Nawet jeśli brzmi niezachęcająco, nie warto tego etapu pomijać. Sprawdzenie, czego brakuje na rynku albo co konkurencja robi źle, może być świetnym punktem wyjścia. Ważne jednak, by nie kopiować tego, co już istnieje, a raczej znaleźć lukę i wypełnić ją własną unikalną perspektywą.

Wypróbuj metodę *Design Thinking*. Możesz podejść do tematu w sposób kreatywny i zorganizować warsztaty lub burzę mózgów z przyszłymi odbiorcami. W następnym dziale I (Interakcja i doświadczenie) dowiesz się więcej o tej metodzie.

Eksperymentuj. Nie zawsze pierwszy pomysł będzie strzałem w dziesiątkę. Czasami warto po prostu zacząć od jednego produktu, nawet małego, i sprawdzić, jak jest odbierany. Jeśli coś nie zadziała, można zrobić pivot (czy mnie też bawi to słowo po jednym z odcinków *Friendsów?*), dostosować się i szukać dalej. W końcu mój pierwszy e-book wyewoluował później w książkę *Bądź online*, a kolejne produkty wynikały bezpośrednio z potrzeb społeczności.

Odpowiadaj na frustrację. Coś, co szczególnie irytuje, przeszkadza, to bardzo często genialny pomysł na produkt edukacyjny. Ludzie chętnie płacą za rozwiązania, które oszczędzają czas, nerwy i energię.

Czasami pomysł na produkt edukacyjny nie wynika z analizy rynku, burzy mózgów czy planowania przy biurku. Czasami po prostu... przychodzi sam. I czujemy, że całe nasze dotychczasowe doświadczenia prowadziły właśnie do tego momentu.

Tak było w przypadku Karoliny Hyjek, która w 2024 roku odebrała statuetkę na Gali Kursory Roku za swój kurs online. Niedawno napisała mi, że właśnie przebiła pół miliona złotych przychodu ze swoich produktów edukacyjnych, co kwalifikuje ją do otrzymania srebrnego medalu za wyniki finansowe, jaki przyznawany jest klientkom Interaktywnej Akademii WordPressa. Oto, jak narodziła się jej Akademia Snu Dziecka, flagowy produkt Karoliny:

Jak zmęczenie, bunt i fotelik samochodowy pod sufitem doprowadziły mnie do własnego biznesu online?

Pamiętam to tak: mój syn ma zaledwie tydzień, a mój partner buja go wieczorami w foteliku samochodowym... pod sam sufit. Serio. Dziecko płacze, bo nie może zasnąć, ja płaczę, bo czuję zmęczenie i bezsilność, i tak dzień w dzień. Byłam na granicy wytrzymałości.

Tak minął mi pierwszy miesiąc macierzyństwa. Wolałabym go wymazać z pamięci. Ale to właśnie wtedy wykiełkował we mnie temat snu dzieci. Zaczęłam go zgłębiać, najpierw dla siebie. Uczyłam się z zagranicznych źródeł, bo w Polsce nikt o tym nie mówił w sposób, który byłby bliski moim wartościom. Kiedy urodziła się moja córka, wiedziałam, że tym razem będę postępować po swojemu.

Efekty były nie tylko lepsze niż się spodziewałam, ale wręcz rewolucyjne.

Dziecko było wyspane. Nastąpił spokojny wieczór. Miałam czas dla siebie. I coraz więcej koleżanek, które pisały z pytaniem: „Jak ty to zrobiłaś?”.

Zaczęłam więc pomagać innym mamom. Tym, których dzieci budziły się z drzemek po 30-40 minutach albo które musiały usypiać dziecko i leżeć przy nim do rana. Bez czasu dla siebie, męża czy na ogarnięcie obiadu. Z początku robiłam to zupełnie po cichu – nie miałam konta na Instagramie, żadnego fanpage’a. Miałam tylko prywatne konto na Facebooku i w pewnym momencie jedną opinię, która zmieniła wszystko. Napisała ją mama, której pomogłam. Dwa tygodnie po naszym spotkaniu, pierwszy raz od miesięcy, zostawiła dziecko wieczorem z mężem i... wyszła na samotny spacer. Napisała, że uratowałam jej macierzyństwo. Pamiętam, że wtedy się popłakałam. I poczułam, że to ma sens. Ja naprawdę mogę coś zmienić.

Postanowiłam edukować o śnie dzieci. E-learning i praca online były dla mnie oczywistym wyborem – niski próg wejścia, elastyczność, brak konieczności szukania biura. Bym mogła zacząć, wystarczyły komputer, pobudka o 5 rano i drzemka córki w tle. Z czasem zaczęłam prowadzić szkolenia, pierwsze kursy online, nagrania, webinary. I choć początki bywały trudne, dzieci chorowały, kampanie się nakładały, koszty rosły, nigdy nie żałowałam. Nigdy też nie dokładałam do interesu.

A dziś? Dziś słyszę od mam: „Uratowałaś moje małżeństwo”, „W końcu cieszę się swoim macierzyństwem”, „Mam czas dla siebie, partnera i starszego dziecka”. Zdarza się, że klientki wracają co kilka miesięcy, bo coś się zmienia w ich codzienności, dziecko idzie do żłobka, rodzi się drugie, pojawia się regres snu.

Wracają, bo czują, że jestem dla nich jak ramię, na którym można się oprzeć. Znają moje wartości i misję: ja wierzę w to, że wyspana mama to szczęśliwa mama.

A szczęśliwa mama to szczęśliwe dziecko. I szczęśliwszy świat. I ta wiara jest fundamentem mojego biznesu.

Warto pamiętać, że idealny temat na produkt edukacyjny jest najczęściej efektem skrzyżowania tego, co naprawdę lubimy i umiemy robić, tego, czego potrzebuje rynek, oraz tego, co wynika bezpośrednio z naszych wartości i talentów. A kiedy już taki temat znajdzie się w zasięgu ręki, wystarczy zrobić pierwszy krok.

Czy mała społeczność to atut?

Bardzo często słyszę od kobiet, które przychodzą do mnie po wsparcie, że chcą zacząć coś nowego, ale wciąż czekają na „idealny moment”. Mo-

ment, gdy zbudują dużą społeczność, zyskają mnóstwo obserwujących, zdołają odpowiedni budżet na reklamę i jeszcze trochę dodatkowego czasu.

To się praktycznie nigdy nie zdarza. Tak naprawdę najlepszy moment, by zacząć tworzyć i sprzedawać produkty edukacyjne online, jest właśnie tu i teraz, z tym, co masz.

Jakiś czas temu wybrałam się na koncert Pink na Stadionie Narodowym. Ponad 50 tysięcy osób na jednym stadionie to robi ogromne wrażenie, prawda? Stadion był wypełniony po brzegi. Po koncercie organizatorzy musieli zamknąć cały most Poniatowskiego na kilka godzin, żeby taka masa ludzi mogła bezpiecznie wrócić do domów czy hoteli. Wyobrażasz sobie ten tłum? Dopiero kiedy widzisz skalę, rozumiesz, jak wielkie są to liczby.

W biznesie online często bagatelizujemy mniejsze liczby. Myślimy: „Ach, mam tylko 200 obserwujących. Kto w ogóle kupi mój kurs?”.

A przecież 200 osób to kilka pełnych autobusów. To sala konferencyjna. To tłum, który stoi przed Tobą, patrzy i czeka, aż powiesz coś wartościowego. Nagle te „małe liczby” stają się całkiem duże, prawda?

Zaczynanie od mniejszych liczb nie tylko zdejmuje z Ciebie ogromną presję, ale pozwala Ci działać spokojniej, z większą lekkością. Kiedy masz mniejszą społeczność, łatwiej Ci budować głębsze relacje, poznać potrzeby Twoich odbiorców i dostosować ofertę idealnie pod ich problemy i marzenia. Zaczynasz od rozmów, od wiadomości prywatnych, od tego, że naprawdę słuchasz ludzi. I wtedy tworzenie produktów edukacyjnych staje się przyjemnością, a nie ciężarem.

Dla mnie początki wyglądały bardzo podobnie. Kiedy zaczynałam moją działalność online, moja społeczność nie była liczna. Na pierwszy webinar przyszło 12 osób, wśród nich był mój mąż, moja mama i dwa urządzenia, na których testowałam transmisję. Nie miałam tysięcy obserwujących, nie dysponowałam dużym budżetem na reklamy. Ale zdecydowałam się wystartować z tym, co miałam, tu i teraz. A miałam 200 złotych na korektę pierwszego e-booka. Nie czekałam na idealny moment, bo gdybym to zrobiła, być może nadal bym czekała.

Każdy, nawet największy biznes online, zaczyna się od kilku osób, które zaufały i zdecydowały się na pierwszy zakup. Właśnie dlatego warto docenić tę społeczność, którą już masz. Każda wielka społeczność zaczyna się od pierwszego człowieka. Dzięki podej-

ściu „zaczynam z tym, co mam”, moje kursantki w Interaktywnej Akademii WordPressa osiągają spektakularne wyniki. W Gablocie Chwały Akademii regularnie pojawiają się historie kobiet, które na początku miały naprawdę niewielką grupę odbiorców, a dziś, dzięki swojej odwadze, zarabiają imponujące kwoty, rozwijają swoje biznesy online i odbierają medale za wysokie wyniki finansowe. Już znasz Martę i Karolinę, a poznasz ich jeszcze więcej.

Zaczynaj od małych liczb, od garstki ludzi, którzy Cię znają i lubią. Nie obciążaj się od razu wielkimi liczbami, nie porównuj do innych, którzy mają ogromne społeczności. Skup się na tym, co masz – to wystarczy.

Każdy duży sukces zaczyna się od małego kroku, od pierwszej osoby, która w Ciebie uwierzyła. Nie potrzebujesz zamykać całych mostów jak po koncercie Pink, by robić ważne rzeczy, które wpływają na innych ludzi. Potrzebujesz tylko jednego dobrego pomysłu, trochę odwagi i wiary w siebie.

Teraz zwracam się do Ciebie: z czym zaczniesz właśnie dziś? Nie za tydzień, nie za miesiąc, nie za rok, tylko teraz, z tym, co masz. Bo najważniejsze jest to, żeby zacząć. A ja trzymam za Ciebie mocno kciuki.

SUKCESY MOICH KLIENTEK



Absolwentki Interaktywnej Akademii WordPressa odbierające zaświadczenia ukończenia kursu zgodne z wymogami MEN oraz certyfikaty placówki oświatowej Jestem Interaktywna podczas Gali Kursory Roku 2024.



Moje klientki odebrały medale za wyniki finansowe na ponad 16,5 miliona złotych przychodu w biznesach! Zdjęcie pochodzi z pierwszej stacjonarnej Gali Kursory Roku 2023.

Jeśli w Twojej głowie pojawia się właśnie pytanie: „Ale kto mi zechce zapłacić?” – to jesteś w dobrym miejscu. Bo to pytanie zadaje sobie niemal każdy, kto rusza z własnym produktem edukacyjnym.

Na początku, kiedy wydałam mój pierwszy e-book, zdecydowałam się na dość wysoką cenę – 97 złotych. W przedsprzedaży kosztował on około 50 złotych, czyli połowę ceny regularnej.

Taka strategia cenowa miała konkretne uzasadnienie. Planowałam, że nawet podczas największych promocji, takich jak Black Friday, nigdy nie zejść poniżej ceny przedsprzedaży. Chodziło mi o to, by osoby, które mi zaufały jako pierwsze i zainwestowały we mnie swoje środki, zawsze miały poczucie, że były traktowane najuczciwiej.

To nie jest oczywiście jedyna możliwa polityka cenowa. W sklepach z ubraniami powszechna jest strategia: najpierw drogo, potem promocje, wyprzedaże i stopniowe obniżki. W przypadku produktów edukacyjnych, szczególnie cyfrowych, ten model niestety nie działa tak skutecznie. Przez lata wielokrotnie byłam świadkiem sytuacji, kiedy autorzy kursów czy e-booków zapomnieli o pierwotnej

cenie przedsprzedaży i zrobili promocję poniżej tej kwoty. I wtedy okazywało się, że osoby, które były najwierniejszymi klientami, tymi, którzy uwierzyli w produkt na samym początku, często lata wcześniej, zamiast pozostawać największymi ambasadorami marki, stawały się jej najbardziej zaciekłymi krytykami. Bo one pamiętały. I trudno im się dziwić, czuły się po prostu oszukane. Ci, którzy zaufali jako pierwsi, powinni otrzymać najlepszą możliwą ofertę.

Z tego wynika jedna bardzo istotna lekcja: przy określaniu ceny warto zacząć od niższej kwoty i ewentualnie stopniowo ją zwiększać. Jeśli zdecydujesz się na wysoką cenę, może się okazać, że początkowo nikt nie zdecyduje się na zakup i wtedy konieczne będą obniżki, które mogą zniechęcić Twoich najbardziej lojalnych klientów. Nie powinno się również wyceniać zbyt nisko, bo wtedy produkt może być uznany za mniej wartościowy. Trzeba znaleźć taki balans, aby cena była atrakcyjna, ale jednocześnie podkreślała wartość tego, co się oferuje.

Jeśli czytasz tę książkę i masz problem z adekwatną wyceną swoich produktów, napisz do mnie wiadomość na kontakt@olagosciniak.pl o temacie: „Czytam książkę o e-learningu”, w treści wpisz słowo „kalkulatory”, a ja prześlę Ci w odpowiedzi link do kalkulatorów

wyliczenia stawki godzinowej oraz oszacowania ceny swojego produktu.

Paula Niedźwiecka, pedagożka, terapeutka i ekspertka od macierzyństwa, twórczyni marki Pracownia Rodzicielstwo, a także autorka podcastu *Kobieta Pełna Ról*, odebrała statuetkę Podcast Roku podczas Gali Kursory 2024. Jej słowa mogłyby stanowić kompas dla każdej kobiety, która chce działać w edukacji online:

Pierwszym krokiem, jak w większości życiowych sytuacji, jest po prostu decyzja. Wiem z własnego doświadczenia, jak wiele czasu potrafimy zmarnować na rozważanie, czy warto, czy to się uda, czy jestem wystarczająco dobra. Po decyzji trzeba od razu zacząć działać, nawet jeśli sabotujące myśli w głowie podpowiadają coś zupełnie innego.

Motywacja bierze się z działania, a nie odwrotnie. Wewnętrzny krytyk bywa bardzo pracowity i potrafi stworzyć najczarniejsze scenariusze. Ale nasz mózg działa właśnie w ten sposób – stara się chronić nasze życie i zdrowie, dlatego warto wiedzieć, że takie sabotujące myśli są całkowicie normalne. Kiedy już to wiemy, możemy świadomie zacząć działać.

Dla mnie podstawą w budowaniu marki osobistej jest codzienny trening w docenianiu siebie oraz wzmacnianiu

poczucia własnej wartości. Widoczność oznacza zaufanie, a to z kolei otwiera większe możliwości.

Ważne jest pokazywanie się nie tylko w roli „nauczycielki”, ale jako prawdziwej liderki. Myślę, że w kobiecych społecznościach zawiera się ogromna siła, wsparcie innych kobiet daje niesamowitego powera. Twórzcie więc mastermindy, grupy wsparcia, organizujcie wspólne kursy lub konferencje.

Ważne jest także to, żeby nauczyć się mówić o pieniądzach i uczciwie wyceniać swoją pracę. Kobiety częściej niż mężczyźni zaniżają ceny, bo bardziej skupiają się na pomaganiu niż na aspektach finansowych. Korzystajcie z narzędzi do kalkulacji ceny kursu, godzin pracy czy kosztów, a płatności przyjmujcie z pewnością siebie i bez tłumaczenia się.

Kluczowe jest też delegowanie zadań. Kobiety mają tendencję do robienia wszystkiego same, nawet kiedy przekracza to ich realne możliwości. Oddawajcie montaż wideo, obsługę klienta czy tworzenie grafik w ręce innych. I ostatnia rada: inspirujcie się innymi kobietami. Obserwujcie kobiety sukcesu w edukacji online, uczestniczcie w wydarzeniach branżowych (zarówno online jak i offline), bo tam znajdziecie inspirację, która pozwoli wam rozwijać własne działania edukacyjne online.

JAK OKREŚLIĆ SWOJĄ WIZJĘ, MISJĘ I WARTOŚCI

ZACZNIJ OD SWOJEGO „DLACZEGO”

Zapisz na kartce, dlaczego robisz to, co robisz. Jakie są Twoje głębokie motywacje i co jest dla Ciebie najważniejsze? Zadaj sobie pytanie: Dlaczego właśnie ta forma pracy (kursy, e-booki, webinary) mnie przyciąga? Co chcesz zmienić w świecie? Jaką wartość chcesz dostarczyć swoim klientom?

OKREŚL SWOJĄ WIZJĘ

- Wyobraź sobie swój biznes za 5 lat. Jak chcesz, by wyglądał?
- Jaki wpływ chcesz mieć na świat i na życie innych ludzi?
- Jakie efekty chciałabyś zobaczyć w życiu swoich klientów?

SPRECYZUJ SWOJĄ MISJĘ

Twoja misja to obietnica, którą składasz swoim klientom. Jak brzmi Twoja? Jak dokładnie pomagasz innym? Jakie problemy rozwiązujesz? Zapisz swoją misję w jednym zdaniu. Wracaj do niej zawsze, gdy będziesz podejmować trudne decyzje.

NAZWIJ SWOJE KLUCZOWE WARTOŚCI

Zapisz 3-5 wartości, którymi kierujesz się w życiu i w pracy. Mogą to być np.: autentyczność, wsparcie, rozwój, profesjonalizm, empatia, uczciwość. Jakie wartości muszą mieć Twoi klienci, by z Tobą rezonować? Pamiętaj, że wartości pomagają Ci podejmować decyzje, wybierać odpowiednich klientów, partnerów i projekty.

KOMUNIKACJA WIZJI, MISJI I WARTOŚCI

Wykorzystuj wizję, misję i wartości w swojej komunikacji. Umieść je na stronie, w newsletterze, postach i podczas webinarów. Opowiadaj historie związane z Twoją misją, które pokazują realne przykłady jej realizacji. Upewnij się, że Twoje działania są spójne z tym, co deklarujesz. Ludzie szybko wyczuwają, kiedy jest inaczej.

WERYFIKACJA I AKTUALIZACJA

Regularnie wracaj do swojej wizji, misji i wartości. Raz na kwartał zrób sobie szybki audyt i sprawdź, czy nadal z Tobą rezonują. Twoja wizja i misja mogą się zmieniać wraz z Twoim rozwojem. Nie bój się ich aktualizować.

Metody MVP, VPC i CCD

Gdy dowiedziałam się, że na MIT (tak, [tym](#) MIT!) mogę zrobić darmowy kurs online o tworzeniu produktów i usług (MITx: Product and Service Creation in the Internet Age), skakałam z radości. Oczywiście skakałam po cichu, bo to był poranek i wszyscy jeszcze spali. Ale naprawdę uwielbiam się uczyć, a wszystko, co związane z e-learningiem, to moja pasja. Pewnie to zasługa mojego talentu Learner z TOP 5 Gallupa. Dlatego nie mogłam przegapić okazji, by połączyć pasję z możliwością zdobywania wiedzy na jednej z najbardziej prestiżowych uczelni świata.

W tym rozdziale podzielę się trzema kluczowymi koncepcjami z kursu, które świetnie sprawdzają się przy tworzeniu produktów edukacyjnych. Sama stosuję je od lat, ale w kursie pokazano je w wyjątkowo przystępny sposób. Zatem ruszamy!

Pewnie kojarzysz taki moment, gdy wpada Ci do głowy świetny pomysł na produkt. Często towarzyszy temu tak silna ekscytacja, że od razu zaczynasz tworzyć coś ogromnego, kompletnego, perfekcyjnego... a potem okazuje się, że nikt tego nie potrzebuje albo potrzebuje czegoś trochę innego. Wykorzystaj założenia iteracyjnego

procesu tworzenia produktów. Wypuść na rynek MVP (Minimum Viable Product), czyli najmniejszą możliwą wersję swojego produktu. Po co? Żeby szybko zebrać feedback i dowiedzieć się, co naprawdę jest potrzebne użytkownikom. Możliwe również, że mniejszy i tańszy produkt kupi więcej osób.

Przykład? Gdy wypuszczałam swój pierwszy e-book [Strona WWW w 30 dni](#), nie miałam kompletnie nic, nawet gotowego materiału. Był tylko pomysł i kilka punktów, które chciałam zawrzeć w produkcie. Feedback, który otrzymałam od kupujących, pozwolił mi szybko dopracować treść, dostosować się do realnych potrzeb, stworzyć coś, co naprawdę odpowiadało na problemy kobiet szukających elastycznej pracy w domu. Iteracyjność to coś, co naprawdę działa, zaczynasz od czegoś małego, słuchasz odbiorców, rozwijasz, poprawiasz i dopiero wtedy skalujesz. I tak po dwóch latach e-book zmienił się w książkę [Bądź online](#), którą wydałam w self-publishingu.

Value Proposition Canvas brzmi poważnie, ale to narzędzie jest proste i genialne. To mapa propozycji wartości. VPC pomaga dopasować to, co oferujesz, do tego, czego naprawdę potrzebują Twoi odbiorcy. Jak to wygląda w praktyce? To diagram podzielony na dwie części: po jednej stronie

są Twoi użytkownicy (ich potrzeby, problemy i oczekiwania), a po drugiej Twoje rozwiązania (produkty, usługi, funkcje, które im dostarczasz). Kiedy te dwa elementy się zazębiają – masz produkt, który trafia w punkt. Jest jak puzzle, które doskonale pasują do oczekiwań użytkowników.

Podam Ci przykład z mojej działalności. Gdy zaczęłam dostawać wiadomości od kobiet, które chciały tworzyć swoje strony WWW, ale nie miały pieniędzy na zlecenie tego komuś innemu, to ich potrzeby i problemy można by było zapisać w jednej części VPC. Wtedy postanowiłam zaoferować im dokładne instrukcje, jak zrobić stronę samodzielnie i jak pozycjonować ją w Google, by zarabiała sama na sobie. W wyniku tego powstał mój kurs online oraz e-book o tworzeniu stron WWW, idealnie dopasowany do konkretnych potrzeb tej grupy. To rozwiązania, które pojawiłyby się po drugiej stronie VPC. Dzięki temu oferowałam realną wartość, za którą ludzie byli gotowi zapłacić, bo trafiałam dokładnie w punkt, a raczej perfekcyjnie złożyłam puzzle.

A teraz czas na CCD (Customer-Centric Design). To podejście, które przypomina o najważniejszym: nie tworzysz produktu dla siebie. Tworzysz go dla osoby po drugiej stronie, takiej, która ma konkretny problem, pyta-

nie, marzenie do zrealizowania. To, że Tobie podoba się Twój produkt, to za mało. Ma pomagać innym, ułatwiać im życie, rozwiązywać ich problemy. I to tak, żeby powiedzieli: „Tego właśnie mi było trzeba!”. Co to znaczy w praktyce? Pytać. Słuchać. Obserwować. Zanim jeszcze zaczniesz tworzyć i już w trakcie.

Feedback to nie wisienka na torcie. To jego składnik główny. Twoi odbiorcy naprawdę wiedzą, czego potrzebują, trzeba im tylko dać możliwość, żeby to powiedzieli.

W Akademii WordPressa od początku to właśnie pytania i problemy kursantek wyznaczały mi kierunek. Forum dyskusyjne działające codziennie, rozmowy, wiadomości – to z nich powstają nowe materiały, aktualizacje, lekcje. Bo najlepsze produkty nie powstają w próżni. Powstają z relacji.

Przykład? Agnieszka Pojda, CEO marki Worqassist, dzięki realizacji kursu WooCommerce z Akademii pomogła innym wystartować z ich kursami online. Sama wygenerowała ponad 100 tysięcy złotych przychodu, a przy okazji spełniła marzenie o pracy, która naprawdę daje jej satysfakcję. Taka właśnie jest moc dobrze zaprojektowanego produktu czy usługi, które prowadzą do zmiany.

Od początku to klient był dla mnie kompasem. Gdy wchodziłam do świata online, nie miałam gotowej strategii. Byłam kursantką, kupującą e-booki, osobą, która chłonęła wiedzę i od razu wdrażała ją w praktyce. Zaczęłam wspierać innych jako wirtualna asystentka, ekspertka od zaplecza i od codziennych działań. Już wtedy wiedziałam, że dobra usługa to nie tylko wykonanie zadań, to też relacja.

W grudniu 2020 roku zaczęłam współpracę z Olą Gościńską. Nietypowa sytuacja, bo ona mogła pracować tylko godzinę dziennie i to rano. Dla wielu byłby to problem, ja potraktowałam to jako punkt wyjścia. W każdy poniedziałek punktualnie o 8 rano siadałyśmy do rozmowy. Określałyśmy priorytety, plan oraz działanie, a wszystko bez presji i bez dodatkowych narzędzi, aby dostosować je do rytmu klientki.

Customer Centric Design to dla mnie nie jest puste hasło, tylko codzienna praktyka. Wskakuję w styl pracy klienta, a nie odwrotnie. Wystarczy, że obserwuję, pytam, słucham i czytam między wierszami. Wtedy mogę stworzyć przestrzeń, która naprawdę wspiera.

Dobra współpraca nie polega na tym, że klient się dopasowuje. Tylko na tym, że czuje się zrozumiany i bezpieczny. I właśnie wtedy może skupić się na tym, co robi najlepiej.

Na kursie MIT uświadomiłam sobie, że to, co robiłam intuicyjnie, ma swoje metody, nazwy i strukturę. I że kiedy naprawdę projektujesz z myślą o użytkowniku, produkt nie tylko lepiej działa i lepiej się sprzedaje. On zmienia życie.

Mam nadzieję, że ten rozdział skłoni Cię do spojrzenia na swoje produkty nie jak na zbiory lekcji, ale jak na mosty. Między punktem A a B. Między frustracją a zmianą. Między marzeniem a jego realizacją. Trzymam kciuki! I lecimy dalej.

Sprzedam wiedzę i z głowy...?

Znaczenie słowa „odpowiedzialność” od zawsze było mi bliskie. Kiedy kilka lat temu zrobiłam test Gallupa i zobaczyłam je w swoich top 5 talentów, nie zdziwiło mnie to ani trochę. Wiedziałam, że to wartość, która mnie prowadzi od lat w życiu i w biznesie. Odpowiedzialność rozumiem jako uważność, troskę, dbanie o innych i świadomość, że nasze decyzje mają realny wpływ na czyjeś życie.

W e-learningu, w kursach i produktach edukacyjnych, które tworzę, odpowiedzialność nie kończy się na poczuciu, że „sprzedałam wiedzę, mam temat z głowy”.

To dopiero początek, bo każda osoba, która kupuje kurs WordPressa albo dołącza do Paczki Girlbosskich, obdarza mnie zaufaniem. Inwestuje pieniądze, ale przede wszystkim swój czas i energię. Dlatego traktuję to poważnie. Bardzo poważnie.

Dla mnie odpowiedzialność w edukacji online to coś więcej niż stworzenie kursu. To realna zmiana w życiu kursantek. Nie chodzi o samo „przerobienie materiału”. Chodzi o efekty, o ruch do przodu, o moment, w którym coś kliknie i zaczyna działać.

Konieczna jest do tego aktualna i dopasowana wiedza, bo świat WordPressa zmienia się dynamicznie, dlatego regularnie aktualizuję materiały. Dbam o różnorodność form i tempa nauki, bo każda z nas uczy się inaczej. Jestem szczerą: nie obiecuję cudów, tylko jasno komunikuję, co zawiera się w kursie, ile czasu potrzeba na jego realizację, co może okazać się trudne. Odpowiedzialność to także obecność po zakupie. Nie znikam, tylko wspieram kursantki na każdym kroku. I wreszcie to feedback, który traktuję poważnie, bo dzięki niemu ciągle poprawiam to, co nie działa, i wzmacniam to, co już się sprawdza. Odpowiedzialność widać w moich codziennych działaniach. Wyrastają z niej trzy filary mojego biznesu: wiedza, wsparcie i wdzięczność.

Wiedza, bo bez niej nic się nie zbuduje. Od zawsze dzieliłam się tym, co umiem. Najpierw jako freelancerka, potem jako autorka kursów, książek, e-booków, webinarów. Wiedza to fundament. Ale musi być praktyczna, aktualna, możliwa do wdrożenia. I to właśnie staram się dostarczać.

Wsparcie, bo każdy z nas czasem potrzebuje pomocnej ręki. Kiedyś sama pomagałam mamom w stawianiu pierwszych stron, bo wiedziałam, jak to może zmienić życie. Dziś ta idea przerodziła się w społeczność Akademii WP i w Gablotę Chwały. Wsparcie nie kończy się na kursie, tylko trwa, bo rozwój to proces.

Wdzięczność, bo to ona spina wszystko klamrą. Jestem wdzięczna za każdą osobę, która mi zaufała. I chcę to okazywać bonusami, nagrodami, spotkaniami, drobnymi gestami. Ale też poprzez uczenie, jak odczuwać wdzięczność. Bo warto doceniać drogę, a nie tylko gonić za kolejnym króliczkiem.

Dlatego co roku w grudniu w Poznaniu na Gali Kursory Roku wręczam statuetki za osiągnięcia oraz medale za wyniki finansowe, aby nauczyć innych, że warto poklepać się po ramieniu i celebrować swoje sukcesy. Dla tych, którzy siedzą na widowni to też cenna lekcja wdzięczności oraz inspiracja.

Wiedza, wsparcie i wdzięczność przenikają każdą część mojego biznesu. Dzięki nim działa on z sensem, jest autentyczny i ma prawdziwy wpływ na życie. I właśnie dlatego codziennie mam ochotę robić to, co robię.

WWW za 97 czy za 2500 złotych?

Warto uświadomić sobie, czym naprawdę jest wartość w kontekście produktów edukacyjnych. To nie sama treść, liczba modułów czy czas trwania kursu, tylko rzeczywista zmiana, którą osiągnie osoba korzystająca z materiałów. To korzyści, które upraszczają codzienność, rozwiązują realne problemy, pozwalają zaoszczędzić czas lub pieniądze czy osiągnąć konkretne cele.

W moim przypadku wartością był konkretny efekt: osoba, która kupowała mój pierwszy e-book *Strona WWW w 30 dni*, mogła samodzielnie stworzyć swoją pierwszą stronę internetową za 97 złotych, zamiast płacić komuś co najmniej 2500 złotych.

To była wartość produktu, która przekładała się na oszczędności i poczucie niezależności. Ale jak to pokazać innym? Jak przekonać osoby, które rozważają zakup Twojego kursu czy e-booka, że warto?

Wyraźnie komunikuj efekty. Ludzie kupują produkty online nie dlatego, że chcą je „przerobić”, ale dlatego, że chcą osiągnąć określony efekt. W przypadku Interaktywnej Akademii WordPressa nie sprzedaję tylko wiedzy technicznej, sprzedaję możliwość stworzenia profesjonalnej strony internetowej, która przyciąga klientów, zwiększa dochody i daje poczucie niezależności.

Uczestnicy otrzymują gotową strukturę kursu, lekcje wideo, checklisty, PDF-y, zadania oraz webinary na żywo, które gwarantują praktyczne wsparcie. Dzięki temu osoby korzystające z Akademii mogą samodzielnie postawić stronę lub sklep WooCommerce, co zapewnia realną transformację. Agnieszka Werecha-Osińska, fotografa, po moim kursie WordPressa stworzyła własny sklep online, co pozwoliło jej szybko rozpocząć sprzedaż kursów fotograficznych. Od tamtej pory wygenerowała ponad 500 tysięcy złotych przychodu na swojej działalności. Oto kilka słów od Agi:

Zdarzało się, że moje odbiorczynie mówiły: „nie stać nas na indywidualne sesje, ale chcemy się tego nauczyć.” Tak powstał pierwszy kurs flat lay, a później kurs fotografii produktowej. To był sposób, by za mniejszą cenę dać im wiedzę, a one zamiast pieniędzmi mogły zapłacić swoim czasem.

Używaj historii innych osób. Case studies są niezwykle wartościowe. Ludzie wierzą ludziom, dlatego historie osób, które skorzystały z produktu i osiągnęły sukces, najlepiej komunikują wartość. W Akademii WordPressa stworzyłam specjalną sekcję o nazwie Gablota Chwały, gdzie prezentuję sukcesy moich kursantów i kursantek. Nie po to, by się chwalić. Po to, by pokazać, że to działa. Marta Woźna, fotografka, która dzięki webinarom zebrała wkład własny na dom, czy Klaudia Łapa, która dzięki wiedzy z kursów WordPressa zbudowała biznes online przynoszący przychód przekraczający milion złotych – między innymi ich historie są dowodem na realną wartość kursów.

Jasno określ, komu produkt pomoże. Nie każdy produkt jest dla wszystkich i to jest absolutnie okej. Jasno komunikuję, że Akademia WordPressa jest dla osób, które chcą samodzielnie stworzyć stronę WWW lub sklep Woocommerce, bez programisty, oraz dla freelancerów chcących świadczyć takie usługi w przyszłości. To sprecyzowanie niszy sprawia, że osoby z określonymi potrzebami natychmiast odnajdują w Akademii wartość.

Twórz jasną i atrakcyjną komunikację. Mówiąc o wartości, warto wyliczyć konkretne korzyści. W Akademii WordPressa używam zasady: „jedna

cecha = jedna korzyść”. Jeśli kurs zawiera lekcje wideo i workbooki, wyjaśniam jasno, że dzięki nim uczestnik nabywa nie tylko wiedzę teoretyczną, ale zyskuje też konkretne narzędzia do samodzielnej pracy i szybkiego wdrożenia zmian na stronie. To jest ogromna wartość.

Jak podkreśla Joanna Barska, ekspertka psychologii sprzedaży i prelegentka podczas mojej konferencji online [*E-learning. Zarabiaj na wiedzy!*](#), kluczem do skutecznej komunikacji jest skierowanie uwagi klienta na realne korzyści, jakie odniesie dzięki produktowi, a nie tylko skupianie się na jego technicznych cechach.

Unikaj ogólników, używaj konkretnych przykładów. Zamiast pisać, że kurs pomoże zwiększyć ruch na stronie, warto podać konkretne przykłady klientów, którzy po ukończeniu Akademii WordPressa zwiększyli ruch o konkretne punkty procentowe lub wygenerowali określone przychody. Konkretnie jest tym, co naprawdę sprzedaje.

Asia Grzywacz, ekspertka talentów Gallupa podczas mojej konferencji powiedziała: „Ludzie nie przychodzą do Ciebie dla tego, co robisz. Przychodzą, bo wiedzą, dlaczego to robisz, i to rezonuje z ich własnym dlaczego.” Jasno komunikuj swoje „dlaczego” w przekazie sprzedażowym.

CZY KTOŚ ZAPŁACI ZA TWÓJ PRODUKT EDU?

ZAPYTAJ SPOŁECZNOŚĆ

Zrób ankietę, wrzuć pytanie na stories, pogadaj w DM-ach. Bez zgadywania, słuchaj, co naprawdę ich boli.

KONKURENCJA

Zerknij też na konkurencję, nie po to, by kopiować, ale by zobaczyć, co już działa, za ile i dla kogo. To dobry punkt odniesienia.

MAŁA GRUPA

Przetestuj produkt w małej grupie. Daj dostęp kilku osobom i zapytaj: „Zapłaciłbyś za to? Ile?” Feedback z pierwszej ręki bywa bezcenny.

PRZEDSPRZEDAŻ

Wystartuj z przedsprzedażą. Ja tak zrobiłam z pierwszym e-bookiem, sprzedał się, zanim go skończyłam. To był jasny sygnał: to ma sens.

TEST CENY

Niektórzy testują różne ceny, ja nie jestem fanką tej metody, ale jeśli chcesz sprawdzić, co zadziała najlepiej, możesz to rozważyć w kampanii.

PŁACIMY ZA EFEKTY

Ludzie nie płacą za ilość treści. Płacą za wartość, zmianę, efekt. Czy Twój produkt oszczędza czas, rozwiązuje problem, buduje pewność siebie?

DAWAJ NARZĘDZIA

W Akademii WP są nie tylko instrukcje, jak postawić stronę, daję narzędzia do niezależności. To transformacja, którą uczestniczki potrafią wycenić.

WYCENA TO PROCES

Obserwuj, testuj, pytaj. I pamiętaj: rozmawiaj z odbiorcami, bo często to właśnie oni najlepiej odpowiedzą, za co naprawdę warto zapłacić.

RUCH ORGANICZNY

Świetnym sposobem jest sprawdzenie, czy Twój temat już generuje ruch organiczny. Wpisz główne hasła w Google Trends lub narzędzia typu Ubersuggest i zobacz, czy faktycznie ludzie szukają rozwiązań w tej tematyce. Jeśli trend jest rosnący, to mocny sygnał, że warto w to wejść.

WYZWANIE

Zaproponuj miniwyzwanie lub bezpłatny webinar powiązany z tematyką produktu. To sposób na sprawdzenie zainteresowania. Jeśli uczestniczki będą chciały od razu kupić pełny kurs czy e-book masz niezбитy dowód, że temat chwyta i jest gotowość zakupowa.

To, co sprawiło, że pierwsze e-booki, kursy, a później rozbudowana Akademia WordPressa odniosły sukces, to fakt, że od początku oferowały realną transformację, niezależność w świecie online, możliwość stworzenia profesjonalnych miejsc w sieci, które przyciągają klientów i generują stałe dochody. Wszystko zaczyna się od świadomego określenia wartości. Pozostaje jeszcze tylko jasno tę wartość zakomunikować.

Podsumowanie: Gdzie zaczyna się e-learning?

E-learning 5.0 zaczyna się głębiej niż od samej decyzji o stworzeniu kursu. Jego źródłem są misja, wizja oraz wartości, które prowadzą Cię przez proces tworzenia i nadają mu sens. To one sprawiają, że Twoja edukacyjna działalność przestaje być tylko publikowaniem zbioru materiałów, a zaczyna być realnym wsparciem w zmianie, której ktoś naprawdę potrzebuje. W tym rozdziale przyjrzelśmy się fundamentom, które budują siłę produktów edukacyjnych. Jeśli wizja jest niejasna, łatwo się pogubić. Jeśli wartości nie są nazwane, trudniej zbudować zaufanie i więź z odbiorcami.

A właśnie ta więź według mnie sprawia, że edukacja online ma sens i że jest skuteczna, przyjazna i pełna mocy.

W świecie, gdzie treści generuje się w kilka sekund, tym, co przyciąga uwagę i zostaje z odbiorcą na dłużej, nie jest forma, lecz przekaz, który ma znaczenie. Autentyczność nie działa jako hasło marketingowe, ona działa, gdy wypływa z wnętrza, z Twojej historii, historii Twoich klientów i z tego, co chcesz przekazać dalej.

Zastanawialiśmy się wcześniej, jak znaleźć temat kursu, który niesie znaczenie, jak zaplanować sensowną strategię edukacyjną, jak nazwać swoje DLACZEGO i przekuć je w wartość dla innych, oraz jak opowiedzieć o transformacji, jaką Twój produkt edukacyjny może zaoferować. Streściłam Ci historie Marty, Agnieszki i Karoliny, a to są konkretne punkty odniesienia oraz inspiracje, które pomogą Ci zbudować coś trwałego. Nie tylko dla wyników sprzedaży, ale przede wszystkim dla poczucia sensu, jakie daje praca z ludźmi.

Przed Tobą kolejny etap. Interakcja to moment, w którym zaczynasz budować relację z odbiorcą, odpowiadać na jego potrzeby i projektować doświadczenie edukacyjne, które naprawdę działa. A że ten moment bardzo lubię, to tym bardziej cieszę się, że do tego tematu przechodzimy. Zaczynamy kolejny rozdział. Dziękuję, że jesteś tutaj ze mną!

Świetnie Ci idzie!



Karolina Karolczak

Celomania, ekspertka z ponad 24-letnim doświadczeniem w komunikacji i marketingu. Jest absolwentką MBA w Paryżu, wykładowczynią akademicką i trenerką motywacyjną z Międzynarodowym certyfikatem MBCTT oraz akredytacją trenerską Brian Tracy International.

JAK E-LEARNING PRZYSPIESZA REALIZACJĘ CELÓW BIZNESOWYCH?



Inwestowanie w nowe kompetencje przynosi konkretne i wymierne efekty, ale tylko wtedy, gdy wdrażasz wiedzę od razu.

Nie musisz robić wszystkich kursów świata. Wystarczy, że wybierzesz mądrze jeden lub dwa i naprawdę się do nich przyłożysz.

Certyfikaty są jak potwierdzenie, że jesteś osobą, która ciągle się rozwija, a klienci kochają takich ekspertów.

WYZNACZAJ JASNE CELE BIZNESOWE

Określ konkretne cele finansowe, liczbę klientów oraz kluczowe kompetencje do zdobycia. Wybieraj kursy, które nie tylko brzmią ciekawie, ale pozwolą Ci zrealizować konkretne potrzeby.

OGRANICZ LICZBĘ KURSÓW NARAZ

Nie zapisuj się na zbyt wiele kursów naraz. Lepiej wdrażać wiedzę sukcesywnie z jednego lub dwóch kursów niż gromadzić wiedzę bez zastosowania.

REGULARNOŚĆ KLUCZEM DO SUKCESU

Planuj codziennie 30 minut na zdobywanie wiedzy oraz kolejne 30 minut na refleksję biznesową. Wpisuj te działania w kalendarz, aby stały się rutyną.

BUDOWANIE WIARYGODNOŚCI

Certyfikaty i ukończone kursy komunikuj klientom w social mediach, newsletterach i na stronie. Klienci doceniają ekspertów, którzy są na bieżąco z nową wiedzą.

REALNE EFEKTY WDROŻONEJ WIEDZY

Wdrażaj wiedzę natychmiast po ukończeniu kursów, by szybko widzieć rezultaty. Dokumentuj efekty nowych kompetencji: wzrost liczby klientów, większe zarobki, szybszą sprzedaż.

KAROLINA KAROLCZAK

E-learning i realizacja Twoich celów biznesowych

Jaki certyfikat wzniósłby Twoją firmę na inny poziom?

Jakiej kompetencji oczekują Twoi klienci?

Jaka kompetencja jest kluczowa, aby zwiększyć portfolio klientów?



Asia Grzywacz

Ekspertka talentów Gallupa, certyfikowana trenerka Formuły Geniuszu i przedsiębiorczyni z ponad 10-letnim doświadczeniem. Pomaga kobietom dopasować pracę do siebie, odkrywać mocne strony i działać w zgodzie z własnym potencjałem – bez spiny, za to z odwagą i lekkością.

TALENTY, WARTOŚCI I TEMAT KURSU - JAK POŁĄCZYĆ KROPKI?



*Ludzie przychodzą do Ciebie,
bo masz to, czego im brakuje.
Czyli masz talenty, których oni nie
mają.*

*Twoje talenty to twój naturalny
mechanizm działania. Gdy je znasz,
możesz świadomie ich używać.*

*Kiedy znasz swoje talenty, wiesz,
co cię porusza. To właśnie wtedy
wyłania się temat twojego kursu.*

POZNAJ SWOJE TALENTY

Poznaj swoje 5 talentów Gallupa i kluczowe wartości, by tworzyć kursy zgodne z Twoimi mocnymi stronami i misją. Sprawdź, w jakich obszarach pracy są one najbardziej widoczne.

ZNAJDŹ PROBLEMY DO ROZWIĄZANIA

Poszukaj problemów, które naturalnie chcesz rozwiązywać i w których ludzie często proszą Cię o radę. Zastanów się, jaki efekt Twój kurs może przynieść konkretnej osobie, której chcesz pomóc.

ZWERYFIKUJ POMYSŁ

Sprawdź, czy wybrany temat budzi w Tobie pasję i rozwiązuje realny problem Twojej grupy docelowej. Nadaj mu nazwę, która oddaje sedno i przyciąga właściwe osoby.

DOPASUJ ODBIORCÓW

Wybierz grupę, z którą najlepiej Ci się pracuje i której potrzeby są spójne z Twoimi talentami. Skup się na tych, którzy mają silną potrzebę zmiany i są gotowi w nią zainwestować.

UNIKAJ PUŁAPEK

Nie kopiuj cudzych pomysłów, nie ignoruj swoich potrzeb i nie wybieraj tematu tylko dlatego, że dobrze się sprzedaje. Autentyczność w połączeniu z talentami jest Twoim największym wyróżnikiem.

ASIA GRZYWACZ

Jak za pomocą talentów Gallupa odkryć temat kursu

Z kim pracujesz z łatwością, a przy kim odczuwasz napięcie? (To wskazówka, która pomoże Ci określić niszę zgodną z Twoim stylem i tempem pracy.)

Jakie tematy przyciągają Twoją uwagę tak, że nie możesz przejść obok nich obojętnie? (To pierwsza wskazówka, że tam właśnie kryje się Twój temat.)

Kto dziś stoi na początku drogi, którą Ty już przeszłaś (lub pomogłaś już komuś) – i co możesz zrobić, by choć trochę rozwiązać wątpliwości tej osoby?

MAPA WARTOŚCI WIEDZY

Wypisz przynajmniej 10 swoich najważniejszych kompetencji, umiejętności, talentów, które posiadasz (np. Gallupa) i które wykorzystujesz na co dzień. Mogą to być umiejętności techniczne, miękkie, pasje i doświadczenia.

Wypisz teraz problemy, które możesz rozwiązać dzięki doświadczeniom, wiedzy lub umiejętnościom z punktu pierwszego. Odpowiedz na pytania: Z jakimi problemami osoby zwracają się do Ciebie najczęściej? Jakie wyzwania są dla nich najważniejsze? Jakie realne problemy zauważasz u osób, z którymi masz kontakt? Jakie potrzeby lub marzenia możesz im pomóc zrealizować?

Teraz zastanów się, jak wygląda sytuacja osób przed skorzystaniem z Twojej wiedzy i jak będzie wyglądała po jej zastosowaniu.

Wypisz na zasadzie kontrastów minimum 3 przykłady:
Przed skorzystaniem z mojej wiedzy: ... / Po zastosowaniu mojej wiedzy: ...

Teraz sprecyzuj, co dokładnie jest wartością Twojego produktu edukacyjnego. Użyj tych wniosków w swojej komunikacji. Możesz zacząć od zdania: „Dzięki temu produktowi nauczysz się/osiągniesz/zrobisz...”

W ostatnim punkcie wypisz konkretne przykłady lub historie osób, które już skorzystały z Twojej wiedzy. Możesz też określić, jakie wyniki i zmiany udało im się osiągnąć dzięki Twoim kursom lub produktom.

Teraz masz jasną mapę wartości swojej wiedzy, która pokazuje, co uczestnik zyska i jak to skutecznie zakomunikować. Dzięki niej zachowujesz spójność produktu i promocji, wiesz, do kogo mówisz i unikasz rozmycia przekazu. Warto regularnie do niej wracać i aktualizować, bo Twój produkt to nie tylko wiedza, ale transformacja i efekt dla uczestnika.

NOTATKI

Miejsce na Twoje e-learningowe notatki

NOTATKI

Miejsce na Twoje e-learningowe notatki

Bibliografia i literatura uzupełniająca

Moje publikacje:

- Gościński, O. (od 2022). Gala Kursory Roku – wydarzenia z lat: Poznań (5 grudnia 2024), Warszawa (11 grudnia 2023), Online (13 września 2022).
- Gościński, O. (2023). Chcę WWWięcej. Jak zarabiać online na swojej wiedzy. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2018). Bądź online. Twoja mocna strona, która wyraża Ciebie i Twój biznes. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2022). SEO w 14 dni. Daj się znaleźć online. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2019). Sklep online krok po kroku. Zaplanuj własny sklep internetowy i zacznij zarabiać w sieci!. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2020). Newsletter krok po kroku. Zaplanuj skuteczny newsletter i pozyskaj klientów!. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2021). Video online krok po kroku. Jak prowadzić transmisje na żywo i docierać do nowych odbiorców. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2025). Raport: E-learning w Polsce. Jak się uczymy i jak uczymy innych online? Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2025). Raport: Jesteś ekspertką! Uwierz w to!, Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2022). Planery Biznesu: Biznes plan, Plan marki, Strategia promocji, Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2023). Gablota Chwały, Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (od 2017). Interaktywna Akademia WordPressa, Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (od 2023). Paczka Girlbosskich, Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2025). Konferencja online. E-learning. Zarabiaj na wiedzy!, Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2024). Magazyn GIRLBOSSKIE nr 1, 2. Poznań: Jestem Interaktywna.
- Gościński, O. (2025). Magazyn GIRLBOSSKIE nr 3. E-learning. Poznań: Jestem Interaktywna.

Pozostałe:

- Aksman, J., & Nieciński, S. (2012). *Proces uczenia się przez całe życie: Aspekty kształtowania kompetencji nauczycielskich*. Kraków: AFM.
- Aleksander, T. (2009). *Andragogika: Podręcznik akademicki*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji Państwowego Instytutu Badawczego w Radomiu.
- Bates, T. (2015). *Teaching in a digital age*. Vancouver: Tony Bates Associates.
- Baxter, R. K. (2015). *The membership economy*. New York: McGraw-Hill.
- Brzezińska, A. (2013). *Psychologia a edukacja: Pomoc psychologiczna wobec transformacji systemu edukacji*. Edukacja, 5(125), 206–216.
- Brown, P. C., Roediger, H. L., & McDaniel, M. A. (2014). *Make it stick: The science of successful learning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chrzanowska, I. (2014). *Nauczanie inkluzyjne w doświadczeniach polskich – podstawy prawne i społeczne uwarunkowania*. Studia Edukacyjne, 30, 9–24.
- Clauss, G. (1987). *Psychologia różnic indywidualnych w uczeniu się*. Warszawa: PWN.
- Clark, R. C., & Mayer, R. E. (2016). *E-learning and the science of instruction* (4th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Dirksen, J. (2016). *Design for how people learn* (2nd ed.). Berkeley, CA: New Riders.
- edX. (2020). *How to learn online*. Class Central.
- Eker, T. H. (2007). *Bogaty albo biedny. Po prostu różni mentalnie*. Warszawa: Studio Emka.
- Harajda, R. (1991). *Andragogika*. Zielona Góra: WSP.
- Horn, S. (2019). *Intryguj. Przyciągnij uwagę i zdobywaj klientów*. Warszawa: MT Biznes.
- Kaczmarek, B. (2003). *Komunikowanie się we współczesnym świecie*. Lublin: UMCS.
- Knowles, M., Holton, E., & Sanson, R. (2009). *Edukacja dorosłych*. Warszawa: PWN.
- Krohn, A. (2023). *The learning economy*. London: Routledge.
- LeFever, L. (2012). *The art of explanation*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Lorens, R. (2021). *Nowoczesne zarządzanie szkołą i placówką oświatową*. Gdańsk: Harmonia.
- Majewski, P. (2013). *Muzea i uczenie się przez całe życie – podręcznik europejski*. Warszawa: Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów.

- Marciniak, L. (2019). *Procedury oświatowe z wzorami dokumentów*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Mietzel, G. (2003). *Psychologia kształcenia*. Gdańsk: GWP.
- MITx. (2019). *Launching innovation in schools*. edX.
- MITx. (2018). *Design thinking for leading and learning*. edX.
- MITx. (2020). *Envisioning the graduate of the future*. edX.
- MITx. (2021). *Product and service creation in the Internet age*. edX.
- Nęcki, Z. (2000). *Komunikacja międzyludzka*. Kraków: Antykwa.
- Niziołek, B. D. (2016). *Rola nauczyciela w wychowaniu: Wczoraj, dziś, jutro*. Tarnów: Biblos.
- Paluchowski, W. J. (2007). *Diagnoza psychologiczna. Proces – narzędzia – standardy*. Warszawa: PWN.
- Petlak, E. (2008). *Rola nauczyciela we współczesnej szkole*. Warszawa: Difin.
- Pilch, M., & Olszewski, A. (2022). *Prawo oświatowe. Komentarz*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Pijanowska, K. (2021). *6 sposobów uczenia się, które powinien znać każdy (uczeń). Trening skutecznego uczenia się*.
- Półturzycki, J. (1994). *Akademicka edukacja dorosłych*. Warszawa: Wydawnictwo UW.
- Russ, J. (2006). *Współczesna myśl etyczna*. Warszawa: Scholar.
- Sarana, J. (2000). *Edukacja dorosłych: Teoria i praktyka w okresie przemian*. Lublin: UMCS.
- Shneiderman, B. (2022). *Human-centered AI*. New York: Oxford University Press.
- Słomski, W. (2011). *Szkoła jako instytucja wychowawcza*. Warszawa: Wydawnictwo APS.
- Suchy, S. (1980). *Kształcenie ustawiczne dorosłych: Problemy, tendencje, propozycje*. Warszawa: PWN.
- Suchecka, J. (2020). *Cała nadzieja w szkole*. Warszawa: Wydawnictwo Agora.
- Trąbkiewicz, S. (1963). *Psychologia w szkole*. *Psychologia*, 11(4), 45–60.
- Turus, L. (1999). *Andragogika ogólna*. Warszawa: PWN.
- Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe. Dz.U. 2017 poz. 59.
- Vaynerchuk, G. (2011). *Ekonomia wdzięczności (The thank you economy)*. Warszawa: MT Biznes.
- Watters, A. (2021). *Teaching machines*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Wojtczak, B. (2021). *Prawo oświaty niepublicznej*. Warszawa: Wolters Kluwer.

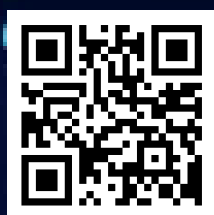


Pełen e-book za 39 zł ~~Zamiast 97 zł~~

**E-LEARNING 5.0
PRZEWODNIK PO EDUKACJI ONLINE**

**Odbierz E-book według mojej
autorskiej metody W.I.E.D.Z.A.,
która pomoże stworzyć Ci
dochodowy biznes edukacyjny
online krok po kroku.**

Aż 290 stron, 6 działów i 60 rozdziałów!



Odbierz teraz za 39 zł na hasło "E-LEARNING"!