

KOULUTUSTEN MYYNTISIVUSTON RAKENNUSOHJEET

NÄIN MYYT KOULUTUKSIA
VERKKOSIVUILLASI



Ilpo Tuononen

Sisällys

Sisällys	2
Esipuhe	3
Johdanto	4
Kaksi tapaa rakentaa myyntisivuja: Vertailu	4
Laadukkaan koulutusten myyntisivuston 22 elementtiä	8
1. Huomion nappaava otsikko	8
2. Sisältöä tukeva ingressi	9
3. Selkeä ongelman määrittely ja ratkaisu	9
4. Hyödyt ja arvolupaus esiin selkeästi	11
5. Kouluttajan uskottavuus rakentaa luottamusta	12
6. Kurssin sisältö esiteltynä selkeästi	13
7. Sosiaalinen todiste vakuuttaa epäröivän	15
8. Videot, ikonit ja visuaalisuus tekevät vaikutuksen	16
9. Selkeä hinnoittelu ilman yllätyksiä	17
10. Verkkokaupan maksutavat Suomessa ja kansainvälisesti	19
11. Laskutuslomakkeet yritys- ja yhteisömyyntiä varten	19
12. Toimintaan kehottavat paikkeet	19
13. Bonukset ja lisäarvon tuottajat	20
14. Niukkuus ja kiireellisyys motivoi toimimaan heti	21
15. Takuu poistaa riskin	22
16. Usein kysytyt kysymykset vastaavat epäilyksiin	23
17. Lailliset ja käytännön asiat kuntoon	25
18. Opiskelijan ohjeistus varmistaa hyvän käyttökokemuksen	26
19. Mobiiliystävällisyys on ehdoton vaatimus	27
20. Yhteystiedot ja asiakaspalvelu	28
21. Analytiikka ja jatkuva kehittäminen	29
Yhteenveto: Erinomainen myyntisivu on investointi, ei kulu	30
Myyntisivun rakentamisen tarkistuslista	30

Esipuhe

Hyvä lukija,

Pidät käsissäsi opasta, joka voi mullistaa tapasi luoda ja markkinoida verkkokursseja – ja sitä kautta koko verkkokoulutuksesi kannattavuuden.

Olen työskennellyt verkkokoulutusten parissa vuodesta 2014 lähtien ja auttanut kymmeniä yrityksiä ja yhteisöjä rakentamaan menestyvää verkkokoulutusliiketoimintaa. Tässä ajassa olen nähnyt saman haasteen toistuvan yhä uudelleen: asiantuntijat luovat upeita verkkokursseja, mutta kompastuvat niiden myyntiin ja markkinointiin.

Liian usein näen, kuinka intohimoisesti tehdyt kurssit jäävät vaille ansaitsemaansa huomiota ja myyntiä, koska niiden myyntisivut eivät vakuuta potentiaalisia ostajia. Monet asiantuntijat keskittyvät lähes yksinomaan sisällön luomiseen ja jättävät myyntisivun suunnittelun viime hetkeen – ikään kuin se olisi vain pieni muodollisuus ennen julkaisua.

Totuus on, että erinomainen verkkokurssi ansaitsee rinnalleen yhtä laadukkaan myyntisivun. Myyntisivu ei ole vain tekninen välttämättömyys – se on keskustelu potentiaalisen asiakkaasi kanssa. Se on tehokkain myyjäsi, joka työskentelee puolestasi 24 tuntia vuorokaudessa.

Tämän kirjan tarkoitus on antaa sinulle käytännönläheiset työkalut myyntisivun rakentamiseen, joka ei vain esittele kurssiasi vaan aktiivisesti myy sitä puolestasi.

Toivon, että tämä kirja auttaa sinua rakentamaan myyntisivun, joka nostaa verkkokurssisi seuraavalle tasolle ja auttaa sinua saamaan ansaitsemasi korvauksen asiantuntemuksestasi.

Tsemppiä myyntisivun rakentamiseen!

Ilpo Tuononen

Johdanto

Oletko luomassa verkkokurssia ja pohdit, miten saisit siitä oikeasti kannattavan? Loistavakaan verkkokurssi ei valitettavasti myy itseään – se tarvitsee kumppanikseen yhtä laadukkaan myyntisivun.

Totuus on, että turhan moni kouluttaja keskittyy rakentamaan mahtavan kurssin sisällön, mutta jättää myyntisivun suunnittelun viime hetkeen. Tämä on yksi yleisimmistä syistä, miksi monet kurssit eivät saavuta niille asetettuja myyntitavoitteita.

Myyntisivun tehtävä on yksinkertainen mutta kriittinen: muuttaa sivulle saapuvat vierailijat maksaviksi asiakkaiksi. Käymme tässä oppaassa läpi kaikki tärkeimmät elementit, jotka tekevät myyntisivustasi tehokkaan myyntikoneen.

Kaksi tapaa rakentaa myyntisivuja: Vertailu

Verkkokurssin myyntisivun toteutukseen on kaksi pääasiallista lähestymistapaa: valmiin verkkokurssialustan käyttäminen tai erillisen verkkosivuston rakentaminen esimerkiksi WordPressillä. Molemmilla on omat etunsa ja rajoituksensa.

1. Valmiit verkkokurssialustat (all-in-one ratkaisut)

Alustat kuten Teachable, Thinkific, Kajabi tai suomalainen Campwire tarjoavat integroidun ratkaisun, jossa sekä myyntisivu että kurssialusta toimivat saman järjestelmän sisällä.

Edut:

- **Nopea käyttöönotto:** Myyntisivu ja kurssialusta toimivat saumattomasti yhteen

Lukunäyte

- **Ei teknistä osaamista vaadittu:** Drag-and-drop -rakentajat tekevät sivun luomisesta helppoa
- **Automaattinen ostoprosessi:** Opiskelija pääsee ostamisen jälkeen välittömästi kurssille
- **Sisäänrakennetut maksutavat:** Useimmat alustat tarjoavat valmiit maksutaparatkaisut
- **Kaikki yhdessä paikassa:** Yhden järjestelmän alla on analytiikka, markkinointi ja kurssinhallinta

Rajoitukset:

- **Rajattu kustomointi:** Ulkoasua ja toiminnallisuuksia voi muokata vain alustan sallimissa rajoissa
- **Vähäiset räätälöintimahdollisuudet:** Kurssirakenteita, oppimispolkuja ja interaktiivisia elementtejä ei usein voi muokata oman pedagogisen näkemyksen mukaisiksi
- **Rajoitetut integraatiot:** Kolmansien osapuolten palveluiden ja työkalujen integrointi on usein rajattua ja tukee vain ennalta määritettyjä kumppaneita
- **Jatkuvat kustannukset:** Useimmat alustat veloittavat kuukausimaksun sekä mahdollisesti provision myynnistä
- **Alustariippuvuus:** Jos vaihdat alustaa, myyntisivut ja kurssisisältö on rakennettava uudelleen
- **Rajoitetut SEO-mahdollisuudet:** Hakukoneoptimointi on usein rajatumpaa kuin omassa WordPress-sivustossa

Kenelle sopii: Aloitteleville kouluttajille, teknisesti vähemmän kokeneille, pienellä budjetilla toimiville tai niille, jotka haluavat päästä nopeasti alkuun.

2. Erilliset verkkosivustot (esim. WordPress)

WordPress tai muut CMS-järjestelmät tarjoavat enemmän joustavuutta myyntisivun rakentamiseen, mutta vaativat erillistä kurssialustaa tai lisäosaa.

Lukunäyte

Edut:

- **Täysi vapaus ulkoasussa:** Voit muokata sivuston jokaista yksityiskohtaa brändisi mukaiseksi
- **Ominaisuuksien laajennettavuus:** Tuhansia lisäosia toiminnallisuuksien lisäämiseen
- **Tehokas hakukoneoptimointi:** Täysi kontrolli SEO-asetuksiin
- **Ei provisiomaksuja:** Maksat vain hosting-palvelusta, et jatkuvia prosenttiosuuksia myynnistä
- **Skaalautuvuus:** Järjestelmä kasvaa liiketoimintasi mukana
- **Omistajuus:** Kontrolloit täysin omaa dataasi ja sisältöäsi

Rajoitukset:

- **Tekninen osaaminen:** Vaatii WordPress-osaamista tai teknisen asiantuntijan palkkaamista
- **Useita järjestelmiä:** Kurssialusta, maksujärjestelmä ja sähköpostimarkkinointi vaativat erilliset integraatiot
- **Ylläpitovastuu:** WordPress-sivuston tietoturva, päivitykset ja ylläpito ovat vastuullasi
- **Pidempi käyttöönotto:** Sivuston suunnittelu ja toteutus vie enemmän aikaa

WordPress-pohjaiset ratkaisut:

- WordPress + LearnDash/LifterLMS (kurssialusta)
- WordPress + WooCommerce (verkkokauppa)
- WordPress + MemberPress (jäsenyyssivusto)

Kenelle sopii: Kouluttajille, joilla on jo WordPress-sivusto, teknisesti osaavammille, laajempaa kurssiliiketoimintaa harjoittaville tai niille, jotka haluavat täyden kontrollin brändistään.

Lukunäyte

Päätöksenteon kriteerit

Valitse valmis alusta, jos:

- Haluat päästä nopeasti alkuun
- Tekninen osaamisesi on rajallista
- Budjettisi on rajallinen
- Kurssivalikoimasi on suppea
- Et tarvitse laajaa kustomointia

Valitse WordPress tai vastaava, jos:

- Haluat täyden kontrollin ulkoasuun ja toiminnallisuuksiin
- Sinulla on jo WordPress-sivusto
- Liiketoimintasi on laajempi (useita kursseja, jäsenyysohjelma)
- Haluat maksimoida hakukonenäkyvyyden
- Et halua maksaa jatkuvia provisioita myynnistä
- Tarvitset erikoistuneita ominaisuuksia

Muista, että voit myös aloittaa valmiilla alustalla ja siirtyä myöhemmin WordPress-pohjaiseen ratkaisuun liiketoiminnan kasvaessa. Tärkeintä on valita ratkaisu, joka sopii nykyiseen osaamiseesi, budjettiisi ja liiketoimintasi vaiheeseen.

Laadukkaan koulutusten myyntisivuston 22 elementtiä

1. Huomion nappaava otsikko

Ensivaikutelma ratkaisee kaikessa, myös myyntisivullasi. Otsikko on usein ensimmäinen asia, jonka potentiaalinen asiakkaasi lukee. Siksi sen merkitystä ei voi liikaa korostaa.

Hyvän otsikon tunnusmerkit:

- On lyhyt ja ytimekäs (ideaalisti alle 10 sanaa)
- Kertoo selkeästi kurssin tärkeimmän hyödyn
- Keskittyy asiakkaan ongelmaan tai tavoitteeseen
- Herättää uteliaisuuden
- Sisältää mielellään konkreettisen lupauksen

Käytännön esimerkkejä:

Heikko otsikko: "Digitaalisen markkinoinnin verkkokurssi" *Miksi heikko:* Geneerinen, ei kerro mitään erityistä hyötyä asiakkaalle.

Parempi otsikko: "Tuplaa verkkokauppasi myynti 60 päivässä – ilman lisäbudjettia" *Miksi parempi:* Selkeä lupaus (tuplaa myynti), aikaraja (60 päivässä), ainutlaatuinen myyntiväittäjä (ilman lisäbudjettia).

Käytännön esimerkki tyyllilajista riippuen:

Jos kohderyhmäsi on aloittelijat: "Instagram-yrittäjän starttipaketti: Ensimmäiset 1000 seuraajaa 30 päivässä"

Jos kohderyhmäsi on edistyneemmät: "Google Ads -tehotreeni: Laske mainontasi hintaa 40% ja kasvata konversioita"

Lukunäyte

Jos myyt premium-kursseja: "Executive LinkedIn Strategy: Verkostoidu suoraan päättäjien kanssa ja tuplaa liidimääräsi"

2. Sisältöä tukeva ingressi

Ingressi on 1-3 lauseen pituinen teksti heti otsikon jälkeen. Sen tehtävä on syventää otsikon lupautusta ja saada lukija jatkamaan eteenpäin.

Tehokkaan ingressin ominaisuudet:

- Täydentää otsikon lupautusta
- Tuo esiin kurssin ainutlaatuisuuden
- Motivoi lukemaan lisää
- Puhuttelee suoraan lukijaa

Käytännön esimerkki:

Otsikko: "Tuplaa verkkokauppasi myynti 60 päivässä – ilman lisäbudjettia"

Ingressi: "Tämä käytännönläheinen kurssi opettaa sinulle samat konversio-optimoinnin tekniikat, joilla olen kasvattanut yli 200 verkkokaupan myyntiä – ilman senttiäkään lisää mainosbudjettiin. Saat käyttöösi 12 testattua työkalua, jotka toimivat riippumatta siitä, mitä myyt tai miten iso yrityksesi on."

Huomaa, miten ingressi vahvistaa otsikon lupautusta, tuo uskottavuutta (200 verkkokauppaa) ja korostaa, että menetelmät toimivat kaikille.

3. Selkeä ongelman määrittely ja ratkaisu

Ennen kuin voit myydä ratkaisun, sinun täytyy varmistaa, että asiakas tunnistaa ongelman. Tämä on yksi tärkeimmistä myyntisivun osioista.