

Lær å selge kursene dine på Internett

GRATIS
LYNKURS

Hvordan du blir en god selger

Hva du må ta hensyn til når du selger på internett

Hvordan du skriver en god salgstekst

Hvordan du får mest mulig ut av samarbeidet
med Kursagenten



Skrevet av Espen Nicolaysen
www.kursagenten.no

Lær å selge kursene dine på internett

Skrevet av *Espen Nicolaysen*
espen@kursagenten.no

Salg er noe du får bruk for i mange sammenhenger. I denne artikkelen vil du lære om grunnprinsipper for salg, hvordan du blir synlig på internett, hvordan du skriver bedre webtekster, og hva du kan få ut av samarbeidet med Kursagenten.

Kursagenten er din personlige agent og vi har satt oss som mål å **ikke ha en eneste misfornøyd kunde**. Vi oppfordrer deg som kurstilbyder til å ta kontakt hvis det er noe du lurer på. Vi kan hjelpe deg å optimalisere annonsene dine, slik at du får flere deltakere på kursene dine.

Det å skaffe flere kursdeltakere handler i bunn og grunn om salg. Salg er egentlig ikke så vanskelig. Det handler om å ha tro på deg selv og det du skal selge, samtidig som du må vite noen grunnprinsipper om salg.

Tipsene du får i denne artikkelen vil hjelpe deg til å bli enda mer suksessfull i det du driver med. Artikkelen er skrevet slik at du som kurstilbyder skal få mest mulig utbytte av den, men du kan også bruke det du lærer i denne artikkelen til å bli en bedre selger, både på internett og i andre sammenhenger.

Denne artikkelen gir deg en enkel og lettfattelig innføring i:

- Hvordan du blir en **god selger**
- Hva du må ta hensyn til når du **selger på internett**
- Hvordan du skriver en god **salgstekst**
- Hvordan du får mest mulig ut av **samarbeidet med Kursagenten**

Hvordan bli en god selger

Salg handler om å overbevise andre om dine synspunkter. Enten du sitter i et møte og skal argumentere for din sak, eller du skal markedsføre kursene dine, er grunnprinsippene de samme. Alle vil kunne dra nytte av å kunne mer om salg, fordi det kan brukes i så mange sammenhenger.

Det er mange måter å tilnærme seg faget salg på. Modellen du får presentert her gjør at du enkelt danner deg et bilde av grunnprinsippene. Salg er avhengig av to faktorer.

- **Tillit**
- **Synliggjøring av fordeler**

Dersom du klarer å skape tillit, samtidig som du får synliggjort kundens fordeler med produktet/tjenesten, har du veldig gode odds for å få salg.

Når kunden har opparbeidet tillit til deg og ser fordelene han eller hun vil ha av å handle med deg, må du bruke teknikker for å **avslutte eller ”close” salget**. Dette vil du lære mer om senere i artikkelen.

Hvordan skape tillit

Tillit er den desidert viktigste faktoren for å få salg. Hvis ikke kunden stoler på deg, hjelper det ikke om han eller hun kan se fordelene med produktene dine.

Det er først de siste par årene at netthandelen har tatt av, selv om de fleste lenge har visst at det har vært en enkel og billig måte å handle på. Problemet var at de ikke stolte på internett som handelsplass, enten det var fordi de var redde for å legge igjen kortinformasjon, eller at varen skulle komme frem som lovet. Folk hadde ikke **tillit** til internett. Nå er ikke nettbutikker alltid så mye billigere enn vanlige butikker lenger, men folk stoler mer på nettbutikkene, og de får dermed mer salg.

Det er enkelt å si at man skal skape tillit, men hvordan får man det til?

En forutsetning for å skape tillit er at du **har tro på deg selv som selger** og på produktet/tjenesten du selger. Se presentabel ut og gi et seriøst inntrykk. Du må få kunden til å tro at akkurat du har det beste tilbudet. Det er mange måter å skape tillit på, og det er umulig å lage en fast bruksanvisning for hvordan man skal gå fram. Men det er noen viktige faktorer du må tenke på:

- Få kunden til å **stole på deg** og på kvaliteten på produktet/tjenesten du selger
- **Vær personlig**
- Nulltoleranse for **misfornøyde kunder**
- Bruk **klager** til noe positivt

Få kunden til å stole på deg og på kvaliteten på produktet eller tjenesten du leverer

Dette kan du gjøre ved å tilby en garanti, uttalelser fra fornøyde kunder og samarbeidspartnere, fremvise godkjenninger, vise til at du er markedsleder osv. Det er mange måter å gjøre dette på. Vær kreativ!! Overbevis kundene om at de får det de betaler for.

Vær personlig

Man stoler på dem man kjenner, og hvis du kan klare å få et **personlig forhold til kundene** dine, vil de komme tilbake og handle mer fra deg. Jo mer personlig du klarer å være jo bedre, men det er viktig at kunden ikke får en følelse av at du trenger deg på. Det går ann å være personlig gjennom internett også. Har du en webside, burde du legge ut et bilde av deg selv. Det er lettere for leseren å stole på deg når han vet hvem han forholder seg til. I tillegg må du

passer på å henvende deg til leseren. Ikke skriv side opp og side ned om ditt firma og dine produkter. Beskriv heller fordelene kundene får av å handle med deg.

Nulltoleranse for misfornøyde kunder

Sett deg som mål å ikke ha en eneste misfornøyd kunde. Det koster i gjennomsnitt nesten ti ganger mer å skaffe en ny kunde enn å beholde en eksisterende. Dessuten er **jungeltelegraf** den mest effektive formen for markedsføring, og den kan både hjelpe deg eller jobbe imot deg. Flere studier har vist at misfornøyde kunder stort sett ikke klager til den de kjøpte varen av, de bruker i stedet kreftene på å advare venner og familie mot å handle fra deg igjen. Se derfor på klagen du får som den mest verdifulle markedsundersøkelsen du kunne fått. Prøv å forhindre at du får de samme klagen igjen. Pass på å **holde det du lover**, hvis ikke mister kundene tillit til deg.

Bruk klagen du får til noe positivt

Når du først får en klage, må du se på denne som en **unik mulighet** til å skaffe deg en lojal kunde. Dersom den misfornøyde kunden føler at han får tilfredsstillende behandling når han klager, har studier vist at han vil være mer fornøyd enn han ville vært dersom alt var bra i utgangspunktet. Hvis du i tillegg gir noe ekstra slik at kunden føler seg virkelig bra behandlet, vil han prate om dette til venner og familie, slik at de får **tillit** til deg.

Klager fra misfornøyde kunder er rett og slett en **god mulighet til å skaffe nye kunder**. Fortjenesten du får fra de nye kundene dine vil være mye større enn kostnaden ved å gi litt ekstra når kunder klager.

Hvordan synliggjøre fordelene ved å gå på dine kurs

Her må du passe på å ha rett fokus. Alt for mange går i fella, og skriver om sitt firma og sine produkter uten å sette seg inn i hva kunden faktisk ønsker. **Kunden MÅ stå i fokus!** Finn ut hva kundene dine ønsker seg. Hvordan vil ditt kurs løse deres behov?

Du må tenke igjennom de følgende punktene:

- Finn ut **hvilke argumenter** som selger
- Hvordan du kan **snu innvendinger** til noe positivt
- Hvordan du kan **differensiere** deg fra konkurrentene
- Hvordan du skal **gjøre terskelen for å kjøpe så lav som mulig**

Finn ut hvilke argumenter som selger

Prøv å **se ting med kundens øyne** og forestill deg hvordan din optimale kundeopplevelse med ditt kurs ville være. Hvordan kan kurset hjelpe deg? Hva er fordelene med å ta kurset? Prøv å forestille deg hva kundene ønsker. Tenk på dine egne opplevelser når du har vært kursdeltaker på forskjellige kurs. Hva var du spesielt fornøyd med? Hva var ikke så bra? Dette er spørsmål du må tenke i gjennom for å danne deg et bilde av hvilke faktorer som er viktig for kundene dine.

Du burde lage et **spørreskjema** der du ber om tilbakemeldinger fra de som tar kursene dine. Tilbakemeldingene du får vil hjelpe deg til å forbedre kursene dine, samtidig som du får tips om hva kundene ønsker seg. Dette kan du bruke i markedsføringen.

Det mennesker tenker på når de kjøper produkter og tjenester, er hva de får ut av det. Hvilke fordeler det gir dem. Hva kan de klare etter å ha tatt dine kurs? Kanskje du kan hjelpe noen å **realisere en drøm** ved at de tar kurset ditt?

Snu innvendinger til noe positivt

Du får etter hvert en del faste salgsargumenter du vet virker. Du vil også erfare at kundene har innvendinger mot å kjøpe. Heldigvis for deg er det de **samme innvendingene som går igjen** gang på gang. Når du har identifisert innvendingene kundene har mot å gå på dine kurs, må du prøve å finne ut hvordan du kan snu disse til noe positivt.

En av oss her i Kursagenten har erfaring som fiskeselger, og han fant fort ut at det var de samme tre-fire innvendingene som gikk igjen på alle dørene. Han solgte mye breiflabb, men i starten tapte han mange salg på at den kom fra New Zealand. Han var ofte godt på vei til å få salg, men så oppdaget kunden at fisken ikke var norsk, og så ville de ikke ha allikevel. Etter at han begynte å introdusere breiflabben som *"nydelig breiflabb fra sørishavet"* ble saken en annen. Ikke bare sluttet han å tape salg på at fisken var fra New Zealand, han solgte faktisk flere fordi kundene syntes sørishavet hørtes eksotisk og spennende ut.

Finn ut hvordan du kan parere innvendingene fra dine kunder, og prøv å finne måter å gjøre det til noe positivt **før kunden tenker på det som en innvending**.

Identifiser hva som gjør ditt kurs bedre enn konkurrentens

Hva er det som gjør at kunden skal gå til deg og ikke til konkurrenten din? Hvilke fordeler får de hvis de velger deg?

Du må prøve å differensiere deg i markedet. På enklere norsk vil det si at du må skille deg ut fra konkurrentene. Du kan velge mange forskjellige strategier for å få til dette, som for eksempel ved å ha den beste prisen, det beste produktet, innovativ design, suveren kundebehandling osv. Hovedpoenget er at du må skille deg ut slik at **kundene velger deg** i stedet for konkurrenten din. Uansett hvilken strategi du velger vil du alltid tjene på å behandle kundene dine bra!

Gjør terskelen for å kjøpe så lav som mulig

Hvis du ikke klarer å få solgt nå, er det ofte liten sjanse for at du får solgt på et senere tidspunkt. Dette avhenger selvfølgelig av hva du selger. Statoil kjøper ikke en ny borerigg på impuls... For salg som er relativt små, som for eksempel de fleste kurs som tilbys, må du prøve å finne muligheter til å avslutte, eller "close" salget. Jo bedre kunden ser for seg fordelene med å ta ditt kurs, og jo mer tillit de har til deg, jo større sjanse er det for at du klarer å avslutte.

Det finnes flere teknikker for å avslutte salg. Ofte kan det være lurt å ikke gi kunden for mange valgmuligheter. Da føler han at han må tenke på det, også blir det kanskje ikke noe av salget. Du må prøve å lage **terskelen for å kjøpe så lav som mulig**.

Det er for eksempel mange som vegrer seg for å bli medlem av bokklubber fordi de vet at det er så vanskelig å melde seg av. **Gi kunden retrettmuligheter**. Gi kunden gode betingelser for returrett og garanti. Si for eksempel ”*Ta med deg produktet hjem og prøv det! Jeg lover deg at du blir fornøyd! Hvis ikke så kommer du tilbake, så skal du få pengene tilbake*”. Jo lavere terskelen for å kjøpe er, jo tryggere føler kunden seg. Pass på å holde det du lover.

Hvordan du avslutter et salg

Dette avsnittet er skrevet for deg som driver direktesalg, men det å skjønne prinsippene for å avslutte vil også hjelpe deg med salg i andre sammenhenger. Når du skriver salgstekst for annonsene her på Kursagenten, er du også avhengig av å close salget. Selv om du ikke aktivt driver direktesalg, vil du gjennom dine oppføringer på Kursagenten antageligvis få en del telefoner fra folk som lurere på mer om dine kurs. Dette er situasjoner der du kan få direkte nytte av å kunne avslutte salget.

Å close ett salg er for mange i begynnelsen uvant og litt ”farlig”, men enten man liker det eller ikke, er det en meget viktig og avgjørende del av salgsprosessen. Selv om man gjør alt riktig og har brukt lang tid på å dra kunden gjennom hele kjøpszyklusen, hjelper det ingenting hvis man ikke får de til å si ja helt til slutt.

Mange kvier seg litt i denne fasen og venter i for stor grad på at kunden selv skal ta initiativet. Det er derfor viktig å huske at kunden allerede vet at du har som mål å få salg, slik at det ikke kommer som noen overraskelse eller ubehag at du er ivrig på at de skal kjøpe av deg her og nå. Har du en god tone med kunden er det utrolig hvor likefrem man kan være i sin jakt på salg.

I USA bruker de slagordet ABC - ”*Always Be Closing*”. Det å snakke seg bort fra et salg er for mange like vanlig som å snakke seg inn til et salg. Som regel er man redd for at kunden ikke er klar ennå, og pøser på med salgsargumenter til kunden til slutt blir lei og mister interessen. Selv om kunden sier nei først gang man prøver å avslutte, er det ikke dermed sagt at det ikke blir salg.

Å avslutte ett salg handler om kjemi, timing og mye rutine. Hvis du kan smile samtidig som du viser at du har tro på at kunden kommer til å bli fornøyd med produktet, er halve jobben gjort. Her er noen enkle avslutningsteknikker som kan hjelpe deg å close salget.

- **Vær freidig og prøv å avslutte tidlig**
Ikke vær redd for å skjule at du har lyst til å selge dine produkter her og nå. For en kunde kan det virke som en trygghet at de vet hva din agenda er, og at du ikke har noe andre og mer skumle hensikter enn å selge ett produkt du er usedvanlig stolt av.
- **Halv Nelson**

Hvis en kunde spør ett ja eller nei spørsmål kan du lede de videre inn til ett salg. Det at kunden stiller spørsmål om produktet/tjenesten viser at kunden er interessert, og har lyst til vite mer om det du har å tilby. Bruk det som en anledning til å avslutte.

Kunde - *Er det vanlig at man får med ett kurs CD rom når man er ferdig med kurset?*

Selger - *Er det det som skal til for at du velger å melde deg på?*

- **Alternativ metoden**

Ofte kan en beslutningsprosess være forvirrende for en kunde. Ved å hjelpe til på å snevre inn de forskjellige alternativene gjør man det enklere for kunden å bestemme seg. Gi en enten - eller mulighet. Da gir du kunden to muligheter, som begge innebærer at de kjøper.

Selger - *Skal vi gå for spansk kurs med eller uten CD rom?*

eller

Selger - *Vil du starte på kurset som begynner i februar eller april?*

NB: Her er det viktig å snakke som at kunden allerede har bestemt seg for å kjøpe. Når de så forteller hvilket alternativ som passer best, så låser man salget enkelt og greit med å si:

Ja, men da sier vi det sånn.

- **Direkte metoden**

Dette er verdens beste metode for å avslutte ett salg. Har du gjort en god jobb i forkant både med å selge deg selv og ditt produkt er det ingen ting i veien med at du kan fortelle kunden hva du synes de bør gjøre. Hjelp kunden til å ta avgjørelsen.

Selger - *Jeg synes du skal melde deg på ett kurs hos oss nå!*

eller

Selger - *Kom igjen, det er bare å melde seg på!*

eller

Selger - *Meld deg på nå, det kommer du ikke til å angre på!*

Det finnes flere teknikker enn disse for å close salg, men disse er de viktigste. Alle har sin stil å selge på, og det er viktig at du finner ut hva som fungerer best for deg. Vær deg selv og lær deg å beherske disse teknikkene. Øvelse gjør mester, men det aller viktigste er at du har **troen på deg selv**.

Selv de beste selgerne har gode og dårlige dager. Det er et ordtak som sier at **salg avler salg**, og det stemmer. Du kan sitte en hel dag og ringe eller banke på 100 dører uten å selge, men så

får du et salg, og plutselig så løsner det. Når du er i slaget føler du deg nesten sikker på at du kommer til å selge til den neste du prater med.

Prøv alltid å tenke **positive tanker**, og prøv å gjøre det å selge til noe **morsomt**. Energien du utstråler smitter over på den du selger til. Selv om du kanskje har en dårlig dag i dag, vet du at du tjener penger over tid, så det har ikke så mye å si hvordan det går akkurat nå. Jo mer positiv du klarer å være når det går dårlig, jo fortere presterer du bra igjen. Aldri gi opp!

Hva må du ta hensyn til når du selger på internett

Internett er en glimrende salgsmaskin bare du bruker det riktig. Det som teller er å komme langt opp på søkemotorene. Hvis noen søker etter ord som er relevante for dine kurs, har du selvfølgelig lyst til å komme så langt opp som mulig.

Den største grunnen til at internett er så godt egnet for salg, er at **kundene kommer til deg**. De som besøker siden din har søkt etter ord som sendte dem til deg. Det vil si at de allerede er interessert i det du har å tilby. Tenk på hvordan telefonsalg er i forhold. Da ringer man opp hundrevis av mennesker, og det er bare et fåtall som er interessert.

Hvordan du kommer langt opp på søkemotorene

Det er viktig å ha søkemotoroptimalisering i bakhodet hele tiden mens du jobber med hjemmesiden din og kursannonsene dine. Det finnes ingen nøyaktig fasit på hvordan man skal komme seg høyt opp på søkemotorene. De som driver søkemotorene vil at man skal få så relevant informasjon som mulig når man søker hos dem. Det går derfor ikke an å betale seg til en høyere plassering.

Av denne grunn prøver de også til en viss grad å skjule hvilke faktorer de legger vekt på for å få høy rangering på søkeresultatene. Det er noen forskjeller på hvordan man kommer høyt opp på de forskjellige søkemotorene. Google er den desidert største, så det er denne du burde fokusere på. Denne artikkelen er derfor skrevet med fokus på google, men hvis du følger tipsene du får her vil du også komme langt opp på andre søkemotorer.

Søkemotoroptimalisering

Søkemotoroptimalisering er en egen vitenskap, men det er mange ting du kan gjøre selv som ikke er så vanskelig. I de neste avsnittene vil du få råd til enkle ting du kan gjøre for å få dine kurs og din nettside til å **bli mer synlig på internett**. Hovedpunktene du vil lære om er:

- Hvordan du får **google** til å oppfatte din side som **viktig**
- Hva som påvirker **verdien** av linkene du får til deg
- Hvordan du finner ut hvilke **søkeord** og **søkefraser** dine kunder søker etter

Hvordan få google til å oppfatte din side som viktig?

Page rank er googles system for rangering av hvor viktige internettsider er. Den eneste måten du skaffer deg page rank på er at andre linker til deg. Jo høyere page rank den som linker til deg har jo mer er linken verd. Den høyeste page ranken du kan få er 10. Det er få norske sider som har mer enn 5.

Du burde laste ned google toolbar for å se hvor høy page rank du og andre nettstedet har. Den hjelper deg å finne ut hvem du burde satse på å få til å linke til deg. Den hjelper deg også til å lære deg å kjenne konkurrentene dine bedre. Hvis du trykker på "page rank" knappen vil du kunde følge "backward links". Der finner du en liste over hvem som har linket til nettstedet du er inne på. På denne måten kan du finne ut hvem samarbeidspartnerne til dine konkurrenter er.

Finn ut hvilke søkeord og søkefraser dine kunder søker etter

For at kunder skal finne deg når de søker, er det viktig at du bruker de ordene folk søker etter. Her burde du gjøre grundig research på hvilke ord folk faktisk søker etter, og hvor mange konkurrenter som bruker de samme ordene. Jo flere som søker etter ordet jo bedre er det, og jo flere konkurrenter du har på akkurat det ordet jo vanskeligere er det å komme langt opp på søkeresultatene.

Du må finne ord og søkefraser som gjør at du kommer på **topp ti på søkemotorene**. Da kommer du på første visningssiden når man søker etter ord og fraser du har brukt. Du må undersøke hvor høy page rank de du konkurrer med om spesifikke ord og søkefraser har, for å se om du klarer å konkurrere med dem. Velg ord og søkefraser som kan klare å komme seg til førstesiden av resultatene. Hvis du ikke har høyere page rank enn 2, klarer du ikke å konkurrere med en som har page rank 6.

På google toolbar er det et søkefelt for google søk. Når du skriver in søkeord og fraser her, får du samtidig vite hvor mange som har søkt etter disse. Det finnes software som kan gi deg mer detaljert informasjon om søkeordene, som for eksempel wordtracker.com, men disse koster penger. Dersom du ikke velger å satse veldig mye på søkemotoroptimalisering klarer du deg fint med google toolbar. Den kan også være en kilde til å finne nye søkeord. Andre kilder til å finne nye søkeord kan være:

- **Konkurrentene dine**
Se hvilke søkeord de bruker på nettsidene sine. Du burde også se i de trykte brosjyrene konkurrentene har.
- **Bruk synonymordbok**
Hvis du har word på pc'en din kan du markere et ord, trykke "shift" og "F7", så får du synonymer til ordet du har markert.
- **Se på hvilke ord kundene dine bruker når de skriver til deg**
Bruk kontakten du har med kundene, enten det er via e-mail eller når du snakker med dem, til å finne ut hvilket vokabular de bruker.

Du vil senere i artikkelen lære mer om hvordan Kursagenten kan gjøre jobben med å søkemotoroptimalisere kursene dine for deg, slik at du slipper å gjøre denne omfattende jobben selv. Det eneste du trenger å gjøre er å finne ut hvilke ord og fraser du vil at dine kurs skal blir søkbare på, og gjøre disse synlige gjennom annonsene og artiklene du legger ut på

Kursagenten. I de neste avsnittene vil du lære om hvordan du skriver en god og søkbar salgstekst.

Hvordan du skriver en god salgstekst

Når du selger på internett er **salgsteksten** det som skal **overbevise kundene** dine om at de burde kjøpe av deg, enten du selger bøker, kurs eller hva det skulle være. For det første må du fange oppmerksomheten til kunden gjennom **gode og søkbare overskrifter** som gjør at de finner deg på søkemotorene. Deretter skal du klare å holde på denne interessen helt til de kjøper det du har å selge. Gjennom teksten og inntrykket nettstedet ditt gir skal du klare gi leseren **tillit** til deg samtidig som du **synliggjør fordelene** med å gå på dine kurs, eller kjøpe dine bøker.

Du får her 10 tips til hvordan man skriver en god salgstekst.

1. **Lag gode og søkbare overskrifter.** Overskriften er den viktigste faktoren i salgsteksten din for å bli funnet på søkemotorene. Samtidig leser gjennomsnittlig bare 1 av 5 lenger enn selve overskriften. Sørg for at overskriftene dine både fanger oppmerksomheten til leserne, og vekker interesse for å lese videre. Bruk tid på å lage gode overskrifter. Det er flere som legger merke til og husker overskrifter med utropstegn, og overskrifter formulert som et spørsmål.

Overskriften til en salgstekst skal beskrive den viktigste fordelene med å utføre den handlingen du vil at leseren skal gjøre. Eksempler på salgsoverskrifter kan være *"Bli kvitt flyskrekken din!"* eller *"Er det mulig å lære seg å spille gitar på tre uker?"*.

2. **Sørg for at teksten er lettlest og oversiktlig.** Hvis leseren synes det er tungt og uoversiktlig å lese, tar det ikke lang tid før han forlater teksten din og surfer vider. Sørg for å holde på leseren din ved å gjøre teksten enkel å lese. Uthev viktige ord gjennom teksten slik at leseren kan få mest mulig ut av å skimlese.
3. **Presenter det du skal skrive om tidlig i teksten.** Få leseren til å bli interessert i det du skal skrive om, samtidig som du gir leseren en liten innholdsfortegnelse.
4. **Bruk underoverskrifter og mange avsnitt.** Dette gjør det enklere for leseren å orientere seg i artikkelen, og det blir samtidig lettere å lese den.
5. **Bruk enkelt språk.** Du skal ikke skrive en stil for læreren din. Du skal skrive noe som engasjerer leseren. Gir deg opp før du begynner å skrive. Prøv å legg følelser i teksten. Ikke dvel for mye over ordlyden, men skriv det du tenker slik at teksten ligger nærmere talespråket enn skriftspråket.
6. **Bruk søkeordene og frasene gjennom hele teksten.** Pass på at du bruker alle variasjoner av søkeordene og frasene du har bestemt deg for gjennom hele teksten. Det er viktig at dette virker naturlig både for leseren og søkemotorene. Ikke gjenta søkeordene mange ganger bare for å gjenta de.
7. **Synliggjør fordeler og parer innvendinger.** Husk på det du lærte om hvordan du skal bli en bedre selger. Gjennom salgsteksten må du fore leseren med konstruktive

argumenter som synliggjør fordelene kundene får ved å gå på dine kurs. Hvilke drømmer kan kurset ditt hjelpe de å realisere? Er det spørsmål eller ting potensielle deltakere pleier å lure på eller være skeptiske til? Svar på spørsmålene og parer innvendingene i salgsteksten din. Gjør de om til noe positivt.

8. **Skap tillit.** Bruk godkjenninger, fakta, angrefrist, uttalelser fra fornøyde kunder, garantier, osv. for å skape tillit hos leseren. Prøv å gjøre terskelen til å kjøpe fra deg så lav som mulig.
9. **Avslutt salget.** Du må prøve å få kunden til å kjøpe med en gang. Sørg for at du har en enkel påmelding til kursene dine. Jo mer informasjon kundene må gi fra seg, og jo flere klikk de må trykke for å komme til bestillingen, jo flere salg mister du. Gjør påmeldingen så enkel som mulig, du kan innhente mer informasjon senere.

Du må oppfordre kundene til å kjøpe **nå!** Pass på at du ikke gir kundene for mange valgmuligheter. Det gjør at de ikke klarer å bestemme seg, slik at du kanskje mister salget. Bruk prinsippene du lærte for å avslutte salget lenger opp i artikkelen.

10. **Ha med et PS**

Ha med et PS der du i en eller to setninger oppsummerer de viktigste salgsargumentene for kurset ditt. Dette trekker oppmerksomhet, og øker salget ditt.

Bruk forskjellige typer webtekster

Du har lært om **salgstekster** i forrige avsnitt, men det finnes to typer webtekster til. De fleste nettstedet har en blanding av de tre forskjellige typene webtekster. Kursagenten har en artikkelbase der du kan legge ut både fagartikler og nyheter som er relevant for kursene dine. Artiklene du publiserer på Kursagenten hjelper deg å bli søkbar på de store søkemotorene. De tre sjangrene for webtekst er:

- **Informasjonstekster**
- **Nyhetstekster**
- **Salgstekster**

Vi anbefaler deg å legge ut tekster av alle tre sjangere på Kursagenten, men hold deg til en sjanger av gangen. Du vil i de neste avsnittene lære om hvordan du kan bruke forskjellige webtekster for å gjøre kursene dine tillitsvekkende og selgende på internett.

Informasjonstekster

Informasjonstekster er artikler med fagstoff eller informasjon om forskjellige emner. Dette kan for eksempel være kontaktinformasjon på siden din, en fagartikkel om et emne du holder kurs i, eller en liste over alle kursene du har.

Vi oppfordrer deg til å legge ut artikler med **teori og fagstoff** på artikkelbasen i Kursagenten. Artiklene du legger ut hjelper deg å bli søkbar og synlig på internett. De som søker seg fram til disse artiklene er interessert i emnene du har skrevet om. Det vil si at de antakeligvis kan ha lyst til å gå på dine kurs.

Overskriften til en informasjonstekst skal konsist beskrive hva teksten omhandler. Den skal ikke være selgende slik som informasjonstekster og salgstekster. Skriver du for eksempel en tekst om effekten av reklame på barn, kan overskriften din enkelt og greit være *”Effekten av reklame på barn”*.

Tenk deg selv hva du ville gjort hvis du ville ha teori eller informasjon om et bestemt tema. Du ville antakeligvis gått inn på google eller kvasir og søkt etter informasjon om det du lurer på. Hvilke ord ville du brukt da? Hvis målet ditt var å lære å danse swing ville du kanskje søkt etter *”grunntrinn swing”*. Skriv informasjonsartikler der du objektivt lærer bort grunnleggende teori om det du holder kurs i. Bruk ord og fraser du tror kundene dine bruker når du skriver artiklene.

PUBLISER FAGARTIKLER

Nyhetstekster

Nyhetstekster er rett og slett artikler om nyheter. Her kan du skrive om nye kurs du har, og reportasjer med intervju av deltakere osv. Du har mye å tjene på å få aviser og andre medier til å skrive om deg. Lesere stoler mer på det de leser i nyhetsartikler enn de gjør på reklameannonser.

En **nyhetsoverskrift skal fange oppmerksomheten** til leserne. Tabloidene er veldig flinke til dette. Se på overskriftene i VG og Dagbladet for å få tips. Nyhetsoverskrifter kan ligne veldig på salgsoverskrifter fordi det du egentlig skal gjøre er å selge artikkelen til leseren. Det vil si at du må **synliggjøre** fordelene leseren har av å lese artikkelen. Du kan for eksempel skrive *”Spar hundretusener i arveavgift!”* eller *”Nå er det perfekte rafteforhold i Sjoa!”*.

PUBLISER NYHETSARTIKLER

Bruk det du har lært i dette avsnittet til å skrive bedre salgstekster, nyhetstekster og informasjonstekster til hjemmeside, brosjyrer, og artiklene/annonsene her på Kursagenten. I det neste avsnittet vil du lære om hvordan du best mulig skal utnytte samarbeide med Kursagenten.

Få mest mulig ut av samarbeidet med Kursagenten

Kursagenten er et nettbasert samfunn der alle kurstilbydere i Norge kan samarbeide om å gjøre hverandre synlige for alle typer kurs på internett. Dette gir mange fordeler for deg som har annonser og artikler her på Kursagenten. I dette avsnittet vil du lære om fordelene med Kursagenten, og hvordan du kan bruke det du har lært om salg og søkemotoroptimalisering til å få flest mulig kursdeltagere gjennom annonsene og artiklene du legger ut.

- Hvordan alle medlemmene i Kursagenten samarbeider om å **gjøre hverandre synlig**
- Hva som er **inkludert i medlemskapet** hos Kursagenten
- **Optimaliser kursannonsene dine** for søkemotorene
- Bruk artikler til å **bli enda mer synlig**

Samarbeid med andre kurstilbydere for å gjøre kursene dine synlig

Det er mye jobb å gjøre alt du trenger for å optimalisere siden din slik at du får bedre rangering på google og de andre søkemotorene. I stedet for å bruke energi på å gjøre din egen hjemmeside søkbar, kan du bruke annonsene og artiklene du legger ut på Kursagenten til å gjøre deg synlig på internett. Du kan selvfølgelig linke til hjemmesiden din fra annonsene og artiklene du legger ut på Kursagenten.

Når du linker til Kursagenten fra nettsiden din, hjelper du din annonse å få høyere rangering på søkemotorene. Etter hvert som Kursagenten får høyere page rank vil dine artikler og annonser få bedre rangering på søkemotorene. Det vil si at hvis noen søker på google om noe som er relevant for deg og dine kurs, vil du bli rangert høyere jo flere medlemmer Kursagenten har.

Du kan sammenligne Kursagenten med at du hadde gått sammen med andre kurstilbydere om en felles nettside, for å dele på kostnadene ved å gjøre dere synlig på internett. Kursagenten er akkurat det samme, bare i mye større skala. Alle dere som legger ut artikler og annonser, og i tillegg linker til Kursagenten, **hjelper hverandre å bli synlig.**

Dette er inkludert i medlemskapet hos Kursagenten:

- Du kan legge ut **så mange kurs du vil**. Når du først er medlem kan du legge ut alle kursene du har.
- Du kan gi kunden **utfyllende informasjon** om kursene dine i kursannonsene:
 - Du kan legge ut **logo eller bilde** som blir synlig både i søkeresultatene og i annonsevisningen
 - Du kan legge ut **all relevant informasjon** du har om kursene dine, som pris, tidspunkt, varighet osv.
 - Du kan skrive så mye **fritekst** du vil om hvert enkelt kurs. Dette gjør at du får utnyttet det du har lært om å skrive salgstekst.
 - Du kan legge ut **uttalelser fra fornøyde kursdeltakere** som blir synlig i annonsevisningen.
- Du kan legge ut **nyhets og informasjonsartikler** som blir søkbare og skaper interesse for kursene dine.
- Du får en **personlig agent** hos Kursagenten som hjelper deg med alt du måtte lure på om hvordan du gjør kursene dine synlige på internett. Agenten din vil også se over annonsene og artiklene du legger ut, og hjelpe deg å optimalisere disse for søk.
- Du **binder deg kun for en måned** om gangen, så hvis du av en eller annen grunn ikke skulle være fornøyd kan du når som helst melde deg av. Det er mange kurstilbydere som har kurs på sesongbasis, og ikke ønsker å ligge ute på Kursagenten hele året. Da betaler man bare for de månedene man vil ligge ute. Vi lagrer all informasjon dere har lagt ut slik at dere slipper å gjøre det på nytt når dere melder dere på igjen.

Hvordan du skriver en optimal kursannonse

Hva ville du gjort hvis du var ute etter et kurs i powerpoint presentasjoner? Du ville vel kanskje gått inn på google og søkt etter ”kurs i powerpoint presentasjoner”? Tenk deg i stedet at det er du som er tilbydereren av disse powerpoint kursene. Da ville vel du ha lyst til å komme langt opp når noen søkte etter ”kurs i powerpoint presentasjoner” på google?

Artiklene og annonsene du legger ut på Kursagenten gjør denne jobben for deg. Det eneste du trenger å gjøre å identifisere søkeordene og frasene du vil bli søkbar på, og bruke disse i annonsene og artiklene du skriver. Bruk det du har lært i denne artikkelen til å skrive optimale kursannonser og artikler. All tekst du bruker i artiklene og annonsene på Kursagenten vil bli søkbar på de store søkemotorene.

Annonseteksten må være skrevet som en salgstekst. Du må prøve å få leseren til å gjøre en handling. Enten prøver du å få leseren til bestille kurs av deg med en gang, eller så prøver du å få ham til å kontakte deg. Bruk tipsene du lærte om salg og hvordan du skriver en bra salgstekst til å formidle fordelene kundene har av å gå på kurset ditt.

Bruk Kursagentens artikkelbase til gjøre kursene dine enda mer synlig!

Du kan legge ut både nyhetsartikler og informasjonsartikler i artikkelbasen på Kursagenten. Jo mer stoff du legger ut i form av annonser og artikler på Kursagenten, jo flere ord blir du søkbar på i søkemotorene. Bruk artikkelbasen for å skape interesse for dine kurs. Kanskje du allerede har noen artikler på hjemmesiden din.

Hvordan du får utbytte av informasjonsartiklene du legger ut

Først og fremst anbefaler vi deg å legge ut **informasjonsartikler** der du gir leseren en innføring i teorien i et emne du holder kurs i. I disse artiklene må du skrive objektivt om et **fagstoff** du vet noe om. Gi leseren en enkel innføring i emnet eller faget over en A4 side eller tre. Bruk gjerne bilder og modeller for å gjøre artiklene dine mer levende. Gi leseren en så god innføring i emnet at han har lyst til å lære mer.

Hvis du for eksempel holder kurs i hvordan man lafter tømmerhytter, kan du skrive en artikkel om lafteteknikker, der du gir leseren en innføring i alle de viktigste teknikkene. De som søker etter en av disse på google vil komme til din artikkel, lese og lære av den, og mange vil sikkert vite mer om det de har lest om. Da følger de bare lenken fra artikkelen din til hjemmesidene eller kursannonseren din, der de kan melde seg på kurset med en gang.

Fagartiklene du legger ut på Kursagenten er **den viktigste kanalen for nye kursdeltagere**, fordi flere og flere bruker søkemotorer som google og kvasir til å finne informasjon om ting de lurer på. Det er artiklene du legger ut som er det folk søker seg fram til, og det er dette som skiller Kursagenten fra en vanlig katalogtjeneste. Man trenger ikke gå inn på Kursagenten for å finne deg og kursene dine. Kundene finner deg direkte gjennom artiklene du legger ut. Fra artiklene kan du linke direkte til kursannonser på Kursagenten og/eller din egen hjemmeside.

Hvordan du får utbytte av nyhetsartiklene du legger ut

Du kan også legge ut **nyhetsartikler** på Kursagenten. Her kan du skrive om morsomme ting som har skjedd på dine kurs, nye kurs dere lanserer, eller andre ting som kan hjelpe dine kurs å få oppmerksomhet på internett. Nyhetsartiklene er **glimrende for å skape tillit** til dine kurs.

Ta med intervjuer av fornøyde deltakere, og prøv å gi leseren et inntrykk av hvor morsomt det er å gå på dine kurs. Husk det du lærte om at hvis kunden føler at han kjenner deg eller har et personlig forhold til deg, vil han stole mer på deg. Bruk nyhetsartiklene for å få til dette. Når leseren har lest artikkelen er han kun et tastetrykk unna deg og dine kurs.

Vi anbefaler deg å legge ut en **miks av informasjonsartikler og nyhetsartikler** på Kursagenten. Jo flere artikler du legger ut jo flere ord blir du søkbar på i søkemotorene. Vi vil se igjennom artiklene før de blir publisert for å hjelpe dere å optimalisere de for søk.

Bli medlem av Kursagenten i dag!

Bli medlem av Kursagenten i dag, slik at du kan begynne å legge ut kursannonser og artikler med en gang. Dersom du av en eller annen grunn ikke skulle ønske å fortsette samarbeidet i Kursagenten kan du når som helst melde deg av. Du har ingenting å tape på å prøve.

Ettersom flere og flere kurstilbydere samarbeider for å bli synlige gjennom Kursagenten, vil annonsene og artiklene dine komme lenger opp på søkemotorene. På sikt vil du få muligheten til å laste opp videoer og lydfiler slik at du kan gi kundene en enda bedre innføring i emnene du holder kurs i.

Lykke til i jakten på nye kursdeltagere!

Når du melder deg inn vil du få en personlig agent som hjelper deg med alt du måtte lure på.