

Checkliste Aufbau von Online-Kursen



Vorwort

Mein Name ist Kristoffer Ditz und ich bin Trainer und Inhaber der Hanseatic Business School in Hamburg.

Neben Beratung und Seminaren biete ich auch Online-Kurse an.

Auf der Plattform Udemy habe ich über 100 Kurse veröffentlicht und bin damit einer der größten Dozenten im deutschsprachigen Raum.



Des Weiteren bin ich Online-Dozent für die Ausbildungsberufe "Kaufleute im E-Commerce", "Bürokaufleute" und "Fachwirte im E-Commerce".

An der Hochschule Fresenius unterrichte ich im Studiengang "Mode- und Designmanagement".

Als zertifizierter Trainer IHK und Online-Trainer (BZTB) sind Sie bei mir, was die Themen Training bzw. Online-Training betrifft in guten Händen.

Für viele Trainer war das E-Learning zu Anfang eher eine gute Ergänzung zu den angebotenen Seminaren. Insbesondere für die Kundengespräche war es hilfreich, zu erwähnen, dass es zu dem Seminar einen passenden Online-Kurs anstatt der Seminar-Ordner gibt, die von den Teilnehmern in der Regel nach dem Seminar ins Regal gestellt und nie wieder geöffnet wurden.

Bei den Online-Kursen ist dies anders, weil somit auch die Mitarbeiter, die nicht an dem Seminar teilnehmen konnten, eine Möglichkeit hatten sich das Wissen anzueignen.

Im Laufe der Zeit wurde die Nachfrage für Online-Kurse größer, da die Mitarbeiter nicht einen vollen Tag abwesend sind und den Online-Kurs in "ruhigen" Momenten des Arbeitsalltags absolvieren können.

Ebenso bieten sich die Online-Kurse auch wunderbar im Rahmen des Blended Learnings an.

Ganz egal ob Sie ausschließlich Online-Kurse erstelle, oder diese ergänzend zu Ihren Seminaren anbieten möchten, wird Ihnen diese Checkliste weiterhelfen.

Sie profitieren dabei aus meinem Wissen von über 100 selbst erstellten Kursen und dem Feedback meiner Teilnehmer, welches ich in die Kurse mit eingebaut habe.

In dieser Checkliste erfahren Sie, wie Sie Ihren Online-Kurs optimal aufbauen. Die Beispiele beziehen sich dabei auf die Plattform Udemy, allerdings können Sie die einzelnen Schritte auch auf alle anderen Online-Kurse übertragen.

1) Einleitung

Stellen Sie sich und Ihren Kurs "kurz" vor. In diesem Video erzählen Sie Ihren Teilnehmern, welche Themen der Kurs enthält und wieso Sie der geeignete Trainer für das Thema sind.

Achten Sie dabei darauf, dass die Einleitung nicht zu lang ist. Ihre potenziellen Kunden haben selten die Zeit sich zu lange mit der Einleitung aufzuhalten. Die Einleitung sollte nicht länger als 3 Minuten dauern. Besser sind sogar 100 Sekunden.

In der Regel dient die Einleitung für die Interessenten nur als kurze Ergänzung. Den wirklichen Hauptteil entnehmen die Teilnehmer Ihrer Landing-Page bzw. Produktbeschreibungsseite.

2) So funktioniert...

Dieser Abschnitt beschreibt entweder wie Ihre Plattform aufgebaut ist. Das heißt, wo können Ihre Teilnehmer Dateien herunterladen, die Geschwindigkeit, Lautstärke, etc. einstellen. Wo kann bewertet werden.

Close

Wie würdest du diesen Kurs bewerten?

Fantastisch, besser als erwartet!



Sollten Sie die Online-Kurse auf Ihrer eigenen Website vermarkten, sollten Sie den Teilnehmern eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Verfügung stellen, in dem beschrieben wird, in welchen Zeitabständen gelernt werden sollte, wann sollte eine Wiederholung stattfinden, wo kann der Teilnehmer Sie am besten kontaktieren, wenn Fragen entstehen, usw.

3) Wer ist Ihr Trainer?

In dieser Video-Lektion können Sie sich ausführlicher vorstellen als in der Einleitung. Diese Video-Lektion sollte bereits in der Vorschau abrufbar sein. Teilen Sie Ihren potenziellen Teilnehmern auch gerne mit, dass wenn diese an Ihren Werdegang nicht interessiert sind, sie gerne zum nächsten Video wechseln können.

Ich persönlich habe die Erfahrung gemacht, dass gerade dieses Video bei den Teilnehmern sehr beliebt ist.

Des Weiteren hat es den Vorteil, dass Ihre Teilnehmer ein besseres Vertrauen bekommen, wenn sie merken, wie erfahren Sie für das Thema sind und es hilft auch für eine bessere Bewertung, weil die Teilnehmer Ihre Kompetenz jetzt besser einschätzen können.

✓ Lektion 1: Ⓞ Einleitung

(Vorschau eingeschaltet) ▾

✓ Lektion 2: Ⓞ So funktioniert Udemy

(Vorschau eingeschaltet) ▾

✓ Lektion 3: Ⓞ Wer ist Ihr Trainer? - Kristoffer Ditz

(Vorschau eingeschaltet) ▾

4) Vorschau

Für eine bessere Vermarktung sollten Sie eine Vorschau erstellen, in dem Sie die fertigen Lösungen zeigen oder Auszüge von den Inhalten. Dies können Sie sich so ähnlich vorstellen wie ein Trailer eines Films, oder einer Demo-Version von Computerspielen.

Bilder reichen dabei nur bedingt aus, insbesondere dann, wenn Ihre potenziellen Teilnehmer Sie noch nicht kennen, oder Sie gerade erst dabei sind Ihre Marke als Online-Trainer aufzubauen.

KAPITEL 2: 📄 Tabelle für Abweichung der Produktionskosten

✓ Lektion 4: Ⓞ Tabelle für Soll- Ist-Abgleich

(Vorschau eingeschaltet) ▾

✓ Lektion 5: Ⓞ Aufbau

▾

✓ Lektion 6: Ⓞ grüne Balken

▾

✓ Lektion 7: Ⓞ rote Balken

▾

✓ Lektion 8: Ⓞ Prozent-Abweichungen

▾

Produktionskosten in kEUR

Bereich	Ist	Plan	Δ EUR	Δ %
Material 1	120	125	-5	-4 ●
Material 2	211	192	+19	●● +10
Material 3	115	146	-31	●●●●● -21
Material 4	142	134	+8	● +6
Material 5	155	189	-34	●●●●● -18

Auszug Tabelle Soll-/Ist Abgleich

5) Produktbeschreibung oder Landingpage

Die Produktbeschreibung Ihres Online-Kurses oder Landing Page könnte als Herz der Vermarktung bezeichnet werden. Je besser diese aufgebaut ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich Ihr Interessent für den Kurs einschreibt bzw. diesen bestellt.

Allgemein

Schreiben Sie in diesen Bereich den Allgemeinzustand, zum Beispiel mit einer Frage oder Ausgangssituation, den Ihre Teilnehmer kennen bzw. zwangsläufig mit "Ja" beantworten.

Wichtig ist, dass der Teilnehmer sich schnell mit einem Problem wiederfindet.

Im Anschluss bieten Sie die Lösung mit Ihrem Online-Kurs an.

Inhalt

Verwenden sie im Inhalt Bullet-Points und geben Sie stichwortartig die Punkte an, die Ihre Teilnehmer in diesem Kurs lernen werden.

Zielgruppe

Wer ist Ihre Zielgruppe?

Am besten können Sie dabei die Umkehrmethodik verwenden – Für wen ist dieser Kurs nicht und dann wieder umdrehen, für wen der Kurs bestens geeignet ist. Somit verhindern Sie, dass Sie unzufriedene Kunden nach Kauf des Kurses haben, weil die Erwartungen nicht erfüllt werden konnten.

Voraussetzungen

Teilen Sie Ihren Teilnehmern unbedingt mit, was die Teilnehmer benötigen.

Ich habe in vielen anderen Kursen gesehen, dass Dozenten eine Software (u.a. Newsletter) beschreiben, aber mit keinem Wort wurde erwähnt, dass für die Software eine monatliche Gebühr von mindestens 59,- Euro anfällt. Sehr gut eignet sich auch der Satz = "... Kenntnisse von Vorteil". Damit geben Sie schon einmal eine Richtung vor.

Kursziel

Im Kursziel beschreiben Sie den Zielzustand Ihrer Teilnehmer.

Was werden diese nach der Bearbeitung des Kurses können.

Kursziel

Nach dem Online-Kurs sind die Teilnehmer in der Lage, Kennzahlen zu priorisieren und können diese effektiv im Controlling bzw. Reporting einsetzen.

Technischer Inhalt und Länge

Viele Trainer bieten einen Online-Kurs an, ohne mitzuteilen, wie lange der Kurs geht und wie viel Material (Dateien) es zum Download gibt. Es gibt Online-Kurse, die für rund 200,- Euro angeboten werden und die Länge beträgt gerade einmal 30 Minuten, davon 5 Minuten Vorstellung vom Trainer.

TECHNISCHE Daten

- 5 Video MP4 Dateien (71,0 MB)
- 3 Excel Dateien (78 KB)
- 2 PDF Dateien (456 KB)
- 1 MP3 Datei (2.444 KB)

Online-Kurs Aufbau

Jeder Lern-Abschnitt enthält:

- Video-Einheit
- Audio-Datei oder Fachartikel zur Vertiefung
- praktische Übungsaufgabe

somit bleibt der Kurs abwechslungsreich und bietet einen hohen Lerneffekt.

Bearbeitungsdauer

- Videos: ca. 28 Minuten
- Text/Audio: ca. 15 Minuten
- Übungsaufgaben: ca. 3-4 Stunden

Trainer

Selbstverständlich sollten Sie neben dem Vorstellungsvideo auch noch einmal einen Text mit ein paar Sätzen zu Ihrer Person angeben. Dies wäre neben dem Video zwar doppelt, allerdings werden nicht alle Interessenten sich das Video ansehen, dafür allerdings den Text.

6) Inhalt des Online-Kurses

Im Idealfall ist Ihr Online-Kurs wie folgt aufgebaut.

- Videoeinheit von 3 bis 5 Minuten
- Audio-Datei oder Text (Fachartikel) zur Vertiefung
- Übungsaufgabe

Dies ist allerdings immer davon abhängig, welches Thema Sie im Online-Kurs vermitteln möchten.

Manchmal werden mehrere Minuten oder mehrere Videos angesetzt.

Sie sollten Ihren Teilnehmern neben den Videos allerdings immer Material (Dateien) anbieten, da es sich sonst um einen "reinen" Video-Kurs handeln würde.

7) Quiz

Zum besseren Verständnis können Sie zum Abschluss aller Video-Lektionen bzw. Einheiten ein kleines Quiz einbauen.

Sehr gut hat sich ein Multiple-Choice Test mit 4 möglichen Antworten bewährt.

Mit dem Quiz können die Teilnehmer wunderbar kontrollieren, ob das erworbene Wissen bereits angewendet werden kann, oder ob eine Lektion wiederholt werden sollte.

Zusätzlich könnten Sie auch noch einen Countdown einbauen, in dem die Fragen beantwortet werden müssen.



1/10

2:51

★ Frage 1:

Was ist die Aufgabe der Buchhaltung bzw. des Rechnungswesens

Ermittelt die Höhe der Schulden und des Vermögens

Bildet die Mitarbeiter zum Bilanzbuchhalter IHK aus

8) Flashback

Ein Flashback ist wie auch im Seminar eine Rückblende, in der die Teilnehmer gefragt werden, was diese im Seminar bzw. Online-Kurs gelernt haben und besonders wichtig war.

Die Rückblende führe ich bei sämtlichen Seminaren durch, am liebsten bei mehrtägigen Seminaren. In dem Fall führe ich das Flashback immer am nächsten Morgen durch. Die Teilnehmer werden somit "gezwungen" den Seminar-Tag nochmal Revue passieren zu lassen und aufzuschreiben, was Sie gelernt haben.

Speziell bei Udemy ist dies für die Bewertung ein besonderer Effekt, da der Kurs im Anschluss bewertet wird und die Teilnehmer beim Flashback meistens sagen, *"ach ja, das habe ich ja auch gelernt"*, was sich positiv auf Ihre Bewertung auswirkt.

Was hat mir am besten gefallen?

1)

2)

3)

4)

9) Schlusswort

Zum Abschluss bedanken Sie sich bei dem Kunden, dass dieser Ihren Kurs absolviert und hoffentlich viel Neues gelernt hat.

Gerade bei Udemy sollten Sie darauf hinweisen, dass Sie sich über eine positive Bewertung freuen.

Des Weiteren können Sie auf die Bonus-Lektion hinweisen, die im nächsten Punkt erläutert wird.

Sie können das Schlusswort sowohl als Text (bei Udemy) als auch im Video einsetzen.

Super! Sie haben jetzt alle Lektionen erfolgreich absolviert.

Haben Sie schon gesehen, was es in der **Bonus-Lektion** für Sie gibt?

Wenn Ihnen der Kurs gefallen hat, würde ich mich sehr freuen, wenn Sie mir dafür eine 5 Sterne-Bewertung geben könnten.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg mit dem erlernten Wissen.

Ihr Trainer Kristoffer Ditz



10)Die Bonus-Lektion

Bei jedem Online-Kurs sollten Sie eine kleine Bonus-Lektion einbauen. In Dieser erhält der Teilnehmer zusätzliches Material, welches nicht in der Produktbeschreibung steht bzw. der Teilnehmer nicht gerechnet hat. Selbstverständlich empfehlen Sie dann noch weitere Kurse, die sich als Ergänzung anbieten.

Folgendes können bzw. sollten Sie in der Bonus-Lektion anbieten:

- Dieser Kurs bringt Sie weiter (Kurs zur Ergänzung)
- Gutschein-Code für den nächsten Kurs
- Tools zum Download (eBook, Hörbuch, Checklisten, etc.)
- Auszüge aus dem nächsten Kurs

Schlusswort

So, nun hoffe ich, dass Sie aus der Checkliste einiges mitnehmen konnten, um Ihre Online-Kurse ideal aufzubauen.

Wenn Sie möchten, buchen Sie gerne einen meiner Kurse bei Udemy.

Co-Trainer

Ich suche immer ehrgeizige Trainer, die auf UdeMy ihre Kurse vermarkten und an einer Kooperation interessiert sind.

Dabei könnte wir den Teilnehmern gemeinsam unsere Kurse gegenseitig empfehlen, oder ich versende eine Werbemail an meine Teilnehmer und sie beteiligen mich an den Einnahmen Ihres Kurses.

Wenn Sie mehr erfahren möchten, schreiben Sie mich gerne an:

kditz@hanseatic-business-school.com

Weitere Informationen erfahren Sie auf meiner [Website](#)

Ihr Kristoffer Ditz