

ACTION PLAN

고객에게 보여지는 것(외부 브랜딩, 마케팅)

1. 최대한 단순하고 세련되고 직관적인 UXUI, 디자인(홈페이지, 앱, 브로셔, 상패 등)
2. 단순하고 직관적인 가격구조(다른 사람들에게 "장건 00 강의는 얼마다"를 소개하게 쉽도록)를 유지한다. 수강기간, 환불규정(환불액) 결제 전 정확히 공지
 - 얼리버드, 할부, 할인, 프로모션 가격 없애는 것 고민 필요
3. 무료 강의 제공하고 회원가입시키기(가치제공, DB 수집)
 - FULL 강의 중 해당 강의의 퀄리티와 강사의 스타일, 타겟 등을 가장 잘 나타낼 수 있는 내용 30분 ~ 1시간 발췌, "샘플 강의 들어보고 결정하세요"
 - 무료 강의라고 해서 어그로, 세일즈만 있지 않고 실제 강의에서 가장 좋은 내용 발췌했다고 홍보. 유료 결제 안 할 거라고 걱정하지 말자. 1년에 2회 진행하는 오프라인 세미나는 바이럴 될 정도로 '좋은 의미로' 놀랍고 충격적이어야 함, 최면스러워야 함.
4. 강사제안서 더 섹시하게 다듬기 (강의를 안 하고는 못 배기게)
 - 디자인 퀄리티 높이기 (포켓컴퍼니 수준으로)
 - 이미 돈이 많은 강사에게 제안하는 방법과, 돈을 벌 구분하기
5. '내부적으로 유지할 수 있는 최대한 낮은 가격'을 고수한다. (33만원 ~ 99만원 이내)
6. 건물에진심 랜딩페이지(홈페이지) 제작 + PR + 블로그/유튜브 SEO 깎아놓기
 - 기획 초안 및 예산 선정하여 건진 주주들과 최종 협의 및 전달

실무 관련 오퍼레이팅, 효율화

1. 환불절차는 최대한 쉽고 직관적이게, CS를 안 거치도록 자동화하기
2. 강의 런칭 월 3~4회 진행(강사 섭외는 아래 출처 참조)
 - 배민아카데미 강사
 - 중간계캠퍼스, 마마무, 김영갑교수, 장사는전략이다 성과사례에 있는 브랜드
 - 클래스101, 클래스유 등에서 강의를 하거나 유튜브를 하고 있는 사람
 - 최근 핫한 브랜드 (네이버 검색량, 네이버 트렌드 참조)
 - 캐치테이블 웨이팅 top100, 포브스 선정 핫플
3. 구글 공유 드라이브 폴더 + 스프레드 시트 + 캘린더 정리 & 통일 필요