

JAK WYRÓŻNIĆ SIĘ NA RYNKU

10 sposobów, by Twój
produkt nie zginął w tłumie



JAK WYRÓŻNIĆ SIĘ NA RYNKU

10 sposobów, by Twój produkt nie zginął w tłumie

Rozejrzyj się wokół w swojej niszy.

Zapewne jest tam już sporo produktów innych twórców, prawda?

Z jednej strony to dobra wiadomość, bo oznacza to, że rynek jest zdrowy, opłacalny i jest popyt.

Z drugiej strony, możesz zastanawiać się, jak sprawić, żeby to właśnie Twój produkt ludzie wybrali spośród innych.

W tej checkliście przygotowałam dla Ciebie dziesięć sprawdzonych sposobów, które pozwolą Ci to osiągnąć:

1. Zapewnij unikalną treść

Najlepszy sposób, aby się wyróżnić, to dostarczyć coś, czego inni nie mają.

Może masz autorską strategię, o której nikt jeszcze nie mówi?

A nawet jeśli nie stworzyłaś czegoś totalnie nowego, prawdopodobnie znasz własne wskazówki, triki i sposoby działania, których inni nie ujawniają.

Nie trzymaj tego tylko „w głowie”.

Podziel się tym w treści produktu, a nawet w materiałach promocyjnych – ludzie zaczną Cię kojarzyć jako osobę, która ma unikalne, wartościowe informacje. A to jest wystarczający powód, żeby sięgnęli po Twój produkt.

2. Zaprezentuj materiał w unikalny sposób

Większość produktów typu „jak to zrobić” wygląda bardzo podobnie: krok 1, krok 2, krok 3... i tak dalej.

To działa, ale nie wyróżnia Cię od tłumu! Możesz zrobić to inaczej.

Na przykład:

Metoda aliteracji

Niech każdy krok zaczyna się od tej samej litery, np.:

- „Definiowanie celu”,
- „Dobór słów kluczowych”,
- „Doskonalenie oferty”...

To sprawia, że Twoja struktura jest nie tylko inna, ale łatwiejsza do zapamiętania.

Akronim

Każdy krok zaczyna się od litery akronimu, który jest łatwy do zapamiętania:

np. system S.T.A.R.T.:

- Skopiuj temat
- Testuj pomysły
- Analizuj rynek
- Rozwij treść
- Tworzenie oferty

To sprawia, że Twój produkt ma własny branding koncepcyjny, co wyróżnia go na rynku.

3. Stwórz własny USP (unikalną propozycję sprzedaży)

USP: czyli powód, dla którego klient ma kupić właśnie Twój produkt.

Zastanów się: Czy jesteś jedyna w czymś konkretnym w swojej niszy?

Czy Twoje doświadczenia, historia lub kwalifikacje sprawiają, że Twój produkt brzmi bardziej wiarygodnie?

Np. Jeżeli uczyłabyś pisania przemówień, a wcześniej pracowałaś jako scenarzystka mów znanych mówców to to jest właśnie USP, które wyróżnia Cię od wszystkich innych.

USP nie musi być globalnie znane, ale musi być znaczące dla Twojej grupy docelowej.

4. Skup się na rezultatach

Twoi klienci nie chcą samej informacji, którą widzą wszędzie!
Twoi klienci chcą po prostu wyników (i to szybko!).

Dlatego produkt, który tylko tłumaczy „co to jest”, nie będzie tak silny jak ten, który daje:

- zadania,
- ćwiczenia,
- konkretne działania,
- a najlepiej nawet informację zwrotną lub coaching.

Kiedy włączysz do produktu zadania do wykonania (a w kursie możliwość przesłania odpowiedzi lub otrzymania wskazówek), sprawiasz, że treść jest nie tylko teoretyczna, ale praktyczna i co ważne: transformacyjna.

5. Dodaj narzędzia praktyczne

Wiele produktów daje tylko “suchą” wiedzę i teorię, której nikt nie pamięta po 30 minutach...

Tymczasem większość osób oczekuje narzędzi, które ułatwią wdrożenie tej wiedzy w praktyce!

Takie narzędzia to na przykład:

- checklisty
- worksheetsy (karty pracy)
- szablony
- planery
- gotowe skrypty/teksty
- aplikacje lub miniarkusze

Takie dodatki powodują, że produkt jest funkcjonalny i użyteczny, a nie tylko „mądry”.

6. Zaprezentuj produkt profesjonalnie

Czy chcesz tego czy nie, ludzie faktycznie oceniają książkę po okładce: również jeśli chodzi o infoprodukty takie jak kursy czy ebooki!

Dlatego warto zadbać o:

- profesjonalną grafikę okładki
- estetyczny projekt wnętrza dokumentu
- czytelne formatowanie
- dobrze zorganizowane sekcje

Jeśli nie potrafisz tego zrobić sama, zatrudnij kogoś (np. na Fiverr czy Upwork), aby to wykonał profesjonalnie.

Lub skorzystaj z moich 400 gotowych projektów dla ebooków w Canvie, gdzie wystarczy, że wkleisz swoją treść i zdjęcia! [Kliknij tutaj by pobrać Szablony.](#)

Profesjonalne opakowanie produktu cyfrowego, powoduje, że odbiorca automatycznie ocenia treść jako bardziej wartościową i produkt bardziej jakościowy (co zmniejsza opór przed zakupem).

7. Zbuduj swoją ekspertyzę

Produkt stworzony przez eksperta sprzedaje się lepiej niż produkt bez kontekstu autorytetowego.

Pokaż więc w marketingu i wewnątrz samego produktu:

- ✓ kim jesteś
- ✓ jakie masz doświadczenie
- ✓ jakie masz osiągnięcia
- ✓ dlaczego to, co mówisz, działa

Pisz w sposób pewny, zdecydowany i prowadzony jak lider, nie wahaj się, nie zmiękczaj komunikatów.

Zamiast pisać: „Może warto rozważyć...” pisz: „Zacznij od...”

To subtelna różnica, ale ogromnie wpływa na percepcję jakości.

8. Dodaj dużo dodatkowej wartości

Podstawowe informacje są okej, ale produkty, które zostawiają czytelnika z „niedosytem”, nie sprzedają się tak dobrze jak te, które oferują:

- głębokie materiały
- prezentacje/tutoriali wideo
- przykłady „krok po kroku”
- kompletne narzędzia ułatwiające wdrożenie
- dodatki edukacyjne

Np. jeśli twój kurs uczy, jak prowadzić trening fitness, możesz do niego dołączyć:

- komplet ćwiczeń „done-for-you”
- zestawy treningów
- video pokazujące wykonanie każdego ćwiczenia

Dzięki temu klient ma wszystko, czego potrzebuje, by od razu zacząć działać.

9. Oferuj treści w wielu formatach

Każdy uczy się w inny sposób. Jedni wolą czytać, inni oglądać, a jeszcze inni po prostu słuchać...

Dlatego doskonałym pomysłem jest danie klientom różnych opcji, np. wideo + audio + transkrypcje w formie tekstowej.

Dzięki temu Twój produkt trafia do większej liczby odbiorców, staje się bardziej „przyjazny” i daje użytkownikowi wybór.

10. Dziel się osobistymi doświadczeniami

Wielu twórców infoproduktów po prostu kopiuje to, co mówią inni, nie dzieląc się niczym własnym.

To sprawia, że produkty brzmią tak samo i nudzą.

Ale kiedy opowiesz o swoich osobistych doświadczeniach, o:

- ✓ triumfach i sukcesach
- ✓ błędach i “porażkach”
- ✓ zwątpieniach i obawach
- ✓ momentach przełomowych

...to Twoja treść stanie się znacznie bardziej wiarygodna i wartościowa.

Ludzie nie kupują treści, oni kupują Twoje doświadczenie i zaufanie. A uwierz, że z tego uczą się najwięcej!



Teraz Twoja kolej...

Jestem przekonana, że masz wielu konkurentów, ale bardzo niewielu z nich naprawdę wie, jak wyróżnić się na rynku.

Jeśli zastosujesz te 10 strategii, Twój produkt:

- będzie bardziej wartościowy
- będzie lepiej postrzegany
- przyciągnie uwagę odbiorców
- a co najważniejsze, będzie częściej kupowany

Wyróżnianie się nie polega na przypadkowych trikach! Wyróżnianie się to świadome wybieranie wartości, jakości i przemyślanych rozwiązań.

Pomyśl, jak możesz się wyróżnić od innych, stosując jedną lub kilka strategii, których właśnie się nauczyłaś?

