Interreg Co-funded by the European Union
Central Baltic Programme
WoDiLab

# KURSA IDEJAS VALIDĀCIJA – APTAUJAS SISTĒMAS RĪKKOPA

**Praktisks soli pa solim ceļvedis, kā pārbaudīt savu kursa ideju pirms kursa veidošanas**

## Kāpēc šī rīkkopa ir svarīga

Šajā WoDiLab posmā tu jau esi izdarījusi kaut ko ļoti nozīmīgu.

Tu esi paņēmusi savu pieredzi, intereses, zināšanas un virzienu —
un sākusi to visu pārvērst iespējamā kursa idejā.

Tas ir lielisks sākums.

Taču pirms tu pavadi stundas, veidojot slaidus, ierakstot video, gatavojot darba lapas vai plānojot moduļus, ir viens ļoti svarīgs solis, ko izdarīt vispirms:

### Pārliecināties, vai tava ideja patiešām ir vajadzīga un interesanta reāliem cilvēkiem.

Tieši to šī rīkkopa palīdz izdarīt.

Šo procesu sauc par **kursa idejas validāciju.**

Vienkārši sakot, validācija nozīmē:
tā vietā, lai vispirms kaut ko izveidotu un tikai pēc tam saprastu, vai cilvēkiem tas vispār ir vajadzīgs,
tu vispirms iegūsti atgriezenisko saiti no cilvēkiem, kuriem vēlies palīdzēt.

Tas palīdz atbildēt uz tādiem jautājumiem kā:
Vai šī tēma tiešām ir aktuāla?
Vai šī problēma cilvēkiem ir pietiekami svarīga?
Vai viņi to apraksta tā, kā es iedomājos?
Ko viņi jau ir mēģinājuši darīt?
Ko viņi patiesībā vēlas sasniegt?
Kura manas idejas daļa viņiem šķiet visnoderīgākā?

Šis nav process, kurā tu pierādi, ka tava ideja ir laba vai slikta.

Tas ir process, kurā tu **iemācies klausīties** — un, balstoties uz to, padarīt savu ideju:
skaidrāku
stiprāku
noderīgāku
Iedomājies to kā dārza veidošanu.

Pirms tu iestādi veselu dārzu, tu vispirms pārbaudi augsni.

Tu paskaties, kādi ir apstākļi.

Tu saproti, kas tur vispār var augt.

Tieši to šī rīkkopa palīdz izdarīt ar tavu kursa ideju.

# Ko ietver šis validācijas process

Šī rīkkopa ved tevi cauri vienkāršam 5 soļu procesam.

Tev nav viss jāapgūst uzreiz.
Tu vari iet soli pa solim.

# Pilnā validācijas sistēma

### 0. solis — Nosaki precīzu aptaujas fokusu

Izlem, ko tieši vēlies noskaidrot.

### 1. solis — Izveido un izplati aptauju
Sagatavo īsu aptauju un uzaicini atbilstošus cilvēkus tajā piedalīties.

### 2. solis — Pateicies cilvēkiem skaidri un cieņpilni
Parūpējies, lai viņu pieredze noslēdzas ar skaidrību un pateicību.

### 3. solis — Sniedz vērtību pēc aptaujas
Nosūti noderīgu informāciju tiem, kuri atstājuši savus kontaktus.

### 4. solis — Papildu uzaicinājums (pēc izvēles)
Vēlāk, ja tas ir piemēroti, vari uzaicināt interesentus spert nākamo soli.

### 5. solis — Pārdošana (pēc izvēles)
Ar laiku šis process var dabiski novest arī līdz piedāvājumam vai pārdošanai.

Šajā WoDiLab posmā tavs galvenais fokuss ir uz pirmajiem soļiem:
izvēlēties fokusu
izveidot un izplatīt aptauju
pateikties cilvēkiem
sniegt kaut ko noderīgu pēc tam

Papildu uzaicinājums un pārdošana nāk vēlāk — ne tagad.

## 0. SOLIS - NOSAKI PRECĪZU APTAUJAS FOKUSU
Pirms tu uzraksti kaut vienu jautājumu, apstājies un skaidri definē:

**Par ko tieši būs šī aptauja?**

Tavai aptaujai jābūt cieši saistītai ar:
tavu mikro-nišu
tavu tēmu
tavu ideālo auditoriju
problēmu vai rezultātu, ko tavs kurss varētu risināt

## Kāpēc tas ir svarīgi

Ja tava aptauja ir pārāk vispārīga, arī atbildes būs vispārīgas.

Sākumā tas var šķist noderīgi, bet bieži tas rada vairāk neskaidrības nekā skaidrības.

**Piemēri**

Pārāk vispārīgi:
“Kas ir tavi lielākie veselības izaicinājumi?”

Labāk:
“Kas tev sagādā vislielākās grūtības, mēģinot uzlabot miegu menopauzes laikā?”

Pārāk vispārīgi:
“Kas tev biznesā sagādā vislielākās grūtības?”

Labāk:
“Kas tev sagādā vislielākās grūtības, mēģinot atrast pirmos maksājošos klientus kā iesācējai?”

Jo konkrētāks ir aptaujas fokuss, jo vieglāk būs:
uzrakstīt labus jautājumus
piesaistīt pareizos cilvēkus
saprast saņemtās atbildes

## Jautājumi, ko sev uzdot

- Kam šī aptauja ir paredzēta?
- Kādu tieši tēmu es vēlos izpētīt?
- Kādu konkrētu problēmu vai rezultātu es vēlos labāk saprast?
- Vai īstais cilvēks uzreiz sapratīs, ka šī aptauja ir domāta viņam?

## Piemēri skaidram fokusam

• sievietes pēc 40, kuras vēlas uzlabot miegu
• mammas, kurām ir grūtības komunicēt ar pusaudžiem
• iesācēji, kuri vēlas izveidot savu pirmo online kursu
• sievietes, kuras atgriežas darba tirgū pēc pauzes
• cilvēki, kuri vēlas mazināt stresu ar vienkāršām ikdienas praksēm

Aptaujas fokuss ir pamats visam pārējam.

Ja šis solis ir skaidrs, viss pārējais kļūst daudz vienkāršāks.

## 1. SOLIS - IZVEIDO SAVU APTAUJU

Tava aptauja nav jāveido sarežģīta vai formāla.

Tai nav jāizklausās akadēmiski.

Tai nav jābūt “perfektai”.

Tās galvenais uzdevums ir pavisam vienkāršs:

- palīdzēt tev labāk saprast cilvēkus
- parādīt, kas viņiem patiešām ir svarīgi
- atklāt likumsakarības, kuras vēlāk vari izmantot savā kursā

Laba aptauja ir:

- īsa
- konkrēta
- viegli aizpildāma
- saprotama īstajai auditorijai

Tai jābūt tādai, lai cilvēkam būtu vienkārši un patīkami uz to atbildēt.

## 1.1 Izveido skaidru un piesaistošu aptaujas nosaukumu

Pirmais, ko cilvēki redz, ir nosaukums.

Un nosaukumam ir viens svarīgs uzdevums:

palīdzēt īstajam cilvēkam saprast:
“Šis ir par mani.”

Labs nosaukums parasti skaidri parāda divas lietas:

- kam šī aptauja ir domāta
- par kādu tēmu tā ir

### Vienkārša nosaukuma formula

Vari izmantot šādu struktūru:

**“Atklāj lielākos izaicinājumus, ar kuriem saskaras [tava auditorija], kad runa ir par [tava tēma].”**

Tu vari šo formu nedaudz pielāgot, bet galvenais ir saglabāt skaidrību.

### Piemēri

- Atklāj lielākos izaicinājumus, ar kuriem saskaras sievietes pēc 40, kad runa ir par miega uzlabošanu
- Atklāj lielākos izaicinājumus, ar kuriem saskaras iesācēji kursu veidošanā, izvēloties savu tēmu
- Atklāj lielākos izaicinājumus, ar kuriem saskaras pusaudžu mammas komunikācijā ar bērniem
- Atklāj lielākos izaicinājumus, ar kuriem saskaras sievietes, atgriežoties darba tirgū pēc pauzes

### Kāpēc tas darbojas

Šāds nosaukums uzreiz parāda:

- kam tas ir domāts
- par ko ir runa
- ka tu centies saprast problēmas, nevis kaut ko pārdot

Un tas palielina iespēju, ka īstie cilvēki vēlēsies piedalīties.

## 1.2 Izlem, ko tu piedāvāsi pēc aptaujas

Viens ļoti praktisks solis šajā procesā ir šāds:
tu vari piedāvāt kaut ko noderīgu cilvēkiem apmaiņā pret viņu laiku.

To sauc par **vērtīgu turpinājumu pēc aptaujas.**

Tas nav "bonuss" vai balva.
Tas ir kaut kas, kas patiešām palīdz.

### Kāpēc vispār kaut ko piedāvāt?

Jo cilvēki velta savu laiku un uzmanību.

Un, ja viņi zina, ka pēc tam saņems kaut ko noderīgu, viņi biežāk ir gatavi piedalīties.

### Ko piedāvāt?

Labs variants ir kaut kas vienkāršs un saistīts ar tēmu:

- īss kopsavilkums par rezultātiem
- neliels ceļvedis
- praktiski padomi
- īsa e-pastu sērija, kur katrā e-pastā tu pieskaries vienam no biežākajiem izaicinājumiem

### Svarīgi

Tam, ko tu piedāvā, jābūt saistītam ar tēmu.Examples

### Ko labāk nepiedāvāt

Izvairies no nesaistītām balvām, piemēram:

- dāvanu kartes
- izlozes
- nejaušas dāvanas

Kāpēc?

Jo tās piesaista cilvēkus, kuri interesējas par balvu — nevis par tēmu.

Un tev vajag pareizos cilvēkus, nevis vienkārši vairāk atbilžu.

## 1.3 Uzraksti uzaicinājuma ziņojumu

Kad aptauja ir gatava, tev vajadzīgs īss teksts, ar kuru uzaicināt cilvēkus tajā piedalīties.

Tu vari izmantot šo ziņojumu:

- Facebook grupās
- LinkedIn grupās
- e-pastā
- privātajās ziņās
- kopienās, kurās jau esi

## Ko vajadzētu ietvert uzaicinājumā

Labs uzaicinājuma teksts:

- paskaidro, par ko ir aptauja
- pasaka, kam tā ir domāta
- izskaidro, kāpēc tu to dari
- parāda, ka viņu viedoklis ir svarīgs
- pasaka, cik ilgu laiku tas aizņems
- piemin, ko viņi saņems pēc tam
- iekļauj saiti uz aptauju

## Vienkāršs piemērs

Sveika!

Šobrīd es pētu, kā labāk palīdzēt sievietēm pēc 40 uzlabot miegu un justies enerģiskākām.

Esmu izveidojusi īsu aptauju, lai labāk saprastu, kas šajā jomā sagādā vislielākās grūtības.

Ja šī tēma tev ir aktuāla, ļoti novērtēšu tavu viedokli.

Aptauja aizņem mazāk nekā 3 minūtes, un pēc tam es padalīšos arī ar galvenajiem secinājumiem un praktiskām idejām.

Tu vari piedalīties šeit:
[saite]

Paldies tev!

### Kāpēc tas darbojas

Jo šāds teksts ir:

- vienkāršs
- cilvēcīgs
- skaidrs
- bez spiediena

Tas izklausās pēc sarunas — nevis pārdošanas.

## 1.4 Saglabā aptauju īsu

Šis ir viens no svarīgākajiem principiem:

**Neveido aptauju pārāk garu.**

Labs aptaujas garums ir:

- no 3 līdz 10 jautājumiem
- visbiežāk pietiek ar 5 līdz 8 jautājumiem

### Kāpēc tas ir svarīgi

Ja aptauja ir pārāk gara:

- cilvēki to nepabeidz
- atbild steigā
- vai vispār nesāk

Īsa aptauja nozīmē:

- vairāk pabeigtu atbilžu
- kvalitatīvākas atbildes
- mazāk pārslodzes

### Svarīgākais princips

Tev nav jāuzdod visi iespējamie jautājumi.

Tev jāuzdod tie pareizie jautājumi.

## 1.5 Trīs galvenie jautājumi, kas jāiekļauj aptaujā

Tavas aptaujas pamatā ir trīs galvenie jautājumi.

Tie palīdz tev saprast:

1. problēmu
2. ko cilvēki jau ir mēģinājuši
3. kādu rezultātu viņi vēlas

Ar to vien jau pietiek, lai iegūtu ļoti vērtīgu informāciju.

### Galvenais jautājums 1: Kāds ir lielākais izaicinājums?

Šis jautājums palīdz saprast problēmu.

Tu vēlies noskaidrot:

- kur cilvēki iestrēgst
- kas viņus frustrē
- kas viņiem šobrīd šķiet grūti

### Piemēri

• Kāds ir tavs lielākais izaicinājums, kad runa ir par miega uzlabošanu?

• Kas tev sagādā vislielākās grūtības, mēģinot atrast pirmos klientus?

• Kas tev ir visgrūtākais, mēģinot justies pārliecinātāk darbā?

• Kas tev sagādā vislielāko stresu ikdienā?

### Kā uzdot šo jautājumu

Vari izvēlēties vienu no diviem veidiem:

**1. variants – atvērts jautājums**
Cilvēks atbild saviem vārdiem.

Tas palīdz:
- dzirdēt īsto valodu
- saprast emocijas
- atklāt negaidītas lietas

**2. variants – atbilžu varianti**

Tu piedāvā vairākas iespējas, no kurām izvēlēties.

Tas ir vienkāršāk:
- cilvēkiem atbildēt
- tev vēlāk analizēt

### Svarīgs praktisks noteikums

Ja izmanto atbilžu variantus:
- ne vairāk kā **7 varianti**
- pievieno arī **"Cits", ja iespējams**

Kāpēc?

Jo tu ne vienmēr vari paredzēt visas atbildes.

**Piemērs (miega tēma)**
Kas tev sagādā vislielākās grūtības, mēģinot uzlabot miegu?
- grūti iemigt
- bieža pamošanās naktī
- pārāk agra pamošanās
- nemiers vai trauksme pirms miega
- hormonālas izmaiņas ietekmē miegu
- nogurums pat pēc miega
- cits

### Galvenais jautājums 2: Ko cilvēki jau ir mēģinājuši?

Šis jautājums palīdz saprast:

- kādas darbības cilvēki jau ir veikuši
- kam viņi uzticas
- kas viņiem nav palīdzējis

### Kāpēc tas ir svarīgi

Ja cilvēki jau ir mēģinājuši risināt problēmu, tas nozīmē:

- problēma ir reāla
- viņi ir gatavi meklēt risinājumu

### Piemēri

- Ko tu jau esi mēģinājusi darīt, lai uzlabotu miegu?
- Ko tu jau esi darījusi, lai atrastu klientus?
- Ko tu jau esi mēģinājusi, lai samazinātu stresu?

### Atbilžu forma

Šim jautājumam vislabāk der atbilžu varianti.

Atkal:

- ne vairāk kā 7 varianti
- pievieno “Cits”

**Piemērs (biznesa tēma)**

Ko tu jau esi mēģinājusi darīt, lai atrastu klientus?

- publicēt saturu sociālajos tīklos
- uzrunāt paziņas vai kontaktus
- piedalīties pasākumos vai tīklošanā
- izmantot reklāmu
- strādāt ar mentoru vai kouču
- vēl neko neesmu mēģinājusi
- cits

### Kāpēc šis jautājums ir vērtīgs

as palīdz saprast:

- vai cilvēki jau investē savu laiku vai naudu
- kas viņiem līdz šim nav strādājis
- kur tavs kurss var piedāvāt labāku vai skaidrāku risinājumu

## Galvenais jautājums 3: Ko cilvēki vēlas sasniegt?

Šis jautājums ir par rezultātu.

Tu vēlies saprast ne tikai problēmu, bet arī:
**uz ko cilvēki tiecas**

### Piemēri

- Ko tu visvairāk vēlētos sasniegt, uzlabojot miegu?
- Ja šī problēma būtu atrisināta, kas tavā dzīvē būtu citādi?
- Kāds būtu ideālais rezultāts šajā jomā?

**Piemērs (miega tēma)**

- vieglāk iemigt
- gulēt bez pamošanās naktī
- pamosties atpūtusies
- just vairāk enerģijas dienā
- justies mierīgāk pirms miega
- uzlabot koncentrēšanos
- cits

### Kāpēc tas ir svarīgi

Šis jautājums palīdz tev vēlāk:

- definēt kursa rezultātu
- veidot kursa struktūru
- formulēt piedāvājumu
- runāt klienta valodā

## 1.6 Praktiski noteikumi aptaujas veidošanai

Lai tava aptauja būtu efektīva un viegli izmantojama, ievēro šos vienkāršos principus.

**1. Saglabā aptauju īsu**

Kopējais jautājumu skaits:
3 līdz 10 jautājumi
Visbiežāk pietiek ar:
5–8 jautājumiem

**2. Neveido pārāk garus atbilžu sarakstus**

Ja izmanto atbilžu variantus:

- ne vairāk kā 7 varianti
- cilvēkiem ir vieglāk izvēlēties
- tev būs vieglāk analizēt

**3. Pievieno "Cits"**

Ja tas ir iespējams, vienmēr pievieno opciju:
"Cits"

Tas dod cilvēkiem iespēju pateikt kaut ko, ko tu neesi paredzējusi.

**4. Izmanto atvērtos jautājumus ar nolūku**

Atvērtie jautājumi ir ļoti vērtīgi, bet:

- tie prasa vairāk laika atbildētājiem
- tie prasa vairāk laika tev, lai analizētu

Izmanto tos tur, kur patiešām vēlies dziļāku izpratni.

**5. Neuzdod liekus jautājumus**

Katram jautājumam jābūt ar mērķi.
Ja jautājums nepalīdz pieņemt lēmumus par kursu — to nevajag iekļaut.

**6. Raksti vienkārši un cilvēcīgi**

Izvairies no sarežģītas vai "biznesa" valodas.

Uzdod jautājumus tā, kā tu tos uzdotu sarunā.

## 1.7 Papildu jautājumi (pēc izvēles)

Trīs galvenie jautājumi ir pamats.

Daudzos gadījumos ar tiem pilnībā pietiek.

Taču, ja nepieciešams, vari pievienot arī papildu jautājumus.

Svarīgi

- Tev nav jāizmanto visi papildu jautājumi
- Izvēlies tikai tos, kas patiešām palīdz

### Papildu jautājums 1: Cik ilgi šī problēma pastāv?

Piemēri:

- Cik ilgi tu saskaries ar šo problēmu?
- Cik ilgi tu mēģini to risināt?

Tas palīdz saprast pieredzes līmeni.

### Papildu jautājums 2: Vecuma grupa

Uzdod šo jautājumu tikai tad, ja tas ir būtiski.

Piemēram:

- veselības tēmas
- dzīves posmi
- karjeras maiņa

Ja tas nav svarīgi — labāk neiekļaut.

### Papildu jautājums 3: Ienākumu līmenis

Šis ir jutīgs jautājums.

Uzdod to tikai tad, ja tas ir patiešām nepieciešams.

Piemēram:
- finanšu tēmas
- uzņēmējdarbība

### Papildu jautājums 4: Vēlamais atbalsta veids

Piemērs:

Kādā veidā tu vislabprātāk saņemtu atbalstu?
- individuāli
- mazā grupā
- pašmācības formātā
- ar materiāliem
- ar kopienas atbalstu

### Papildu jautājums 5: Interesējošās tēmas

Piemērs:
Kuras no šīm tēmām tevi interesē visvairāk?

Tas palīdz saprast, ko iekļaut kursā.

### Papildu jautājums 6: Jautājums, uz kuru vēlies atbildi

Piemērs:
Kādu jautājumu tu vēlētos uzdot par šo tēmu?

Šis bieži dod ļoti vērtīgas un negaidītas atbildes.

### Papildu jautājums 7: Kur cilvēki meklē informāciju

Piemēri:

- Kādos pasākumos tu piedalies?
- Kādas grupas tu apmeklē?
- Kādus resursus tu izmanto?

Tas palīdz saprast, kur vēlāk atrast līdzīgus cilvēkus.

### Svarīgākais princips

Nepārslogo aptauju.

Labāk mazāk jautājumu — bet precīzi.

## 1.8 Atvērtie jautājumi vai atbilžu varianti?

Šis ir viens no biežākajiem jautājumiem iesācējiem.

Ko labāk izmantot?

Atbilde ir vienkārša:
**der abi varianti.**

Taču katram ir savs mērķis.

### Atvērtie jautājumi

Cilvēks atbild saviem vārdiem.

**Plusi:**

- tu dzirdi īsto valodu
- vari pamanīt emocijas
- vari atklāt negaidītas lietas

**Mīnusi:**

- aizņem vairāk laika atbildēt
- dažreiz cilvēki izlaiž šo jautājumu
- tev pašai būs vairāk jālasa un jāanalizē

### Atbilžu varianti

Cilvēks izvēlas no piedāvātā saraksta.

**Plusi:**

- ātrāk aizpildīt
- vieglāk salīdzināt atbildes
- vieglāk analizēt

**Mīnusi:**

- tu redzi tikai to, ko pati esi ielikusi kā variantus
- var nepamanīt ko jaunu

### Labs sākuma variants

Ja tu tikai sāc, ļoti labi darbojas šāda pieeja:

- lielākā daļa jautājumu ar atbilžu variantiem
- īsi un skaidri saraksti
- opcija “Cits”
- 1–2 atvērtie jautājumi dziļākai izpratnei

Tas dod tev gan struktūru, gan dziļumu.

## 1.9 Pievieno noslēguma jautājumu par kontaktinformāciju

Aptaujas beigās pievieno vienu svarīgu jautājumu:
vai cilvēks vēlas atstāt savu vārdu un e-pastu, lai saņemtu to, ko tu solīji pēc aptaujas.

### Svarīgi

Šim jābūt:
• brīvprātīgam
• skaidram
• cieņpilnam

Cilvēkiem jābūt iespējai:
• atstāt kontaktus
• vai palikt anonīmiem

### Piemērs

Lai pateiktos par tavu dalību, es labprāt padalīšos ar īsu kopsavilkumu un praktiskām idejām, balstoties uz biežāk sastopamajiem izaicinājumiem šajā aptaujā.

Ja vēlies to saņemt, vari atstāt savu vārdu un e-pastu zemāk.

Ja nevēlies, vari droši pabeigt aptauju anonīmi.

Paldies par tavu laiku!

## 2. SOLIS - IZVEIDO PATEICĪBAS LAPU VAI NOSLĒGUMA ZIŅOJUMU

Kad cilvēks pabeidz aptauju, neatstāj viņu bez atbildes.

Vienkāršs pateicības ziņojums ir svarīga daļa no pieredzes.

### Kāpēc tas ir svarīgi

Tas:

- apstiprina, ka aptauja ir pabeigta
- parāda cieņu pret cilvēka laiku
- paskaidro, kas notiks tālāk

### Svarīga detaļa

Vari izveidot divus pateicības variantus:

1. Ja cilvēks atstāja e-pastu
Pateicies un informē, ka viņš saņems turpinājumu.

2. Ja cilvēks neatstāja e-pastu
Pateicies un, ja vēlies, dod vēl vienu iespēju to izdarīt.

**Piemērs (ar e-pastu)**
Paldies, ka veltīji laiku un padalījies ar savu pieredzi.
Tavas atbildes ir ļoti vērtīgas un palīdzēs izveidot praktisku atbalstu šajā jomā.

Drīzumā nosūtīšu tev noderīgu kopsavilkumu un idejas, balstoties uz biežāk sastopamajiem izaicinājumiem.

**Piemērs (bez e-pasta)**
Paldies, ka piedalījies aptaujā!
Tavas atbildes ir ļoti novērtētas.

Ja tomēr vēlies saņemt īsu kopsavilkumu ar galvenajiem secinājumiem un praktiskām idejām, vari atstāt savu e-pastu zemāk.

### Kāpēc tas ir vērtīgi

Tas:
• noslēdz pieredzi ar cieņu
• rada uzticību
• dod vēl vienu iespēju cilvēkam iesaistīties

Turpinām ar 11. un 12. lapu — šeit sākas ļoti praktiskā daļa par rīkiem un cilvēku atrašanu. Saglabāju to maksimāli skaidru un lietojamu.

## 3. SOLIS: IZVĒLIES VIENKĀRŠU APTAUJAS RĪKU

Šī ir vieta, kur daudzi sāk uztraukties.

Bet patiesībā — viss ir daudz vienkāršāk.

Tev nav nepieciešami sarežģīti rīki.
Tev nav vajadzīgas tehniskas zināšanas.

### Sāc ar vienkāršo

Pilnīgi pietiek ar kādu no šiem rīkiem:
• Google Forms
• SurveyMonkey
• Typeform

Tie ir:
• viegli lietojami
• pietiekami šim posmam
• ātri apgūstami

## Ja vēlāk gribēsi vairāk iespēju

Ir arī sarežģītāki rīki, piemēram:
• JotForm
• Gravity Forms

Tie ļauj veidot:
• sarežģītākas formas
• integrācijas
• pielāgotu dizainu

Bet šobrīd tas nav nepieciešams.

## Svarīgākais princips

Izvēlies rīku, kas tev šķiet:
• vienkāršākais
• saprotamākais
• vismazāk biedējošs

Šajā posmā uzvar vienkāršība.
Svarīgākais nav rīks.

Svarīgākais ir:
• jautājumi
• cilvēki, kuri uz tiem atbild

## 4. SOLIS: DALIES AR APTAUJU AR PAREIZAJIEM CILVĒKIEM

Tava aptauja ir gatava.

Tagad svarīgākais jautājums:
**Kam tu to rādīsi?**

**Tas ir ļoti svarīgi**
Jo pat ļoti laba aptauja nedos vērtīgu rezultātu, ja to aizpildīs nepareizie cilvēki.

### Galvenais princips

**Nesūti aptauju visiem.**
**Sūti to tiem, kuriem tā patiešām ir aktuāla.**

**Ko tas nozīmē praksē**
Ja tavs kurss ir paredzēts:

👉 sievietēm pēc 40 menopauzes laikā
— tad tev vajag tieši šos cilvēkus

👉 iesācējiem, kuri veido savu pirmo kursu
— tad tev vajag iesācējus, nevis ekspertus

### Kur tu vari dalīties ar aptauju

- Facebook grupās
- LinkedIn grupās
- savā e-pasta sarakstā
- kāda cita e-pasta sarakstā
- ar personīgajiem kontaktiem
- privātajās ziņās

## Sāc ar to, kas tev jau ir

Tas var būt:

• cilvēki tavā lokā
• bijušie klienti
• paziņas
• grupas, kurās tu jau esi
• cilvēki, kuriem šī tēma jau interesē

## Kāpēc tas strādā

Jo šie cilvēki jau ir:

• tuvāk tavai tēmai
• gatavāki atbildēt
• piemērotāki tavai auditorijai

## Svarīgs brīdinājums

Ja tu sūtīsi aptauju cilvēkiem, kuri nav tava auditorija:

• atbildes būs neprecīzas
• būs grūtāk izdarīt secinājumus

Tāpēc vienmēr izvēlies kvalitāti, nevis daudzumu.

## Cik atbildes vajadzētu?

Labs mērķis ir: **50–100 atbildes**

**Bet svarīgāk par skaitu**

Pat 10 kvalitatīvas atbildes var dot vērtīgu ieskatu.

Svarīgākais ir sākt.

## Atceries

Tev nav jābūt ideālam startam.

Tev vajag pirmo soli.

## 5. SOLIS: KĀ ATRAST CILVĒKUS SAVAI APTAUJAI

Tagad paskatīsimies konkrētāk:
kur tieši tu vari atrast cilvēkus, kuri aizpildīs tavu aptauju?

### 1. Facebook un LinkedIn grupa

Šīs var būt ļoti vērtīgas vietas, ja grupas ir saistītas ar tavu tēmu.

**Piemēri**

Ja tava tēma ir:

miegs sievietēm pēc 40
— meklē:
• menopauzes grupas
• veselības grupas
• sieviešu kopienas

pirmie klienti iesācējiem
— meklē:
• uzņēmējdarbības grupas
• sieviešu biznesa kopienas
• koučinga iesācēju grupas

**Svarīgi**

• izlasi grupas noteikumus
• pārliecinies, ka drīkst dalīties ar aptaujām
• esi cieņpilna un neuzbāzīga

### 2. Tavs e-pasta saraksts

Ja tev jau ir e-pasta kontakti — izmanto tos.
Bet tikai tad, ja šie cilvēki ir saistīti ar tavu tēmu.

**Svarīgi**
Nesūti aptauju cilvēkiem, kuriem šī tēma nav aktuāla.

Pretējā gadījumā:
• dati būs neprecīzi
• secinājumi — maldinoši

## 3. Kāda cita auditorija

Ja tu pazīsti kādu, kuram jau ir tava auditorija:
• kopienas vadītāju
• treneri
• uzņēmēju
tu vari pajautāt, vai viņš/viņa var padalīties ar tavu aptauju.

## 4. Privātās ziņas

Šis bieži ir viens no vienkāršākajiem un efektīvākajiem veidiem, kā sākt.
Tu vari uzrakstīt cilvēkiem personīgi.

### Kāpēc tas strādā

Jo tas ir:
• personīgi
• cieņpilni
• bez spiediena

**Privātās ziņas piemērs**
Šeit ir vienkāršs piemērs:

Sveika, [vārds]!
Šobrīd es strādāju pie kursa idejas par [tēma] un vēlos labāk saprast, ar kādiem izaicinājumiem cilvēki šajā jomā saskaras.
Esmu izveidojusi īsu aptauju, un, ja šī tēma tev ir aktuāla, ļoti novērtēšu tavu viedokli.

Aptauja aizņem tikai dažas minūtes: [saite]

Paldies tev!

### Kāpēc šis strādā

Jo tas ir:

- vienkārši
- skaidri
- personīgi
- bez pārdošanas

## 6. SOLIS: SNIEDZ VĒRTĪBU PĒC APTAUJAS

Šis solis bieži tiek aizmirsts.

Bet tas ir ļoti svarīgs.

### Ja tu solīji — izdari

Ja tu esi teikusi, ka nosūtīsi:

- kopsavilkumu
- padomus
- idejas

tad noteikti to izdari.

### Šeit sākas uzticība

Cilvēki redz, ka tu:

- dari to, ko saki
- sniedz vērtību
- ne tikai “vāc informāciju”

### Kad sūtīt turpinājumu

Sūti to pēc iespējas ātrāk, kad tev jau ir pirmās skaidrās tendences.
Vienkārša struktūra

**Vari sākt ar:**

3 īsiem e-pastiem

Piemēram:
• 1. diena
• 3. diena
• 6. vai 7. Diena

### Ko iekļaut e-pastos
Katrs e-pasts:
• nosauc vienu biežāko problēmu
• parāda, ka daudzi to minēja
• piedāvā vienu noderīgu ideju vai soli

### Kāpēc tas ir svarīgi
Šajā brīdī:
• cilvēki jūtas saprasti
• tu parādi savu kompetenci
• sāk veidoties uzticība

**Un vēl viens svarīgs moments**
Ja tu gaidīsi pārāk ilgi:
• cilvēki aizmirsīs
• saikne pazudīs

Tāpēc: rīkojies savlaicīgi

## 7. SOLIS: PĀRSKATI APTAUJAS REZULTĀTUS
Kad atbildes sāk nākt, nesteidzies uzreiz ķerties pie kursa veidošanas.
Vispirms mierīgi un uzmanīgi izskati atbildes.

### Ko tu meklē?
**Tu meklē likumsakarības.**

## Jautājumi, ko sev uzdot

• Kādi izaicinājumi atkārtojas visbiežāk?

• Kādus vārdus cilvēki lieto atkal un atkal?

• Kuras grūtības izklausās visemocionālākās?

• Ko cilvēki visvairāk vēlas sasniegt?

• Ko viņi jau ir mēģinājuši?

• Kas, šķiet, viņiem līdz šim nav palīdzējis?

**Svarīgs princips**
Viena atbilde var būt interesanta.
Atkārtojošās atbildes ir svarīgas.

## Ko pierakstīt

Analizējot rezultātus, pieraksti:
• biežāk sastopamos izaicinājumus
• atkārtojošās frāzes
• emocionālos izteicienus
• biežākos mērķus
• pārsteidzošus atklājumus

### Kāpēc tas ir svarīgi

Tieši šeit tu iegūsti:
• īsto klienta valodu
• īsto problēmas būtību
• reālu izpratni par situāciju

Tas ir pamats tavam kursam.

# 8. SOLIS: PĀRVĒRT REZULTĀTUS KURSA VIRZIENĀ

Tagad tu izmanto to, ko cilvēki tev ir pateikuši.

## Kā atbildes pārtop kursā

**Problēmas → tēmas**

Ja daudzi cilvēki min vienu un to pašu izaicinājumu, tas var kļūt par:

- kursa moduli
- nodarbību
- galveno tēmu

**Cilvēku valoda → tavs teksts**

Vārdi un frāzes, ko cilvēki lieto, ir ļoti vērtīgi.

Tos vari izmantot:

- kursa nosaukumā
- piedāvājumā
- komunikācijā
- pārdošanas tekstos

**Vēlamie rezultāti → kursa solījums**

Tas, ko cilvēki vēlas sasniegt, palīdz tev definēt:

- kursa mērķi
- gala rezultātu
- transformāciju

**Iepriekšējie mēģinājumi → iespēja izcelties**

Ja cilvēki jau ir mēģinājuši dažādas lietas, bet bez rezultāta, tas nozīmē:

- viņiem vajag skaidrību
- struktūru
- vienkāršāku pieeju
- praktisku sistēmu

## Kas šeit notiek patiesībā

Šajā brīdī tava ideja:
vairs nav tikai tavā galvā.

Tā sāk balstīties uz reāliem cilvēkiem un reālu pieredzi.

### Kāpēc tas ir tik vērtīgi

Tavs kurss kļūst:

- precīzāks
- noderīgāks
- vieglāk saprotams
- pievilcīgāks auditorijai

**Un vēl viens svarīgs ieguvums**

Kad tu vēlāk piedāvāsi savu kursu:
tu jau zināsi:

- ko cilvēki vēlas
- kā viņi runā
- kas viņiem ir svarīgi

Tas padara pārdošanu daudz dabiskāku

Jo tu neradi kaut ko “uz minējumiem”.
Tu radi kaut ko, kas jau ir balstīts realitātē.

## *Svarīgi atgādinājumi iesācējām kursu veidotājām*

Pirms tu dodies tālāk, atceries dažas svarīgas lietas.

**1. Tev nav vajadzīga perfekta aptauja**
Pietiek ar skaidru un saprotamu aptauju.

**2. Tev nav vajadzīga liela auditorija**
Sāc ar cilvēkiem, kuri tev jau ir sasniedzami.

**3. Tev nav jāuzdod visi iespējamie jautājumi**
Uzdod tos, kas patiešām palīdz saprast situāciju.

**4. Tev nav vajadzīgi sarežģīti rīki**
Vienkārši risinājumi šajā posmā ir vislabākie.

**5. Tev nav jāgaida pārliecība**
Pārliecība visbiežāk rodas pēc pirmā soļa, nevis pirms tā.

**6. Nesūti aptauju nejaušiem cilvēkiem**
Svarīgāk ir, lai atbild īstie cilvēki — nevis lai atbilžu būtu daudz.

**7. Rīkojies laicīgi**
Ja sola sniegt vērtību pēc aptaujas — izdari to ātri.

## *Atceries*

Tu necenties izveidot kaut ko perfektu.

Tu centies saprast, kas patiešām ir svarīgs.

## *Tavi nākamie soļi*

Šeit ir viss process vienkāršā secībā:

1. Nosaki aptaujas fokusu
2. Izveido skaidru nosaukumu
3. Izlem, ko piedāvāsi pēc aptaujas
4. Sagatavo jautājumus
5. Izveido aptauju izvēlētajā rīkā
6. Uzraksti uzaicinājuma ziņojumu
7. Dalies ar aptauju ar atbilstošiem cilvēkiem
8. Pārskati atbildes un meklē likumsakarības
9. Sniedz vērtību pēc aptaujas
10. Izmanto iegūto informāciju sava kursa veidošanai

## *Noslēguma doma*

Ja tas viss tev ir jauns — tas ir pilnīgi normāli.
Ja jūties mazliet nedroši — tas arī ir normāli.

Šis ir pārejas posms
No:
👉 “Man ir ideja”
uz:
👉 “Es veidoju kaut ko reālu”

Tev nav jābūt ekspertei visā
Tev nav jārunā perfekti.
Tev nav jāzina viss.
Tev nav jāizdara ideāli.
Tev vienkārši jāsāk

Jo, tiklīdz tu sāc klausīties cilvēkos:
• tava ideja kļūst skaidrāka
• nākamais solis kļūst vieglāks
• un pārliecība aug

**WoDiLab pieeja**
Nevis perfekcija.

Bet:
skaidrs, praktisks un drosmīgs progress.