配套资源 · 上线与售卖

落地页与售卖文案

定位、定价、渠道文案与转化路径

4 周发售节奏

3 条朋友圈文案

5 个异议回应

本节目录

一句话定位

三条产品线

目标人群的三句话

定价建议

发售节奏（4 周）

朋友圈文案（3 条）

公众号开头（150 字）

社群公告

五个常见异议

转化路径

素材清单

一句话定位

不做工具测评，只教能交付的作品：三门职业课，每门都以一个可验收的产出结束。

三条产品线

课程	人群	产出	周期
AI 视频全流程	创作者、商家、运营	30 秒成片 + 报价单	2 周
Agent 工程实战	开发者、产品经理	工作流 + 评测集 + 权限清单	3 周
电商视觉	电商、设计、品牌	6 张组图 + 详情页 + 批量流程	2 周

目标人群的三句话

- “我会做图，但客户总说产品变形。”
- “我会用 AI，但接单时不知道怎么报价。”
- “我们想把重复流程自动化，又怕它闯祸。”

课程分别对应：准确性、交付与报价、可控与合规。

定价建议

版本	建议区间	理由
自学版	199–399	低于一次外包单，决策成本低
陪跑版	799–1499	含点评，接近一次小项目
企业版	5000 起	按内训与改造工作量报价

正式价格上线前再定；先用试学验证“愿意付多少”。

发售节奏（4 周）

周	动作	目标
W1	找 3 人试学	拿到卡点与评分
W2	改课 + 做 3 条样片/案例	有可展示的产出
W3	预售（早鸟价）	10 个种子用户
W4	正式发售 + 涨价	稳定转化

不要等“完美”再卖。试学通过就可以开预售。

朋友圈文案（3 条）

条 1（问题）

> 客户说“产品怎么变形了”，你改了五版还是不对。不是模型不行，是你没先锁住产品卡。新做了一门电商视觉课，第一讲就讲怎么让杯子还是那个杯子。

条 2（结果）

> 8 讲，做一条能发的 30 秒片：分镜、首帧、数字人、剪辑、报价。不是教你玩工具，是教你按客户要求交付。

条 3（试学）

> 找了 3 个人试学，通过才上线。现在开放 10 个早鸟名额，先到先得。

公众号开头（150 字）

> 我们花了三个月，把公开资料里“能教”的部分拆成了三门课：视频、Agent、电商视觉。每门课都从一句客户原话开始，以一张验收表结束。没有“100 个神器”，只有能交付的作品。

社群公告

> 新课试学招募：3 人、7 天、一个真实任务。完成产出 + 填评分表，送完整版一讲。适合正在接单或准备接单的人。

五个常见异议

异议	回应
“网上免费教程很多”	免费教工具，课程教验收与报价；这是接单和自学的差别
“工具更新太快”	讲选型方法与标准，工具参数按季度改
“我零基础”	视频与电商可以从零；Agent 需要基础
“学了能赚钱吗”	不承诺收益，只承诺能交付一个可验收的作品
“太贵了”	对比一次返工或一次外包的价格

转化路径

1. 落地页看三门课 → 2. 下载试学任务单 → 3. 进 3 人小组 → 4. 试学通过 → 5. 早鸟价 → 6. 正式版。

每一步只要求一个动作，不要同时放“购买、咨询、关注、加群”。

素材清单

- 落地页：32_落地页/index.html（自包含，可直接部署）
- 三门课目录：index.html
- 试学包：29_试学包/
- 案例图/样片：待补（每门 3 个）