配套资源 · 执行清单

上线执行清单

试学、改课、预售、发售，每天做什么

4 周排期

每周一个指标

含跟踪表

本节目录

当前状态（2026-11-20）

准备（Week 0）

Week 1：试学

Week 2：改课与案例

Week 3：预售

Week 4：正式发售

每周只看一个数

风险与应对

一页跟踪表

结项标准

> 目标：4 周内完成试学、改课、预售与正式发售。每周只盯一个指标。

当前状态（2026-11-20）

- 首发课：AI 视频职业版（已定），8 讲三件套已完成；
- 内容闸门：已过 G1/G2，9 篇联网核价与修订已完成；第 1–2 讲测验已入目录；
- 并行：AI 音乐 3 讲已按审核单修订，课后测已入目录，可排 1 人试学；
- 阻塞项：3 名试学生未定、落地页缺联系方式与二维码、3 个案例待补；
- 本轮出口：试学通过 + 落地页可售 + 10 个预售名额。

准备（Week 0）

- [x] 选定首发课：AI 视频全流程（2026-11-20）
- [ ] 找 3 人：零基础 / 会剪辑 / 已接单
- [ ] 建一个 3 人小群，发试学方案
- [x] 准备 7 天试学执行包（D0–D8 消息与记录表）
- [ ] 发任务单与评分表
- [ ] 约定交作业时间（第 7 天）
- [ ] 准备好自己的案例：3 张图或 1 条 30 秒片

Week 1：试学

天	动作
D1	发第 1、2 讲，确认工具能跑通
D3	收分镜与首帧，记录卡点
D5	发第 5 讲，收口播片段
D7	收作品、评分表、问卷
D7	写一页结论：通过 / 不通过 + 三条修改

指标：完成率 ⩾ 2/3，平均分 ⩾ 4.0。

Week 2：改课与案例

- [ ] 按卡点改 1–2 讲，不整本重写
- [ ] 补 3 个案例：一条成片、一组图、一个工作流
- [ ] 把案例放进落地页
- [ ] 录 1 条 60 秒试看
- [ ] 定早鸟价与正式价

Week 3：预售

- [ ] 发朋友圈 3 条（问题 / 结果 / 试学）
- [ ] 公众号发一篇（150 字开头 + 目录）
- [ ] 社群发公告，限 10 个早鸟名额
- [ ] 收款方式与发票说明准备好
- [ ] 建学员群，发开课时间

指标：10 个预售名额。

Week 4：正式发售

- [ ] 落地页替换联系方式与二维码
- [ ] 上线课程门户与试看
- [ ] 早鸟价结束，恢复正式价
- [ ] 收集第一批反馈
- [ ] 决定第二门开课时间（Agent 或电商）

指标：首周转化率 ⩾ 3%。

每周只看一个数

周	指标	健康值
W1	试学完成率	⩾ 66%
W2	案例数	3 个
W3	预售人数	10 人
W4	转化率	⩾ 3%

风险与应对

风险	应对
试学没人完成	任务减半，先保证走完
评分低	改讲次，不降价
预售不足	先卖单讲，验证需求
退款	交付前确认范围，写清退款条件
没时间	只做首发课，其他两门延后

一页跟踪表

事项	负责人	截止	状态
3 人试学	用户招募 / 架构师发放	11/22	待开始
改课	内容撰写 + 审核教练	12/06	待试学结果
3 个案例	用户提供素材 / 架构师整理	12/06	待素材
落地页更新	架构师页面 / 用户联系方式	12/06	阻塞
预售 10 人	用户	12/13	未开始
正式发售	用户 + 架构师	12/20	未开始

结项标准

- 试学通过；
- 案例可展示；
- 落地页可访问；
- 至少 10 人付费或明确意向。

四项齐，才算这一轮上线完成。
