



Джо Витале
Джиллиан Коулмен Уиллер
Как быстро заработать деньги в Интернет

*Текст предоставлен правообладателем http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=586605
Как быстро заработать деньги в Интернет: Эксмо; Москва; 2010
ISBN 978-5-227-02444-2*

Аннотация

С помощью этой книги вы сможете заработать в Интернете солидный капитал. Быстро! Всемирно известный автор книг о Секрете притяжения любых благ – успеха, счастья, богатства – Джо Витале расскажет о своих секретах ведения бизнеса в Интернете. В этой книге нет сложной технической информации – в ней описывается, как с помощью простых и эффективных методов можно значительно повысить уровень продаж в любом интернет-магазине, какие бы товары или услуги в нем ни предлагались. Вы узнаете, как можно заработать на интернет-аукционах, партнерских программах, на сайтах социальных сетей, а также на любой информации, которой вы располагаете. Вы научитесь создавать гипнотические тексты для своего веб-сайта и завоевывать доверие пользователей. Книга написана доступным языком и предназначена для читателей любого уровня подготовки.

Содержание

Предисловие	4
Часть I	6
Глава 1	6
Глава 2	16
Глава 3	40
Глава 4	56
Глава 5	63
Глава 6	68
Часть II	78
Глава 7	79
Глава 8	95
Глава 9	117
Часть III	135
Глава 10	136
Глава 11	143
Глава 12	147
Глава 13	151
От авторов	160

Джо Витале, Джиллиан Коулмен Уиллер

Как быстро заработать деньги в Интернет

Предисловие

Интернет стирает границы

Пишу это предисловие после того, как прочитал в Сингапуре лекцию для двух с половиной тысяч начинающих предпринимателей, которые хотят заниматься интернет-бизнесом. Я говорил слушателям о том, как изменился современный мир и что скоро некоторые проснутся в новой реальности, в то время как другие, продолжая спать, повторят судьбу динозавров.

Мой приятель Джо Витале прислал мне электронное письмо из Уимберли, штат Техас, которое я прочитал в гостиничном номере Сингапура. Он спрашивал, не соглашусь ли я написать предисловие к новой книге, которую они с Джиллиан Уиллер только что завершили.

С Джиллиан я встречался несколько лет назад на семинаре в Лос-Анджелесе, а Джо – мой старинный друг, которого я очень люблю. Это не друг на один день, которого ценят за какие-то услуги, а настоящий друг, дружба с которым выше любых различий и существует там, где эти различия не имеют значения, а все люди представляют собой одно целое. Запомните эту мысль.

Я согласился, хотя даже не читал книгу.

Сейчас, возвращаясь в Окленд после недолгой поездки на Филиппины, я сижу в аэропорту Сингапура в небольшом джаз-баре.

Только что я продемонстрировал вам, как устроен новый мир. Я показал вам образец нового мышления. Вы уловили его? Если нет, я дам еще несколько подсказок.

Вы, очевидно, заметили, что решение написать это предисловие было основано на отношениях с реальными людьми, а не на холодном расчете и мыслях о возможной прибыли.

Кроме того, вы, должно быть, заметили, что то, где человек находится, не имеет никакого значения.

Отношения между людьми уже преодолели время и расстояние, потому что электронная почта позволяет забыть о них. Джо может написать мне электронное письмо в Техасе, а я прочту его в Сингапуре спустя считанные минуты.

Вы уже начинаете догадываться? На самом деле, следует обратить внимание еще на кое-что.

Уверен, Джо понимал, хотя и не говорил об этом, что мое согласие было условным. Он знал, что оно всецело зависело от того, насколько мне понравится книга.

Вероятно, пятьдесят лет назад все происходило бы по-другому. Тогда даже некачественный товар мог активно продвигаться и был бы успешен исключительно благодаря рекламной шумихе.

Это иногда происходит и сегодня, однако жизненный цикл некачественных товаров значительно сократился. Благодаря интенсивной рекламе некачественный товар может стать популярным, однако его популярность так же стремительно сойдет на нет по причине плохого качества.

Пятьдесят лет назад все было по-другому. Тогда реклама могла скрыть неудовлетворительное качество. Контроль над средствами массовой информации позволял рекламодателям скрыть правду в оглушительном потоке рекламы. Сегодня же СМИ (как и другие рычаги воздействия) становятся менее централизованными.

Вот почему веб-сайты иудейской и мусульманской религиозных организаций упоминаются на одной странице книги, которую вы собираетесь прочесть, и никого это не удивляет.

Я верю в то, что люди ценят одни и те же вещи (и друг друга), несмотря на внешние различия. Правда этого утверждения подтверждается снова и снова, по мере того как мы наблюдаем новые тенденции, которые приносит развитие Интернета.

Итак, как сказанное мною относится к книге о создании интернет-бизнеса? На самом деле, я говорю об универсальном ключе, открывающем дверь в мир успешного интернет-бизнеса. Если вы еще не догадались, я сформулирую основные принципы ведения современного бизнеса.

1. Относитесь к людям с уважением.

2. Производите товары высокого качества и оказывайте услуги самого высокого уровня.

Если вы не понимаете, почему необходимо следовать этим правилам, можете попытаться какое-то время действовать по старым правилам. Эти правила гласят: вы «выше» всех окружающих; активное продвижение важнее качества. Придерживайтесь этих правил, но, я уверен, боль от ушибов при падении с высоты излишнего самомнения заставит вас вернуться на верный путь.

Хотя я не очень-то волнуюсь за вас. В наши дни ушибы лечатся быстро.

Часть I

Основа бизнеса

Марк Джойнер, автор бестселлера «Наука упрощать жизнь и получать от нее по максимуму»

Эта книга посвящается предпринимателям, пытающимся найти идеальный бизнес.

Добро пожаловать!

Глава 1

Все начинается с нас самих

В этой книге мы расскажем о создании бизнеса в Интернете. Мы поможем выбрать модель бизнеса и предложим четкий и эффективный план действий, предоставим инструменты, которые упростят создание бизнеса и повысят доходы.

Структура

Информация, которой мы хотели бы поделиться, разбита на три части. В первой части вы узнаете о создании плана интернет-бизнеса и построении его фундамента. Во второй части рассматриваются необходимые действия, а в третьей рассказано об инструментах, которые помогут развивать бизнес. Каждая часть этой книги важна, поэтому рекомендуем знакомиться с ними по порядку.

В книге содержатся статьи приглашенных экспертов. Мы попросили своих друзей – специалистов в определенной области поделиться знаниями, которые, по нашему мнению, будут очень полезны для вас. В конце каждой главы представлено резюме с дополнительной информацией и ссылками на интернет-сайты. Советуем внимательно знакомиться с приведенными на этих страницах материалами.

Помните о том, что ссылки на интернет-ресурсы часто меняются, и к тому моменту, когда книга попадет в ваши руки, некоторые из приведенных ссылок могут утратить актуальность. В таком случае рекомендуем вводить название сайта в поисковую систему, например Google, чтобы найти действующие ссылки.

Жизнь и бизнес

Бизнес нельзя создать на пустом месте. Он развивается на основе опыта всей вашей жизни. Поэтому прежде чем перейти к основному содержанию книги, хотим немного рассказать о своей философии бизнеса и жизни в целом. Кроме того, мы рассмотрим некоторые аспекты бизнеса, которые наверняка вам пригодятся.

Мы возлагаем большие надежды на развитие бизнеса в Интернете. По всей видимости, мы стоим на пороге создания новой мировой экономики. Основой этой экономической системы станет отказ от бездушных, обезличенных компаний и создание компаний, которыми управляют известные люди и небольшие группы. Несомненно, малый бизнес всегда играл важную роль, однако с изобретением Интернета небольшие компании оказались в ситуации, когда можно получать большой доход при минимальной инфраструктуре и уме-

ренных вложениях денежных средств и сил. Эта тенденция будет развиваться и расширяться. И вы сможете ощутить это на себе.

Мы верим в то, что случайностей не бывает. Все события в жизни происходят с определенной целью. Все происходящее с нами дает возможность учиться, развиваться и двигаться вперед к той жизни, о которой мы мечтаем. Даже самые неприятные, самые непредсказуемые события, которые случаются с нами, можно превратить в положительный опыт, как и из лимона можно сделать лимонад.

Оба автора книги пережили трудные времена. Джо Витале какое-то время не имел крыши над головой. Джиллиан была матерью-одиночкой и на протяжении нескольких месяцев выживала только благодаря продовольственным талонам. Нас обоих уволили с работы. Каждый из нас прошел через развод. Мы потеряли людей, которых любили, пережили депрессию и опустошенность.

Но сегодня мы оба известные люди с собственным успешным бизнесом. У нас прекрасные дома и чудесные отношения с любимыми людьми. Чтобы достичь этого, мы использовали ряд интеллектуальных и духовных инструментов, однако их исчерпывающее описание не является нашей целью в данной книге. Вкратце можно сказать, что мы создали в уме четкую картину жизни, о которой мечтали, и точно настроились прийти именно к такой жизни. На каждом этапе пути мы помнили о том хорошем, что было в нашей жизни, и были благодарны за это. Мы не позволяли себе сосредоточиться на том, чего у нас не было, и фокусировали внимание и воображение на своем видении идеальной жизни и на том направлении, в котором твердо были намерены следовать. Мы были терпеливы и преданы своей цели. Мы действовали, следуя вдохновению и с каждым днем приближаясь к той прекрасной реальности, в которой живем сейчас.

Мы уважаем ваши убеждения, независимо от степени вашей религиозности и духовности. Мы верим в то, что во Вселенной существует Высший разум. У Высшего разума есть свой план на каждого из нас и на наш вклад в изменение того мира, в котором мы живем. Ключ к тому, чтобы понять свое предназначение, – обращать внимание на свои желания. Если в вашем сердце есть определенное желание и оно несет добро (то есть не приносит вреда другому человеку), не отворачивайтесь от него. Следуйте своим желаниям, и перед вами откроется план действий.

У обоих авторов книги есть желание писать, обучать других и управлять собственной компанией. Мы предпочитаем не усложнять свой бизнес. Некоторые наши знакомые, занимающиеся интернет-коммерцией, построили крупные, многоуровневые компании с большим штатом сотрудников и офисами. Думаем, это не для нас.

Мы оба хотим работать дома, рядом с людьми, которых любим, и со всеми необходимыми удобствами. Нам нравится делать перерывы, чтобы поплавать в бассейне или, как в случае Джо Витале, потренироваться на открытой спортивной площадке в собственном дворе. Мы любим послеобеденный сон. Нам нравится возможность встретиться с друзьями, когда нам этого хочется, чтобы выпить чашечку кофе. Мы верим в то, что сделанное добро всегда воздается, и делаем добро каждый своим способом.

Нам нравится путешествовать по интересным местам. Джо обожает отдыхать на Гавайях. Недавно во время поездки с выступлениями он всем сердцем полюбил Польшу. Джиллиан со своей семьей много времени проводит на северо-западе Тихого океана и в Мексике. Они с мужем планируют пожить пару лет в Европе, после того как отправят младших детей учиться в колледж. В конце концов, мы можем управлять интернет-компаниями из любого уголка мира. Все, что нам нужно, – это высокоскоростное подключение к Интернету.

Мы определенно можем назвать себя предпринимателями. Очевидно, и вы чувствуете в себе задатки предпринимателя, иначе не стали бы читать эту книгу. Предприниматели – уникальные люди. Мы говорим на языке, который отличается от языка других людей, потому

что видим больше возможностей. И мы написали эту книгу, чтобы говорить на этом языке с вами, чтобы передать наши знания, которые позволят вам жить согласно своему жизненному плану. Жить той жизнью, о которой вы мечтаете.

Как обстоят дела на данный момент?

Начиная работать над новым проектом, вы не можете знать наперед все последующие действия. По ходу работы на каждом новом этапе будет возможность делать тот или иной выбор. Однако у вас должно быть представление о первых шагах, которые необходимо предпринять. Итак, давайте начнем с малого. Во время чтения этой части (как и любой другой части книги) мы бы советовали держать под рукой блокнот, чтобы записывать возникающие мысли и идеи.

Как у вас на данный момент с работой? Есть ли у вас постоянная работа, которая вам нравится или хотя бы вас устраивает? Если это так, то можете заниматься созданием интернет-бизнеса в свободное от работы время. Это вполне осуществимо. Многими успешными интернет-проектами управляют в свободное время люди, у которых есть основная работа. Еще больше людей начинали работать в свободное время, а потом это стало их главным занятием.

А может быть, вы домохозяйка, студент или человек с ограниченными физическими возможностями и заинтересованы в дополнительном заработке? Бизнес в Интернете – прекрасный шанс увеличить доход. Многие женщины начинали работать над небольшими интернет-проектами, которые развились до такого уровня, что мужья присоединились к ним, уволившись с работы, и дети также начинали участвовать в семейном бизнесе. Многие студенты добивались дохода, который превышал сумму, которую бы они заработали, работая по выбранной специальности.

У нас есть друг-музыкант, у которого обнаружили рассеянный склероз. Осознав снижение своих физических способностей и невозможность дальше играть на музыкальных инструментах, он вместе с женой занялся интернет-бизнесом, который до сегодняшнего дня покрывает все их расходы. Вы можете почитать об этом человеке на сайте www.ClayCotton.com или посетить его сайт по долгосрочному медицинскому страхованию www.prepsmart.com.

Возможно, вы недавно ушли с работы или вас уволили? Именно так пришла в интернет-маркетинг Джиллиан. Она занималась маркетингом в компании, разрабатывающей программное обеспечение. У нее была любимая работа и высокая зарплата. После краха отрасли она вместе с тысячами других вдруг оказалась безработной. На протяжении двух лет она искала работу, связанную с маркетингом, но когда компании не получают прибыли, они сокращают расходы на маркетинг. До этого она много лет работала консультантом по вопросам грантов, бизнеса и взаимоотношений с государственными органами, но ей не хотелось заниматься поиском новых клиентов. Это означало бы для нее шаг назад.

В течение этих двух лет ее друзья Том Поли и его жена Диана развивали свой интернет-бизнес и уговаривали ее попробовать себя в этом направлении. Том познакомил Джиллиан со своим соседом Джо Витале, и Джо тоже стал ее уговаривать. В конце концов она сделала шаг в неизведанное. Она создала веб-сайт, где обучала поиску грантов и заявок на их получение, а также учреждению неприбыльных организаций. С первого же года этот бизнес стал приносить хорошие деньги.

В этот период муж Джиллиан имел постоянное место работы (сейчас он участвует в их совместном бизнесе), поэтому семья имела надежный источник доходов. Мы не рекомендуем резко бросать работу и начинать интернет-бизнес, если у вас нет сбережений или другого источника дохода. Но если вы уже потеряли работу, то можете трудиться много, быстро

и эффективно для развития своего бизнеса. Вы способны на это. Мы лично знакомы с сотнями людей и слышали о тысячах тех, кто обеспечил безбедное существование себе и своим близким при помощи интернет-бизнеса.

Каковы ваши интересы, таланты и опыт?

Мы твердо уверены в том, что бизнес должен приносить удовольствие. Жизнь слишком коротка, чтобы проводить ее без удовольствия. Кроме того, такой подход поможет пережить периоды, когда придется работать сутки напролет, а такое возможно в начале вашей деятельности или во время работы над большим проектом.

Природа человека такова, что он стремится к удовольствиям. Не любя свою работу, вы найдете способ ее неосознанно саботировать. Если вы любите свою работу и получаете от нее удовольствие, это гарантия продвижения к успеху вашего бизнеса.

Что приносит удовольствие лично вам? Если вы обожаете ездить на мотоцикле, то можете создать интернет-бизнес, связанный с мотоциклами. Если увлекаетесь гольфом или теннисом, можете построить свой бизнес, исходя из спортивного увлечения.

Может быть, вы шьете, вяжете или вышиваете? Или сами создаете одежду? Тогда хобби может стать вашим бизнесом. А возможно, вы художник? Музыкант? Режиссер? Ваш интернет-бизнес может быть связан с областью искусства, которым вы занимаетесь.

Как вы до сих пор зарабатывали себе на жизнь? Если вы работали стоматологом, архитектором, сантехником или наборщиком текстов, значит, обладаете навыками для формирования фундамента нового бизнеса. Десятки тысяч технических специалистов, рабочих и офисных сотрудников уже использовали свои знания и навыки для создания успешных интернет-проектов.

Может быть, вы мать или отец? Если вы успешно воспитываете своих детей, значит, обладаете одним из важнейших навыков в мире. Вы хорошо готовите? Вы научились строить гармоничные отношения с супругом? Следовательно, у вас есть знания, которыми вы можете поделиться, а значит, и потенциальная ниша для бизнеса.

Абсолютно любые интересы, таланты и навыки могут послужить основой для успешного интернет-бизнеса при условии, что Всемирной сетью пользуется достаточное количество людей, которые заинтересованы в том, что вы можете предложить. Другими словами, необходимо определить, есть ли рынок для вашего бизнеса. Мы расскажем, как это сделать.

Чего вы хотите?

Если вы не отличаетесь от большинства людей, то наверняка прожили значительную часть жизни так, как этого хотели другие. Когда вы были ребенком, правила устанавливали ваши родители. Они решали, где вы будете жить, в какой школе учиться, в котором часу вставать и ложиться спать. Если вам очень повезло с родителями, то, возможно, они помогли выявить ваши таланты и развить их. Но если они были похожи на многих других любящих, но невнимательных родителей, то скорее всего указывали вам, каким спортом заниматься и на каком музыкальном инструменте играть.

Позднее правила вашей жизни могли определять любимый человек или друзья. Если вы живете с человеком, который терпеть не может отдых на природе, то зачастую проще отказаться от своего желания поехать на рыбалку или сходить в поход, чем спорить о том, как провести выходные. Если вы втайне мечтаете играть на флейте, но друзья сочли такое увлечение странным, вы можете отказаться от своей мечты. Вот так, шаг за шагом мы отказываемся от того, что приносит нам радость.

Самым большим препятствием на пути к жизни, о которой вы мечтаете, может быть ваша работа. Скорее всего, ваш начальник требует, чтобы вы приходили на работу в строго определенное время. Может быть, вы заперты в офисных стенах на протяжении восьми часов каждый день. Возможно, вам не хватает общения или, наоборот, приходится общаться больше, чем хотелось бы.

Хуже всего то, что работа может навевать на вас тоску, но у вас не будет возможности продемонстрировать миру свои таланты.

Если бы вы могли жить так, как хотите, какая бы это была жизнь?

Предлагаем вам несколько вопросов, которые следует задать себе, чтобы разобраться в этом. Вы можете писать ответы прямо в книге.

Упражнение 1

В котором часу я предпочитаю вставать по утрам?

Когда я предпочитаю ложиться?

Во сколько мне хочется начинать работать? Когда я работаю наиболее эффективно?

Когда я наиболее энергичен?

Чем бы я хотел заниматься большую часть времени? Ниже перечислены некоторые возможные варианты ответов.

– Писать.

– Иметь дело с компьютером, например программированием или созданием веб-сайтов.

– Составлять планы.

– Заниматься организационной работой.

– Выполнять графические работы.

– Придумывать новые товары и услуги.

– Делать что-то своими руками.

– Снимать фильмы.

– Сочинять музыку.

– Обучать.

– Общаться с людьми.

– Руководить.

– Другое.

Хочу ли я работать дома?

Хочу ли я работать в офисе?

Сколько времени для меня желательно проводить на рабочем месте?

Сколько времени я хотел бы проводить вне офиса?

В каких условиях мне комфортно работать?

Мне хочется иметь окно с видом на парк? Или мне нравится работать в закрытом помещении, чтобы была возможность сосредоточиться?

Какие физические нагрузки я предпочитаю? В какое время дня?

Какую часть времени я хотел бы общаться с друзьями?

Сколько времени я хотел бы проводить в одиночестве?

Мне удобнее работать одному или в сотрудничестве?

Хотелось бы мне руководить подчиненными? Или я предпочитаю работать самостоятельно, обращаясь к другим, когда мне нужна помощь?

Сколько времени я бы хотел проводить с семьей?

Чем бы мне хотелось заниматься с родными и друзьями?

Хотелось бы мне путешествовать? Насколько много?

Каким хобби я бы хотел заняться?

Хочется ли мне продолжать учиться? Чему именно?

Несомненно, есть и другие вопросы, которые можно задать себе.

Упражнение 2

Вот другое упражнение, которое вы, возможно, выполняли ранее. Оно очень эффективно, и мы советуем повторять его по меньшей мере раз в год. Спросите себя:

Если бы я знал, что мне осталось жить год, как бы я прожил это время?

Что бы я изменил в своих отношениях с другими?

Что бы мне хотелось оставить в прошлом?

Разумеется, мудрые люди работают сегодня, чтобы обеспечить будущее для себя и своих семей. Способность работать ради будущего результата – признак зрелости человека. Однако никто из нас не знает, сколько нам предстоит прожить на этой планете. Мы считаем, что необходимо поддерживать баланс между работой для обеспечения будущего и радостями жизни в каждый момент времени.

Ваш идеальный день

Упражнение 3

Рассмотрим еще одно очень эффективное упражнение. Выберите время, когда вы находитесь наедине с собой и никто вас не отвлекает. Сядьте удобно и закройте глаза. Представьте себе свой идеальный день. Начните с момента пробуждения утром, приятной легкости во всем теле. Вы открываете глаза. Подумайте, вы проснулись в одиночестве или с партнером? Проводите ли вы первые минуты нового дня, нежась в объятиях, или, может быть, обсуждаете свои планы на предстоящий день?

Или вы просыпаетесь сами, завариваете кофе и выходите с ароматным напитком на веранду? Возможно, вы занимаетесь йогой или медитируете. А может быть, вы совершаете утреннюю пробежку или тренируетесь в спортзале. Чего бы вам хотелось на завтрак?

Если в вашем доме есть дети, то ваше утро будет проходить совсем по-другому. Ваш день может начаться с того, что малыши заберутся к вам в постель и разбудят. Или, возможно, вы должны разбудить своих детей-подростков, приготовить им завтрак и помочь собраться. В таком случае вы должны представить, что эти действия вы совершаете спокойно, а все члены семьи помогают вам с благодарностью и любовью.

Каждый этап жизни имеет свои радости и особенности. Вы можете состоять или не состоять в браке, иметь или не иметь детей, вам может быть двадцать, тридцать или больше лет. Вы можете быть членом религиозной организации. Цель этого упражнения – представить себе день той жизни, которую вы выбрали для себя, и понять, что для вас является идеалом.

Продолжайте мысленно рисовать себе весь свой день вплоть до момента, когда вы ложитесь спать. Уделите много времени мыслям о той части дня, которую вы проводите на работе. Затем, когда вы полностью представили себе свой день, запишите свои мысли. Напишите историю своего идеального дня, с первого момента, когда вы открываете глаза, и до момента, когда вы спокойно засыпаете.

На выполнение этого упражнения вам может понадобиться несколько дней. Большинство людей так заняты ежедневными рутинными делами, что редко останавливаются и пред-

ставляют себе, как мог бы пройти их идеальный день. Иногда даже сложно думать о том, чего бы вам хотелось. Но пока вы не определите для себя, к чему в действительности стремитесь, и не научитесь хранить в памяти эти желания, вы не сможете достичь цели. Выполнив это упражнение, вы сами удивитесь, как быстро жизнь начнет чудесным образом изменяться.

Эту статью написали наши приглашенные эксперты Том Поли и его дочь Пенелопа. Они заработали миллионы, развивая свой Интернет-бизнес, и специализируются на том, что обучают других становиться богатыми.

Статья приглашенного эксперта

Как достичь богатства

Томас Л. и Пенелопа Дж. Поли

Вы рождены богатым человеком. Независимо от того, знаете ли вы об этом, признаете ли вы этот факт и допускаете ли такую мысль, вы пришли в мир богатым. Это не зависит от вашего банковского счета и восприятия жизни. Дело в том, что при рождении вы были наделены чудесной силой.

Вам дана способность привлечь в свою жизнь абсолютно все, чего вы захотите. Вы можете получить все, о чем мечтаете. Вы можете прожить жизнь, которая вам по душе. В действительности вам предначертана именно такая жизнь. И все, что нужно сделать, это просить и принимать. Эта способность может принести богатство в вашу жизнь и бизнес. Более того, это естественный закон, универсальный закон жизни. И он стар как мир.

Вы можете получить то, чего хотите, просто попросив об этом.

Возьмите, например, эту книгу. Она попала к вам не случайно. Вы просили о том, чтобы в вашей жизни было больше денег и успеха, и это желание привлекло к вам эту книгу. С ее помощью вы можете приобрести реальные навыки для того, чтобы разобраться с технической стороной бизнеса. В ней описано создание инструментов, посредством которых вы заработаете деньги. Однако бизнес никогда не станет источником успеха. Это всего лишь средство. Настоящим источником богатства является удивительная сила притягивать в свою жизнь все, о чем вы мечтаете.

Следующее утверждение может вас шокировать. Причина, по которой вы не купаетесь в богатстве сегодня, состоит в том, что на самом деле вы не хотите получить больше денег. Вот главное препятствие на пути к достижению успеха в любом деле.

О, я знаю, вы думаете, что хотите иметь больше денег. Вполне возможно, вы постоянно говорите о том, что вам их не хватает. Конечно же, вы хотите большего. Каждый раз, когда вы держите в руках неоплаченные счета или видите машину, за рулем которой вам так хотелось бы оказаться, каждый раз, думая о вещах, которые не вписываются в ваш бюджет – о новой мебели, одежде, ужине в шикарном ресторане... Вы всего этого хотите. Поэтому нелепо говорить о том, что вам не хочется иметь много денег, не так ли?

Не так уж и нелепо.

Каждый раз, когда вы позволяете себе негативные высказывания, каждый раз, когда говорите о том, что не должны или не можете себе что-то позволить, вы говорите Вселенной «Нет».

«Я не могу себе позволить купить эту машину». «Мне придется подождать с покупкой этих новых туфель». «У меня просто нет денег на шикарный ужин!» «Денег не хватает». «У меня так много расходов в этом месяце». «Почему-то всегда не деньги остаются в конце месяца, а месяц еще остается, когда денег уже нет». «Посмотрите на этого парня. Готов поспорить, что этот дорогой автомобиль ему купили родители».

Говоря о деньгах в отрицательном контексте, вы как бы заявляете: «Мне они не нужны».

Все эти негативные утверждения представляют собой приказы. Вы даете Вселенной прямые указания: «Пусть денег и впредь не хватает», «Пусть я и в будущем не смогу позволить себе этот автомобиль», «Я хочу еще подождать с покупкой этих туфель».

Вы можете прочесть все книги о том, как разбогатеть. Вы можете попробовать себя в сотне направлений бизнеса, но до тех пор, пока вы не научитесь правильно просить, вы будете получать то, что получали до сих пор.

Вы должны говорить, думать и писать позитивно.

«Это мой Mercedes Benz GL450». «Я еду в Париж в этом году». «У меня как раз есть подходящее платье для этого роскошного ужина». «У меня замечательный месяц в финансовом отношении». «У меня больше денег, чем я могу потратить». Говорите о том, о чем мечтаете, как будто у вас уже это есть. Скажите Вселенной о том, что настроены серьезно.

Позитивные просьбы дают положительный результат. Мы очень детально описываем это в книге «Я стал богаче, чем мог себе представить в самых дерзких мечтах» («I'm Rich Beyond My Wildest Dreams – I am. I am. I am»). Это история о том, как мы создали счастливую и богатую жизнь практически за один день, и о системе, которую мы для этого использовали.

Мы предлагаем говорить о том, что вы хотите получить, в настоящем времени, используя простые выражения. «У меня новый Mercedes. Он зеленого цвета». Никогда не прибегайте к будущему времени. Не пишите: «У меня будет новый Mercedes», потому что вы не хотите получить его в далеком будущем. Завтра не наступит никогда. Вы хотите эту машину сейчас. Вы хотите прямо сейчас сесть за руль. Наслаждаться этим автомобилем сейчас. Не говорите о чем-либо в будущем времени, или вы так и будете вечно об этом мечтать.

Конечно же, желание – это только первая часть уравнения. Вы также должны научиться принимать то, о чем просите. А это сложнее всего. Всех нас останавливают страхи и сомнения в отношении того, насколько мы хороши, работали ли мы достаточно долго и достаточно много, чтобы получить то, о чем мечтаем. «Работай не покладая рук». «Без труда не вытянешь и рыбку из пруда». «Кто рано встает, тому Бог дает».

Да будет вам! Рыбку можно вытянуть из пруда и без особенного труда. Все время работать не покладая рук не получится. И не все успешные люди встают рано. Успех приходит к тем, кто готов его принять, а не превращает жизнь в постоянную борьбу.

Вся эта бессмыслица о неизбежности тяжелого труда вбивалась в наши головы с того времени, как мы стали достаточно взрослыми, чтобы смотреть телевизор. Те же истины вам вдалбливали в школе. Об этом же твердили родители. Им вторили окружающие.

Как вы думаете, почему у таких людей, как Дональд Трамп, Билл Гейтс и Марк Кьюбан так много денег? Вы действительно думаете, что это все благодаря тому, что они работали как лошади по 18 часов в сутки и сэкономили на всем? Бросьте! Они стали богатыми, потому что позволили это себе. Они просили Вселенную о сногшибательном успехе и сумели принять его.

Секрет успеха состоит не в тяжелой работе.

Нет, разумеется, вы можете много и упорно работать, чтобы построить свой интернет-бизнес. Однако ключ к успеху не в этом. Секрет состоит в том, чтобы разрешить себе быть богатым. Секрет в том, чтобы мечтать, просить о том, чтобы мечта стала реальностью, а потом позволить ей осуществиться.

Начиная свой интернет-бизнес, мы много и упорно работали на протяжении двух лет. И нам это нравилось! Создание чего-то собственного приносило нам радость. Всю свою жизнь я работал, делая других богатыми, и результатом этого было то, что я дважды объявлял себя банкротом. Я начал все с нуля в двухкомнатной арендованной квартире в том возрасте, когда уже пора было планировать круизы, которые я совершу, выйдя на пенсию.

Я просил об успехе своего интернет-проекта и позволил себе принять этот успех. Самым интересным оказался путь к мечте. Какой это был азарт! Я словно жил в прекрасном сне. Мы до сих пор рассказываем истории о тех временах. Мы делали то, что нам нравилось, и наслаждались приближением успеха.

Теперь я иногда зарабатываю за один день больше, чем большинство людей за год. И в одном вы можете быть абсолютно уверены: эти 14-часовые рабочие дни остались в прошлом.

И вы тоже можете сделать это.

Вы можете получить все, чего хотите. Все, что нужно для этого сделать, – попросить и позволить себе принять. Я открою секрет, который поможет вам получить то, о чем вы мечтаете. Независимо от происходящего с вами, независимо от вашего финансового положения или способностей к обучению, просто всегда помните о своих мечтах. Сосредоточьтесь не на том, что, как вам кажется, дает жизнь. Сконцентрируйтесь на идеальной картине вашей жизни. Думайте только о своих желаниях. Не нужно игнорировать возникающие проблемы, просто знайте, что Вселенная может изменить все за одно мгновение.

Тогда ничто и никогда не сможет остановить вас и ваш успех. Потому что в целом мире есть только один человек, который может помешать вашему успеху. Вы знаете, кто этот человек. Каждое утро вы видите его в зеркале.

Эта глава короткая, и у нас нет времени рассказать обо всех способах достижения богатства. Но мы можем предложить несколько бесплатных уроков и часовую аудиозапись под названием «Три ключа к успеху». Зайдите на сайт RichDreams.com¹ и подпишитесь на рассылку новостей.

¹ Вся информация на упоминаемых сайтах здесь и далее представлена на английском языке. – *Примеч. пер.*

Эта рассылка дала возможность многим таким же, как вы, построить жизнь своей мечты и наслаждаться ею.

Просите. Позвольте себе получать. Сосредоточьтесь на том, чего вы хотите, и только на этом. Следуйте выбранному курсу. В этом секрет создания прекрасной жизни и успеха вашего интернет-бизнеса.

Напишите нам о своем успехе и достижениях. Вы были рождены богатым, помните? Разбогатеть в Интернете для вас легче легкого – в вашем распоряжении ресурсы всей Вселенной. Желаем удачи и увлекательных приключений!

Том и Пенелопа Поли – отец и дочь, соавторы книги «I'm Rich Beyond My Wildest Dreams – I am. I am. I am». Они предлагают курсы, электронные книги, записи MP3 и компакт-диски, предназначенные для тех, кто хочет разбогатеть. Их обучающие программы «Quantum Marketing» и «Quantum Selling» являются революционными разработками в области личного развития и развития бизнеса. Подпишитесь на их рассылку новостей на сайте www.richdreams.com и получите семь бесплатных уроков и MP3-диск с часовой записью.

Резюме

В этой главе рассмотрены следующие вопросы.

– Книга состоит из трех частей:

* Часть I «Основа бизнеса»;

* Часть II «Последовательность действий»;

* Часть III «Развивайте свой бизнес».

– Ваш бизнес строится на основе вашего жизненного опыта.

– Оценка текущего положения дел.

– Изучение своих интересов, талантов и опыта.

– Анализ своих желаний.

– Описание идеального дня.

Наши эксперты Том и Пенелопа Поли пишут о том, как научиться быть богатым.

Глава 2

Выберите оптимальную модель

Вы приняли важное решение – заняться интернет-бизнесом. Поздравляем! Теперь пришло время выбрать модель для своего бизнеса. На чем сосредоточить свои усилия и энергию?

Ниже мы рассмотрим наиболее распространенные модели интернет-бизнеса. Большинство из них требуют незначительных начальных инвестиций, в то время как другие нуждаются в более сложной инфраструктуре. Рекомендуем познакомиться со всеми и по ходу изложения материала записывать свои мысли. Затем выберите для себя одну из моделей. Стройте свой бизнес исходя из этой модели. Со временем вы, возможно, решите расширить бизнес, тогда придется подключить другие модели.

Перенесите свой бизнес в Интернет

Если вы уже занимаетесь бизнесом, например, у вас есть офис, где вы принимаете клиентов или лечите пациентов, либо галерея, где вы выставляете картины, но ваш бизнес существует вне Сети. Выражаясь языком виртуального мира, вы занимаетесь «традиционным» бизнесом. Представлена ли ваша компания в Интернете? Если нет, то пора переходить на следующий уровень, подразумевающий интеграцию реального бизнеса с виртуальным.

Существует множество причин для того, чтобы обеспечить присутствие своей компании в сети Интернет либо развивать уже существующий сайт. Первая, очень простая причина – необходимость быть на виду. На сегодняшний день 64 % американских семей имеют доступ к Интернету, а 31 % из тех, кто не платит за услуги Интернет дома, имеют выход в сеть на работе. По мере повышения компьютерной грамотности все меньше потенциальных покупателей пользуются телефонными справочниками. Вместо этого они заходят в Интернет и пользуются поисковой системой. Даже при желании заказать пиццу все больше голодных клиентов прибегают к помощи Google вместо бумажных источников информации. Разумеется, мы не предлагаем отказаться от размещения информации в бумажных справочниках. Эффективный маркетинг предполагает использование различных каналов донесения информации до клиента. Однако безусловным преимуществом веб-сайта перед рекламой на бумажных носителях является возможность в нужный момент вносить в содержимое сайта изменения в реальном времени.

Во-вторых, все больше ваших потенциальных покупателей исследуют рынок товаров в Интернете. Например, раньше человек, желающий приобрести палатку, объезжал спортивные магазины города, сравнивая торговые марки, характеристики и цены. Сейчас тот же покупатель может найти интересующую его информацию в Интернете. Около 90 % людей, время от времени совершающих покупки онлайн, ищут нужную продукцию именно в Интернете.

В-третьих, существующие и потенциальные покупатели наверняка совершают покупки в интернет-магазинах. Исследования показывают, что 85 % взрослых людей, имеющих доступ к Интернету, совершали покупки онлайн. Среди домашних хозяйств с годовым доходом более 75 тысяч долларов США этот показатель достигает уровня 97 %. Согласно исследованию международной информационной компании *ComScore Networks*, в 2006 году на покупки в интернет-магазинах было потрачено 100 миллиардов долларов США, без учета покупок, связанных с путешествиями.

По оценкам специалистов, в определенных секторах экономики наблюдается тенденция полностью отказаться от ведения бизнеса вне Интернета. Некоторые компании уже полностью переместились в Интернет, другие закрыли свой бизнес, не выдержав конкуренцию со стороны интернет-компаний. Сейчас, в эпоху развития Интернета, пока трудно сказать, как изменится бизнес. Однако можно утверждать, что сообразительные владельцы компаний смогут быть в авангарде этих изменений.

В США опросили владельцев 53 малых компаний, чей годовой объем продаж варьировался от 250 тысяч долларов до более 5 миллионов долларов. При этом 57 % респондентов ответили, что имеют собственные веб-сайты. Исследование показало, что большая часть из этих 57 % считают, что веб-сайт улучшил финансовое состояние их компаний. Среди преимуществ они упоминали также большую устойчивость в периоды экономических спадов и значительное увеличение числа потенциальных покупателей.

Разумеется, не все веб-сайты компаний одинаковы. Они могут состоять из одной страницы, представляя собой просто визитную карточку, или быть полнофункциональными коммерческими сайтами. Давайте проанализируем, какой вариант больше подходит для вашего бизнеса.

Если вы собираетесь инвестировать деньги в создание сайта и планируете ежемесячно оплачивать его хостинг на сервере, то нужен привлекательный и информативный сайт, повествующий о вашей компании. Веб-сайт должен описывать вашу компанию и рассказывать о предлагаемых вами товарах и услугах. Там должен быть указан номер телефона и факса, ваш электронный адрес (при условии, что вы сможете отвечать на вопросы), почтовый адрес компании и пояснения, как к вам добраться.

Посетителям сайта будет небезынтересно узнать об истории компании, о ее ценностях и принципах работы. Если вам присуждали какие-либо премии или вы достигали выдающихся успехов в своей сфере, обязательно укажите это. Например, если ваш ресторан был признан заведением города, где лучше всего готовят блюда греческой кухни, вы можете поместить свидетельство такого достижения на видном месте своего сайта. Также укажите все разрешения и лицензии, которые получила компания или ее владельцы. Реклама акций и специальных предложений – замечательный способ заставить клиентов отдать предпочтение именно вашей компании.

Хотя все больше клиентов совершают покупки в интернет-магазинах, на осуществление покупок приходится всего 5 % проводимого в Сети времени. Наибольшая же часть времени уходит на поиск информации. Дальновидные владельцы бизнеса стараются наладить хорошие отношения с посетителями сайта и вызвать к себе доверие. Замечательный способ добиться этого – предоставлять актуальную информацию.

Например, если вы – владелец ресторана, то можете разместить на сайте статьи об истории той или иной национальной кухни, интересные факты и фотографии, рассказывающие о соответствующих странах. Можете создать рубрику рецептов. Клиенты обожают ходить в рестораны, у которых есть своя история, и рассматривать старые фотографии, развешанные на стенах. Если ваш ресторан, здание, в котором он находится, или часть города, где он расположен, интересны с исторической точки зрения, разместите их фотографии на своем веб-сайте.

Если вы продаете обувь, расскажите, как выбрать подходящую пару туфель. Поместите на сайте статьи о здоровье ног. Если вы предлагаете модели сезона, предложите посетителям статьи о модных тенденциях и стилях. Если вы продаете спортивную обувь, можете написать о спорте. Если вы стоматолог, предложите рекомендации, как сохранить здоровыми зубы. Пусть посещение вашего сайта будет интересным и увлекательным!

Создайте на сайте атмосферу вашего бизнеса. Если она теплая, радушная и ориентирована на клиента, позаботьтесь, чтобы сайт это отражал. Если вы нацелены на результативность и эффективность, подчеркните эти ценности при помощи своего сайта.

Конечно же, шаг вперед произойдет в тот момент, когда вы сделаете свой сайт полностью коммерческим, то есть начнете продавать свою продукцию в Интернете. Многие компании естественным образом приходят к интернет-продажам. Возможно, в своем магазине вы уже продаете продукцию, которую потребители готовы покупать в Интернете. Даже если вам кажется, что ваша продукция не подходит для виртуальных продаж, будьте открыты для новых возможностей. Многие рестораны продают свои изделия в запакованном виде. Кинотеатры могут продавать в Интернете билеты на сеансы или плакаты с фотографиями звезд кино. Парикмахерские салоны могут продавать продукцию для ухода за волосами. Офтальмологи могут заняться продажей электронных книг о сохранении хорошего зрения. Консультанты могут продавать свои услуги, как делают авторы этой книги.

Одной из преград, мешающих компаниям заняться интернет-бизнесом, является избыток информации. Нужно многому научиться, а предприниматели стремятся делать все правильно и не допускать ошибок. Поэтому они не спешат действовать. Возможно, владельцы компаний хотели бы работать в Интернете, однако хотят, чтобы их веб-сайты работали идеально с самого начала.

Мы призываем вас избавиться от сомнений. Интернет не стоит на месте. Он постоянно изменяется, как и отдельные веб-сайты. Вместо того чтобы ждать подходящего момента, когда вы сможете разработать идеальный веб-сайт, просто дайте себе обещание начать с создания самого простого сайта. Начните с одностраничного сайта-визитки, о котором мы упоминали ранее. Постепенно наполняйте его информацией. Затем, когда вы будете готовы, начните онлайн-продажи.

Хотя веб-сайт представляет собой естественное продолжение вашего бизнеса, необходимо понимать, что в виртуальном мире есть свои нормы и правила. Очень важно овладеть навыками достижения успеха в интернет-бизнесе. Мы готовы помочь вам в этом. Большинство рекомендаций, которые мы предлагаем в практических разделах этой книги, вполне применимы к вашему бизнесу вне Интернета.

Вторая статья написана нашим приглашенным экспертом Ларри Гоинсом; в ней рассказывается о том, как специалист по инвестированию в недвижимость начал заниматься интернет-бизнесом, что принесло ему огромный доход.

Статья приглашенного эксперта

Как перенести свое агентство недвижимости в интернет

Ларри Гоинс

Когда я путешествую по стране, обучая специалистов по инвестированию в недвижимость, как автоматизировать их работу, мне очень часто задают такие вопросы: «Как начать бизнес в Интернете? С чего начинали вы?» Это отличный вопрос, и на него легко ответить. Но давайте задумаемся на минутку. Что именно мы имеем в виду, говоря о бизнесе в сфере недвижимости в Интернете? Например, можно создать свой веб-сайт, однако в этом бизнесе существует много других вариантов работы.

У вас может быть очень успешное агентство недвижимости, работающее при помощи телефона, факса, службы курьерской доставки,

электронной почты и Интернета, но собственного сайта при этом вы можете и не иметь. До прошлого года у нас тоже не было веб-сайта. Я знаю, что покупка и продажа домов в Интернете может вызывать опасения, но эти операции можно очень упростить. Создавая свою систему «Верное средство купли-продажи!» («Ultimate Buying and Selling Machine!»), я дал себе слово не включать в нее никаких процессов и процедур, которые бы требовали больших технических навыков, чем отправка и получение электронных сообщений.

Итак, каков же самый простой и быстрый способ заставить работать ваше агентство недвижимости в виртуальном режиме? Вначале давайте рассмотрим поиск предложений в Интернете. Существует множество веб-сайтов, которые помогут вам найти предложения недвижимости в Интернете, но я расскажу вам о лучших, с которых вы можете начать. Но прежде я помогу вам настроить поисковую систему таким образом, чтобы с максимальной эффективностью использовать время, проведенное в Интернете.

Существует веб-браузер под названием Firefox, который можно бесплатно скачать с сайта www.mozilla.com. Браузер Firefox обладает многими функциями, которые недоступны в большинстве других браузеров. Одной из наиболее полезных является функция просмотра веб-страниц с использованием вкладок. В большинстве браузеров, если уже открыта страница веб-сайта и нужно просмотреть еще один веб-сайт, не закрывая первый, придется создавать новое окно браузера. Это пустая трата времени и компьютерных ресурсов. В Firefox вы просто щелкаете на кнопке, которая создает новую вкладку в уже открытом окне. Самое примечательное то, что в одном окне вы можете открыть сколько угодно вкладок для просмотра веб-сайтов. Кроме того, вы можете сохранять целые группы вкладок. Позвольте привести пример.

На рынке недвижимости выходят газеты с объявлениями, которые просматривают сотрудники моей компании. Поэтому я создал группу вкладок «Мои газеты». Открыв браузер Firefox и зайдя на сайт газеты *Charlotte Observer*, я выбрал раздел «Рубрики», а затем – «Недвижимость». Найдя нужный раздел, я поместил его в закладку группы «Мои газеты». Затем я открыл еще одну вкладку, зашел на сайт следующей газеты, выбрал «Рубрики», «Недвижимость» и также поместил эту страницу в закладки. Я продолжал создавать новые вкладки до тех пор, пока не открыл рубрики объявлений всех газет в разделе недвижимости, причем все в одном окне.

Теперь в понедельник утром, желая просмотреть газетные объявления, мы просто запускаем Firefox и открываем группу «Мои газеты». Эта операция позволяет немедленно открыть и загрузить 11 разделов объявлений о недвижимости из различных газет. На их просмотр у нас уходит менее 15 минут. Вот что значит использование технологий! И, что самое интересное, я до сих пор не купил ни одной из этих газет.

Если вам интересно, я расскажу, как использовал этот метод. После почти 10 месяцев работы я подготовил набор ссылок, которые можно импортировать в ваш браузер Firefox, чтобы создать индивидуально настроенный поиск, аналогичный описанному выше. Его можно применять не только для сайтов газет, но и для сайтов аукционов по продаже недвижимости, государственных аукционов, сайтов по

продаже недвижимости владельцами, агентствами недвижимости, сайтов недвижимости, принадлежащей банкам, сайтов оценочных компаний, местных архивов и для многих других ресурсов.

Теперь, когда вы научились находить объекты недвижимости в Интернете, необходимо научиться поддерживать связь с потенциальными контрагентами. Это можно сделать, создав базу данных лиц, с которыми вы контактируете, и настроив автоответчик для еженедельных напоминаний. По сути, в вашей базе данных должно быть четыре категории контактов. Это агенты по работе с недвижимостью, инвесторы, продавцы объектов недвижимости и розничные покупатели. Стоит создать отдельные автоматические ответы для каждой из этих групп, чтобы поддерживать связь с ними на еженедельной основе. Лично я не знаю никого в нашей сфере, кроме моих сотрудников и студентов, кто бы еженедельно связывался с каждым человеком из своей базы данных.

Этот аспект настолько важен, что я разработал тексты автоматических ответов, рассчитанные на 12 месяцев. Фактически я уже проделал всю работу. Например, когда мы добавляем в свою базу данных агента по работе с недвижимостью, он начинает еженедельно получать электронные письма. В каждом письме приводится ссылка на последний разговор или отправленное письмо и задается вопрос об объектах недвижимости, по которым возможно сотрудничество. Кроме того, мы просим порекомендовать надежных подрядчиков, оценщиков, юристов и кредиторов. В конце концов, кто лучше знаком с надежными людьми, если не агент?

Это только два примера того, как мы автоматизировали наш бизнес и сделали его виртуальным, даже без использования вебсайта. Надеюсь, вы увидели, сколько существует возможностей для развития бизнеса, и их можно использовать не только для работы с недвижимостью.

Я хотел бы поблагодарить Джиллиан и Джо за то, что они позволили мне поделиться некоторыми приемами автоматизации нашего бизнеса и его ведения в Интернете.

Зайдите на сайт www.LarryGoins.com и подпишитесь на еженедельную рассылку новостей Ларри. Кроме того, вы можете посетить еженедельные обучающие телеконференции и узнать о том, как Ларри покупает и продает десять-пятнадцать домов в месяц, не видя их своими глазами, с помощью своей разработки «Верное средство купли-продажи!» Вы получите две бесплатные электронные книги «Двенадцать фатальных ошибок инвестора и Как их избежать» («Twelve Deadly Mistakes Investors Make and How to Avoid Them») и «Думай и богатеи» («Think and Grow Rich»), а также множество бесплатных форм и документов, которые сможете использовать в работе с недвижимостью.

Продажа товаров

Вероятно, торговля товарами существует столько же, сколько и само человечество. Очень вероятно, что даже самые далекие наши предки торговали друг с другом необходимыми вещами. Около 10 тысяч лет назад кочевые племена стали вести оседлый образ жизни и создавать города. Они строили магазины и продавали в них товары. За эти десять тысяче-

летий на протяжении 9 995 лет продажа подразумевала наличие определенного места, где происходила торговля.

Сегодня мир кардинально изменился. Теперь можно осуществлять розничную продажу товаров в Интернете. При этом наличие «реального» магазина необязательно, а часто даже нежелательно. Рассмотрим два примера.

Открывая обычный розничный магазин, вы вначале выбираете для него место. Естественно, вы предпочтете то место, которое легко найти покупателям и которое находится на пересечении транспортных магистралей. Выбрав подходящий адрес, вы сразу же ограничиваете круг потенциальных покупателей теми людьми, которым удобно прийти именно в этот магазин.

Вначале вы, очевидно, снимете в аренду помещение, находящееся по выбранному адресу, позднее вы сможете купить или построить собственное помещение. Чем выгоднее расположение вашего магазина, тем более высокую цену придется платить за аренду квадратного метра. В выбранном помещении, возможно, придется сделать ремонт. Как минимум, необходимо будет сделать отделку и обставить свой будущий магазин. Придется закупить товары в количестве, достаточном для заполнения полок, а также держать необходимый запас товара на складе.

Вначале вы, возможно, будете единственным работником в своем магазине. Вероятно, вы будете прибегать к помощи жены или друга. Однако по мере развития бизнеса придется брать на себя роль руководителя. Вам придется нанимать работников и управлять ими. Вы будете нести ответственность за выплату заработной платы, социальных выплат и налогов.

Вам придется также организовать рекламу, чтобы потенциальные покупатели узнали об открытии магазина. Реклама в газетах, журналах и на радио стоит недешево. Только на рекламу в справочниках вам придется ежегодно тратить несколько сотен долларов. Открытие и ведение такого бизнеса будет стоить десятки тысяч долларов, причем еще до того, как вы заработаете хотя бы копейку.

А теперь давайте рассмотрим вариант интернет-магазина. Местоположением вашего магазина станет приобретенный URL-адрес веб-сайта. Если магазин расположен в Интернете, то к вам смогут зайти и совершить покупку не только жители близлежащих улиц, а любого города любой страны мира. Вам не нужно покупать мебель или делать запасы товара. Можно договориться со своими поставщиками, чтобы они доставляли продаваемый вами товар со своих складов напрямую вашим покупателям.

Ваши затраты на начало бизнеса составят лишь несколько сотен долларов. Ежемесячные операционные расходы обычно не превышают 200 долларов, даже с учетом использования самого современного программного обеспечения, транзитного счета продавца и системы автоматических ответов. Такой бизнес намного сокращает потребность в персонале. В определенный момент вы можете нанять сотрудников или передать выполнение каких-то функций подрядчикам, но нет необходимости постоянно платить зарплату стоящим за прилавком продавцам.

Помните о цифрах, которые мы упоминали ранее. Среднестатистический потребитель тратит на покупки лишь 5 % времени, проведенного в Интернете, остальные же 95 % он занят поиском информации. Прекрасным примером интернет-магазина, который предлагает покупателям информацию, а не только продает им товары, является SixWise. В этом магазине представлен широкий выбор товаров для дома. Однако, зная о том, что 95 % от общего числа посещений веб-сайта не заканчиваются покупками, SixWise строит отношения с потенциальными покупателями, предлагая их вниманию интересные статьи.

Хотя мы здесь говорим об организации отдельных интернет-магазинов, нельзя не упомянуть о прекрасных возможностях продажи товаров онлайн с помощью существующих платформ: Yahoo! Stores и eBay Stores.

По оценкам, каждый восьмой интернет-магазин размещается на платформе Yahoo! Stores, которая предполагает три уровня магазинов. На момент написания этой книги магазин для новичков (Starter Store) стоит 39,95 доллара в месяц (на каждом уровне часто существуют специальные ценовые предложения для начала бизнеса), плюс комиссия в размере 1,5 % за проданный товар. Открытие стандартного магазина (Standard Store) стоит 99,95 доллара в месяц, при этом комиссия за реализованную продукцию составит 1 %. Плата за профессиональный магазин (Professional Store) составляет 299,95 доллара в месяц, а размер комиссионных от продаж снижается до 0,75 %. В случае стандартного и профессионального магазинов имеется множество полезных функций, таких как подарочные сертификаты, премиальные купоны, перекрестные продажи (предложение покупателям сопутствующих товаров). Интерактивная интеграция с системами баз данных обеспечивает уведомление о наличии товара на складе при выходе покупателя из системы. Кроме того, если вы не находитесь в Интернете, то можете получать информацию о новых заказах по факсу. Заказы можно автоматически передавать в курьерскую службу UPS для доставки покупателям, а функции «Click Trails» («Отслеживание выбора») и «Frequent Search Topics» («Частые запросы») дадут возможность проанализировать предпочтения ваших клиентов.

В одном из следующих разделов книги мы поговорим о сайтах аукционов, включая, конечно же, eBay. Но на eBay можно найти не только аукционы. Многие компании открыли на этом сайте магазины, через которые продают свою продукцию.

Для того чтобы открыть магазин на eBay, вы должны быть зарегистрированы на этом сайте как продавец и ваш рейтинг должен быть не меньше 20. Предлагается три уровня магазинов. Поддержка «базового магазина» (Basic Store) будет стоить 15,95 доллара в месяц. «Улучшенный магазин» (Featured Store) обойдется в 49,95 доллара в месяц. Этот вариант предлагает больший выбор индивидуальных настроек и инструментов и рассчитан на небольшие компании, которые хотят развиваться. «Опорный магазин» (Anchor Store) стоит 499,95 доллара в месяц и обеспечивает маркетинговые преимущества, такие как круглосуточная телефонная поддержка сотрудников eBay. Этот тип магазина рассчитан на компании со значительным объемом продаж, которые намерены поддерживать большой оборот.

Помимо ежемесячной платы, владельцы магазинов на платформе eBay должны платить небольшую комиссию за каждую единицу товара, которую они продают на сайте. Кроме того, придется заплатить комиссионные, если вы пользуетесь системой платежей PayPal. Для всех трех типов магазинов eBay предлагает дополнительные возможности представления и продажи товаров в магазине, включая услугу Turbo Lister, которая помогает импортировать данные об остатках товара на складе.

Придется хорошенько поработать над раскруткой своего вебсайта, чтобы потенциальные покупатели могли его найти. На каком-то этапе вы можете принять решение вложить деньги в рекламу, особенно это касается контекстной рекламы в результатах поиска с оплатой за количество переходов по ссылке. Однако эффективно продвигать свой сайт можно и без дополнительных денежных затрат. Прочтя книгу, вы узнаете, как это сделать.

Службы поддержки глобальной Сети

Сегодня, когда миллионы людей имеют доступ к Интернету, получила развитие целая отрасль, обеспечивающая поддержку услуг Интернета. Можно привести примеры компаний, предлагающих услуги хостинга, компаний веб-дизайна, компаний – разработчиков программного обеспечения, компаний по ремонту компьютерной техники, провайдеров услуг электронной почты, компаний по оптимизации поисковых систем и сами поисковые системы. Предприниматели, которые видят новые потребности, расширяют свои рыночные ниши, и появляющиеся в этом направлении возможности безграничны.

Сайты новостей и информационные сайты

Несомненно, вам уже знакомы веб-сайты, предлагающие вниманию посетителей новости. Например, каждая крупная газета имеет собственный веб-сайт, обновляющийся ежедневно. Каждая телевизионная компания также имеет свой сайт, где всегда представлены свежие новости. Кроме того, раздел новостей можно найти на сайтах большинства радиостанций. На сайте радиостанции *National Public Radio* представлены новости и публикации, интересные широкой публике. Даже главные страницы Yahoo! AOL и MSN содержат сводку последних новостей.

Но никто не знает, сколько новостей на самом деле освещается в Интернете в рамках более мелких и менее известных проектов. Например, проект «Причудливые новости» («News of the Weird») начинался с колонки в подпольных газетах, а сейчас мигрировал в Интернет. Чак Шеперд каждый день, кроме воскресенья, представляет обзор самых необычных новостей в своем блоге и ведет еженедельную колонку. Читатели могут присылать необычные истории для публикации на сайте. Новостной сайт Digg News – совместный проект. Участники регистрируются на нем бесплатно и могут предлагать новостные статьи из разных источников, после чего другие участники голосуют за их размещение на сайте.

Существует множество сайтов, которые преподносят и анализируют религиозные новости. Например, на коммерческом сайте «Перекресток» (www.crosswalk.com) представлены новости в свете традиционного христианства. В разделе «О нас» этого сайта написано: «Наша цель – предлагать самую свежую и интересную с религиозной точки зрения информацию христианам, которые серьезно воспринимают свою взаимосвязь с Иисусом Христом. Мы много работаем, чтобы предложить вам своевременные, актуальные и жизнеутверждающие материалы из авторитетных источников».

Похожий проект, характеризующий себя как «политически некорректный, резкий, христианский», представлен на сайте CrossAction News (www.crossactionnews.com). На сайте «Христианство сегодня» (Christian Today) (www.christiantoday.com) применяется более мягкий, объединяющий подход к новостям. Объединение либеральных христиан (<http://www.hostdiva.com/liberalchristians/>) представляет новости с точки зрения либерального христианства.

Проект «Новости католического мира» (www.cwnews.com) характеризует себя так: «Независимая католическая служба новостей, где работают светские журналисты-католики; наша цель – освещение мировых новостей с точки зрения католицизма». «Еврейская служба новостей» (www.jewcentral.com) представляет собой сайт с регистрацией. Его материалы «предназначены специально для евреев – ничего лишнего, никаких устаревших новостей и политики, только информация для достижения ваших целей». Проект «Ислам онлайн» (www.islamonline.net) также предусматривает регистрацию и основан группой исламских ученых. На нем представлены новости, которые могут быть интересны мусульманам. Здесь можно также получить консультацию, пообщаться на форумах и прочесть статьи на различные темы.

Вы – футбольный фанат? Тогда можете познакомиться со всеми последними футбольными новостями на сайте www.soccer365.com. Может быть, вы увлекаетесь видеоиграми? Тогда зарегистрируйтесь на сайте «Компьютеры и видеоигры» (<http://www.computerandvideogames.com/>); здесь можно узнать последние новости из мира игр, прочесть обзоры и поучаствовать в форумах и соревнованиях. Поклонники балльных танцев могут найти интересную информацию на сайте Dancescape (<http://www.dancescape.com>).

Большинство упомянутых сайтов получает доход от рекламы, а в некоторых случаях – продаж. Существуют также специализированные сайты с платной регистрацией. Как

видите, есть много ниш, где можно найти клиентов, интересующихся информацией на самые разные темы.

Блоги

Блог (который раньше называли сетевым журналом) является своего рода дневником, серией записей, которые публикуются в Интернете и организованы так, что их можно читать в обратном хронологическом порядке. Первые блоги представляли собой обычные интернет-страницы. По данным одного исследователя истории Интернета, в начале 1999 года в Сети было опубликовано 23 блога. В том же году на сайте Blogger.com было представлено программное обеспечение, которое сделало ведение блогов доступным любому пользователю, а в ноябре 2000 года был создан уже десятитысячный блог. На сегодняшний день в Интернете насчитывается около 90 миллионов блогов. Поисковая система Technorati (www.technorati.com) специализируется на блогах и публикует рейтинги их популярности.

Первоначально блоги представляли собой записи размышлений, у многих они такими и остались. Однако появились и другие. Примером личного блога, который приносит деньги, является блог Хэзер Армстронг под названием Doose (www.doose.com). Хэзер начала вести его в 2001 году. Она рассказывает о себе как о жене и матери, о своей собаке, фиксирует свои жизненные наблюдения. Технической стороной занимается ее муж Джон. К 2005 году сайт стал приносить доход от рекламы; этих денег хватает, чтобы финансово обеспечить семью.

Сегодня блоги часто ведут из профессионального интереса и в целях продвижения бизнеса. Например, музыканты, актеры и спортсмены заводят собственные блоги, чтобы поклонники могли больше узнать о них. Владельцы компаний пишут в своих блогах на темы, интересные покупателям и клиентам. Блоги могут приносить доход от продажи рекламы, включая партнерские ссылки (см. главу 4), то есть товары рекламируются при помощи ссылок на сайты, где они продаются, или путем упоминания компании.

Поскольку мы уже начали говорить о новостях, необходимо отметить, что блоги – это настоящий феномен Интернета. Они дали возможность любому человеку создавать свои новости и комментировать чужие. Поскольку многие блогеры, пишущие новостные статьи, не принадлежат к какой-либо организации, надежность и правдивость их статей оценивают читатели. Некоторые блогеры, специализирующиеся на новостях, имеют журналистское образование, для других это любительское занятие.

Блогеры часто предадут огласке скандальные истории, которые до этого не были освещены в средствах массовой информации. Например, либерально настроенный блогер Джош Маршалл в своем блоге Talking Points Memo (www.talkingpointsmemo.com) несколько месяцев расследовал случай увольнения администрацией Буша чиновников из Министерства юстиции. По мере того как на сайте появлялась новая информация, средства массовой информации также стали говорить об этой истории. Несколько парней, писавших свои заметки в арендованной комнате на Манхэттене, бросили искру, которая впоследствии переросла в слушания в конгрессе.

В последнее время блоги играют заметную роль во время стихийных бедствий и военных действий. После разрушительного цунами в США в декабре 2004 года оставшиеся в живых и сотрудники спасательных служб передавали информацию при помощи текстовых сообщений с мобильных телефонов, и люди во всем мире делились этой информацией в своих блогах. После знаменитого урагана «Катрина» Трой Гилберт, автор блога GulfSails (<http://www.gulfsails.blogspot.com>), рассказывал всему миру о разрушениях и последующих неверных шагах, предпринятых для ликвидации последствий. Недавно мы побеседовали с Троем, и он поведал нам свою историю.

Я начал вести блог GulfSails для того, чтобы позабавить своих товарищей по парусному спорту в Новом Орлеане и на северном побережье Мексиканского залива. Собственно, это было для меня просто развлечением, пока не разразился ураган «Катрина». Я никогда не эвакуируюсь при приближении урагана, поэтому стал готовить свое жилище к предстоящему стихийному бедствию и решил написать об этих приготовлениях. После шторма мне удавалось выходить в Интернет с помощью мобильного телефона до тех пор, пока у меня не заработал домашний телефон, тогда я поместил в блоге полный текст своих записей и фотографии (кроме того, я использовал генератор электроэнергии).

В общем, я стал одним из двух блогеров, которые находились в Новом Орлеане во время урагана и после него, и обо мне написали в *MSNBC*, *Washington Post*, *Times-Picayune* и других изданиях. Обо мне теперь даже есть статья в Википедии. Я не знал, что мои записи кто-то читает, до того момента, когда со мной связались представители агентства *Reuters* и спросили, как я отношусь к тому, что мой блог читает такое количество людей. Я поинтересовался, кто именно читает, и в ответ услышал: «Весь мир». Думаю, не стоит говорить, как я был поражен этим открытием.

До урагана «Катрина» я пробовал себя в роли свободного журналиста. Сейчас я зарабатываю этим на жизнь, а осенью 2008 года увидит свет моя первая книга. Хотелось бы опубликовать записи из своего блога в качестве своеобразных мемуаров урагана «Катрина», но я еще не решил, буду ли этим заниматься.

Изменило ли это мою жизнь? «Катрина» изменила все, и, честно говоря, я думаю, что, не будь у меня возможности поделиться переживаниями с помощью блога, я бы сошел с ума.

В начале войны в Ираке 29-летний архитектор из Ирака под псевдонимом Салам Пакс начал вести блог с названием «Где Раед?» (http://dear_raed.blogspot.com). Пакс стал очень популярен в США и Великобритании, и на основе его блога была выпущена книга. «Блог Месопотамии» (<http://messoropotamian.blogspot.com>), публикуемый в Ираке человеком по имени Алаа, продолжает начатую Паксом традицию размещать в Интернете комментарии граждан Ирака. Женщина, называющая себя Ривербенд, предлагает женский взгляд на проблему в своем блоге <http://riverbendblog.blogspot.com>. В своей первой записи она представилась просто: «Я – жительница Ирака, мне 24 года. Я пережила войну. Вот и все, что вам нужно знать. В любом случае, это то, что сейчас имеет значение». Многочисленные блоги ведут жители Ирака различных политических взглядов, а также солдаты других стран. Многие американские военные также ведут блоги, хотя некоторые столкнулись с цензурой со стороны начальства.

Конечно же, можно просто зайти в Интернет и прочесть любой из блогов. Однако читатели также могут подписаться и автоматически получать на почту обновления своих любимых блогов. Пользуясь интернет-терминологией, обновления блогов распространяются с помощью технологии извлечения информации (pull-технология). При этом инициатором является получатель, в отличие от электронной почты, в которой используется технология доставки, инициируемой отправителем (push-технология). Для распространения блогов применяется технология RSS – сокращение, обозначающее либо «исчерпывающая сводка сайта» (rich site summary), либо «действительно простое получение информации» (really simple syndication) – в зависимости от того, какое толкование вам ближе.

Подписаться на рассылку легко – просто щелкните на кнопке «Подписаться», расположенной рядом с текстом блога. Чтобы получать обновления, у вас должна быть установлена программа чтения новостей, которая определяет местонахождение обновлений и обеспечивает доступ к ним. К некоторым таким программам можно получить доступ через браузер, другие можно скачать бесплатно или за определенную плату. Ниже приведен список популярных программ чтения новостей.

Для Windows

News Crawler (<http://www.newzcrawler.com>)

Feed Demon (<http://www.newsgator.com/home.aspx>)

Sage Firefox Plugin (<http://sage.mozdev.org/>)

Для Mac

Newsfire (www.newsfire.com)

Net News Wire (www.newsgator.com)

В сети Интернет

Blog Lines (www.bloglines.com)

My Yahoo! (www.yahoo.com)

News Gator (www.newsgator.com)

Программы чтения новостей через браузер позволяют получать доступ к обновлениям блогов с любого компьютера.

Доступные для скачивания программы дают возможность хранить обновления на компьютере, подобно тому, как хранятся входящие электронные письма. В браузере Internet Explorer 7 программа чтения новостей установлена по умолчанию. Больше информации о блогах вы можете получить в главе 9.

Развлекательные сайты

В Интернет часто заходят для того, чтобы развлечься или получить информацию о развлечениях в «реальном мире». Сайты, заставляющие посетителей смеяться и позволяющие им отдохнуть, всегда популярны, потому что представляют собой прекрасную возможность для бизнеса. Ниже приведены примеры таких сайтов.

Одним из самых смешных веб-сайтов и одной из самых замечательных историй успеха является сайт www.jibjab.com, созданный братьями Грегом и Эваном Спириделлисами. В 1999 году братья основали анимационную студию в бруклинском гараже, и на протяжении шести лет их главной задачей было удержаться на плаву. Позднее, во время президентских выборов 2004 года, они выпустили анимационный ролик «Моя земля», который одинаково забавно высмеивал обоих кандидатов. Пародия мгновенно распространилась в Интернете. Столько людей, услышав о ролике, заходили на сайт братьев, что сервер не выдержал. В результате проект привлек внимание СМИ, а также инвестиции крупной венчурной компании. Сегодня перед братьями открыты безграничные возможности.

Сайт www.Aardman.com был разработан анимационной компанией, получившей известность благодаря своим героям Уоллас и Громит. Сайту присущ сдержанный британский юмор, который и принес мультфильмам славу. Если вы художник-мультипликатор, писатель, продюсер или музыкант, то можете предложить посетителям сайта развлекательные материалы.

Сайт www.opusclassical.com предоставляет доступ к базе данных выступлений мировых исполнителей классической музыки, а также возможность приобрести в Интернете билеты на концерты. Подобные сайты коммерческой направленности существуют для любых жанров музыки, литературы и искусства.

Сайт www.nakedauthors.com представляет собой блог писателей криминальных романов Джеймса Гриппандо, Патриции Смайли, Пола Левайна, Жаклин Уинспир, Джеймса О. Борна и Корнелии Рид. Хотя у всех этих писателей (многие из которых являются лауреатами различных премий) есть собственные сайты, они используют этот блог, чтобы говорить о своей работе, которую они так любят. Если вы писатель либо у вас есть друзья, интересы которых вы разделяете, организуйте групповой блог. На подобных блогах представлено интересное сочетание различных точек зрения, что нравится читателям.

На сайте www.indiemusicgroup.com размещены страницы 74 независимых музыкантов, а также музыкальные новости и рекомендации. Мы точно знаем, что музыкантов именно 74, поскольку владелец сайта Дуг Моррис не получает дохода от рекламы, и на его сервере не помещается больше страниц. Время от времени он удаляет информацию об одном из музыкантов и заменяет ее данными о другом. Дуг работает в розничной сети *Wal-Mart* в городе Джоплин, штат Миссури. Он увлекся музыкой инди, восстанавливаясь после сердечного приступа. Сайт для него – не бизнес, а любимое дело, и он хочет, чтобы так продолжалось и дальше. Однако пример Дуга Морриса показывает возможности для развития подобных проектов коммерческой направленности.

Сайт www.astrologyzone.com принадлежит профессиональному астрологу Сьюзан Миллер. На этом сайте вы можете познакомиться со своим гороскопом на месяц (в жизнерадостной и юмористической форме) и проверить совместимость с друзьями и потенциальными партнерами. Здесь вы найдете дружественное общество и много информации для тех, кто любит согласовывать свои действия со звездами. Доход автор сайта получает от рекламы, продажи книг и регистрационных взносов участников.

Владельцем сайта www.darkfish.com является Тимоти Дж. Роджерс. Он разработал программное обеспечение, которое позволяет посетителям играть в Интернете в настольные игры против компьютера. Речь идет о таких играх, как шашки, реверси и другие. Роджерс предлагает владельцам других веб-сайтов использование игр по 200 долларов за каждую, при этом в стоимость входит настройка.

Сайт www.bluesfear.com предназначен для художников, которые работают с цифровыми мультимедиа. На сайте вы найдете руководства и программы для работы с графикой, статьи, ресурсы и форум. Финансирование сайта осуществляется за счет рекламы.

Как видите, сайты новостей и развлекательные сайты имеют что-то общее, и это служит прекрасной иллюстрацией того, как потребители и посетители используют Интернет. Мы пользуемся глобальной Сетью, чтобы совершать покупки, получать информацию и развлекаться. Если вам как предпринимателю удастся создать сайт, который будет охватывать каждую из указанных областей, он непременно станет успешным.

Сайты аукционов

Многие начинали свой путь в интернет-бизнесе с сайтов интернет-аукционов. Особенно в этой связи стоит отметить eBay, который остается крупнейшим и наиболее популярным сайтом аукционов. Различные виды интернет-компаний могут найти для себя возможности развития при помощи таких сайтов аукционов. Этой теме мы посвятили всю главу 3.

Сайты партнерских продаж

В мире Интернета партнером именуется тот, кто направляет потенциальных покупателей на сайт продавца. Если потенциальный покупатель делает покупку, продавец выплачивает партнеру часть своего дохода от продажи. Многие интернет-компании создают партнерские сети, которые помогают продвигать их товары и услуги.

Например, Джиллиан Уилер предлагает своим клиентам информационный продукт, связанный с правительственными грантами в сфере недвижимости. Он называется «Новая американская земельная лихорадка: как покупать недвижимость за правительственные деньги» («The New American Land Rush: How to Buy Real Estate with Government Money») (www.NewAmericanLandRush.com). При этом существуют тысячи сайтов, предлагающих обучение и другие ресурсы для инвесторов в недвижимость. Они являются потенциальными партнерами компании Джиллиан. Поэтому у нее есть специалист по связям с партнерами, работа которого заключается в налаживании связей и поддержании отношений с партнерскими компаниями.

Джо Витале предлагает товары и услуги, связанные с написанием гипнотических текстов (www.HypnoticMarketingInc.com). Он сотрудничает с компанией, которая продает эти товары и услуги через широкую партнерскую сеть. Когда кто-либо из партнеров продает нашу продукцию, мы платим им комиссионные. Для партнеров продвижение наших товаров и услуг является дополнительной деятельностью, приносящей прибыль наряду с основным бизнесом.

В то же время многие предприниматели создают крупные интернет-компании и занимаются только одним – продают продукцию других компаний, выступая в роли партнеров. Речь может идти как о товарах, так и об услугах. Поскольку такая модель доказала свою эффективность и жизнеспособность, мы посвятили ей главу 4 этой книги.

Социальные сети и форумы

Разумеется, был найден способ использовать Интернет для общения. Интернет-форумы представляют собой виртуальные комнаты для бесед (наверное, более удачной аналогией могут послужить кофейни), где посетители собираются для того, чтобы обсудить волнующие их вопросы. Форумы появились в Интернете в 1995 году. На сегодняшний день существуют форумы, посвященные любым темам, которые только можно себе представить. Для поддержки форумов, которые также иногда называют группами новостей, досками объявлений, используется различное программное обеспечение.

Первой социальной сетью стал сайт www.classmates.com («Одноклассники»), появившийся в 1995 году. Эта сеть помогала старым друзьям найти друг друга, и популярность такой идеи способствовала появлению ряда подобных сайтов. Затем возникли сайты знакомств, которые вскоре стали очень популярными. К 2004 году на сайты знакомств в Интернете было потрачено 473 миллиона долларов (по данным исследования компании *Jupiter Research*, которые приводятся на сайте «США сегодня», <http://www.USAToday.com/tech/webguide/internetlife>).

Одним из наиболее популярных сайтов знакомств является сайт «e-Гармония» (www.eharmony.com), созданный Нилом Кларком Уорреном. Калифорниец Уоррен работал психологом в клинике и часто консультировал пары, переживавшие развод. Он задумал помочь людям выбирать себе подходящих партнеров для брака и в 1992 году написал книгу «В поисках большой любви» («Finding the Love of Your Life»). Уоррен разработал систему 29 показателей совместимости, которые обеспечивают успешное развитие отношений. В конце концов его система была запатентована. При поддержке инвесторов сайт начал работу в 2000 году. Сегодня в этой семейной компании насчитывается уже 130 сотрудников.

Сайт знакомств www.plentyoffish.com принципиально отличается от предыдущего. Во-первых, регистрация на нем абсолютно бесплатна для пользователей. Его создатель Маркус Фрайнд запустил сайт в 2003 году в качестве одного из проектов, с помощью которого он хотел изучить ASP. NET. Сегодня день на этом пятом по размеру сайте знакомств в мире ежедневно просматривается 13 миллионов страниц, и, по словам Фрайнда, благодаря его

сайту ежегодно создают успешные отношения 300 тысяч пар. В отличие от платных сайтов знакомств, дизайн детища Фрайнда предельно прост. Однако пользователи очень активны – они с энтузиазмом участвуют в работе форумов и организуют вечеринки, где люди могут познакомиться лично. Благодаря этому Фрайнд и его девушка руководят сайтом без помощи наемных сотрудников из своей квартиры в Ванкувере, Канада. Тот факт, что сайт бесплатен для пользователей, не означает, что Фрайнд на нем не зарабатывает. На самом деле, он стал миллионером благодаря использованию рекламных статей Google AdSense (смотрите главу 4).

Очень популярен среди молодежи сайт MySpace (www.myspace.com), который действует с 2003 года. Его формат типичен для социальных сетей. Пользователи регистрируются, затем заполняют личные анкеты и указывают свой возраст, пол, сексуальную ориентацию, семейное положение, политические взгляды, музыкальные предпочтения, любимые фильмы и хобби. Общение происходит путем создания списков «друзей». Каждый пользователь MySpace имеет доступ к электронной почте и мгновенному обмену сообщениями в Интернете.

За последние несколько лет произошли значительные изменения в социальной жизни людей. Подростки и молодые люди все чаще знакомятся и находят друзей при помощи MySpace и аналогичных сайтов. Хотя не все пользователи этого ресурса молоды и одиноки. На MySpace регистрируются владельцы компаний, представители индустрии развлечений и политики, чтобы продвигать свои предложения.

Первой университетской социальной сетью стал сайт Facebook (www.facebook.com), который был создан в 2004 году студентом Гарварда Марком Зукербергом, желавшим найти друзей. Вскоре проект развился и уже включал высшие учебные заведения всего мира, завоевав огромную популярность среди студентов. В сентябре 2006 года на Facebook были отменены ограничения, и теперь зарегистрироваться может любой пользователь².

Иллюстрацией огромной силы социальных сетей может послужить история о том, как Эрик Хуза помог организовать благотворительную акцию в поддержку больных СПИДом в округе Пирс. Эрик был студентом Тихоокеанского лютеранского университета в городе Такома, штат Вашингтон, и на тот момент у него насчитывалось 200 друзей в сети Facebook. Он обратился ко всем этим людям, пригласил их участвовать в мероприятии и приводить своих знакомых. В результате к нему присоединились 167 человек. «Это недорогой и относительно простой способ сообщить о мероприятии множеству людей» – эти слова Эрика приводит в своей статье «Виртуальное сообщество» Мэган Хейли (<http://www.plu.edu/scene/issue/2006/winter/features/virtual-society.html>).

В апреле 2007 года сила социальных сетей была продемонстрирована в более трагической ситуации, когда перестрелка на территории политехнического университета Вирджинии унесла жизни десятков студентов и преподавателей. К концу того трагического дня 20 тысяч студентов одновременно находились на сайте Facebook, утешая друг друга и оплакивая пострадавших.

Продажа информационных продуктов

Приведенные в этой главе статистические данные подтверждают главную истину Интернета: люди заходят в Сеть в поиске информации. Разработка и продажа информационных продуктов открывают путь к широким возможностям развития бизнеса в Интернете.

² В России к числу самых популярных социальных сетей относятся: «В контакте», www.vkontakte.ru; «Мой мир», www.my.mail.ru; «Одноклассники», www.odnoklassniki.ru; «Лайв Журнал», www.livejournal.com; «Мамба», www.mamba.ru; «Лав плэнет», www.loveplanet.ru и др. – *Примеч. ред.*

Оба автора этой книги в качестве консультантов время от времени работают с клиентами. Однако на протяжении многих лет мы получали существенную часть дохода, предоставляя информацию своим читателям. У обоих есть сайты продаж, посвященные каждому из наших продуктов.

Продукция Джо Витале связана с маркетингом и использованием духовных практик в бизнесе и других сферах жизни. Многие знают Джо по фильму «Секрет» и бестселлерам «Секрет притяжения. Как получить то, что ты действительно хочешь» (Изд-во «Эксмо», 2009 г.), «Ключ. Поверни его – и откроешь тайну притяжения» (Изд-во «Эксмо», 2010 г.) и «Жизнь без ограничений» (Изд-во «Эксмо», 2009 г.), посвященным духовному развитию.

Посетив основной сайт Джо Витале www.MrFire.com, вы сможете познакомиться с ежемесячными новостями, включая статьи и фотографии, сделанные во время путешествий с его любимой Нериссой. Вы сможете увидеть его коллекцию машин (не забудьте посмотреть красавицу «Франсин» – модель Panoz Esperante GTLM 2005 года ручной работы), почитать блог и получить удовольствие от просмотра видеоматериалов. И, конечно же, у вас будет возможность познакомиться с информационными продуктами и приобрести те из них, которые вас заинтересуют.

Джиллиан имеет опыт консультирования коммерческих и неприбыльных компаний. На ее сайте www.GrantMeRich.com представлена информация о грантах, а также даются рекомендации по написанию грантов. Здесь вы можете учиться, приобретать интересующую вас продукцию и общаться в режиме онлайн. Джиллиан часто пишет о недвижимости, в частности о возможности использовать правительственные гранты и льготные кредиты на покупку недвижимости. Сейчас она работает над книгой на эту тему. Получить больше информации (и посмотреть короткий видеоролик) вы можете на сайте www.NewAmericanLandRush.com. Еще один сайт Джиллиан носит название www.DrJillian.com. Здесь вы можете познакомиться с материалами ее уроков по успешности и духовному развитию. Вы также можете узнать о готовящейся к печати новой книге Джиллиан «Новые секреты: за пределами закона притяжения» («The Other Secrets: Beyond the Law of Attraction»).

Как вы видите, мы оба создаем товары и услуги и пишем о тех вещах, в которых разбираемся и которыми увлечены. В главе 1 вы выполняли упражнение, позволяющее определить ваши склонности и интересы. Используя полученные в результате выводы, вы можете рассмотреть возможность создания собственных информационных продуктов. В главе 6 вы узнаете о том, как разработать множество разнообразных информационных продуктов. Кроме того, мы предоставим ряд инструментов для исследования потенциального рынка перед запуском вашего продукта.

Образовательные сайты

Разновидностью информационных продуктов являются образовательные сайты³. В Интернете существует множество проектов, предлагающих различные варианты обучения. Примером может служить сайт www.teach12.com, предлагающий занятия по программе университета. На сайте www.word2word.com представлена база онлайн-занятий по изучению иностранных языков. Сайт www.free-ed.net предлагает бесплатные онлайн-уроки по различным предметам – от алгебры до приемов сварки. На сайте www.advancedacademics.com предлагаются в режиме онлайн аккредитованные уроки старших классов школы. Занятия по различным техническим предметам, связанным с Интернетом, можно найти на www.eclasses.org. А на сайте www.universal-class.com по доступным

³ В российском Интернете тоже есть такие сайты, например, см.: <http://draw.demiart.ru>, www.study.ru, www.foto-kurs.ru. – *Примеч. ред.*

ценам предлагается обучение по самым различным направлениям – от бухгалтерии до изобразительного искусства.

Авторы книги в различные периоды своей жизни предлагали услуги обучения онлайн. Джиллиан лично обучает написанию грантов на своем сайте www.GrantMeRich.com. Кроме того, она разработала программы обучающего сайта www.GrantsUniversity.com для неприбыльных и социально ориентированных организаций. Как видите, онлайн-уроки представляют собой отличный товар.

Наш следующий эксперт, Риа Перри, – сторонница качественного образования. Она обучила дома своих семерых детей и сделала карьеру, предлагая услуги бизнес-образования родителям и семейным группам.

Статья приглашенного эксперта

Образование как бизнес

Риа Перри

Если у вас несколько детей, вы меня поймете. В каждой семье найдется ребенок, с которым родители не знают, что делать.

Я расскажу о своем случае.

Около 20 лет назад я поддалась на уговоры мужа, работающего учителем средней школы, и начала обучать наших детей дома. Это было просто, когда их было всего трое. Сейчас у нас уже семеро детей, не считая трех, которые смотрят на нас с небес.

Мой старший сын Дрю никогда не отличался способностями, но всегда был послушным ребенком, готовым учиться. К тому моменту, когда ему исполнилось 14, у меня опустились руки, и я сказала Богу: «Господи, если тебе угодно, чтобы у него было образование, я прошу тебя позаботиться об этом».

И я как будто бы услышала, как Господь вздохнул с облегчением.

На протяжении нескольких последующих лет Дрю управлял нашей фермой и изучал фондовый рынок. Ему очень нравилось фермерство, однако он понимал, что на нем не заработаешь состояние, если тебе не достался в наследство уже налаженный бизнес.

Кроме того, он решил, что фондовый рынок не для него. Мы не считали это неудачей, это был просто этап выбора карьеры.

Затем он пробовал свои силы на eBay, и ему очень понравилось продавать ненужные вещи, которые он находил в подвале.

Когда ему исполнилось 18 лет, я повела его на конференцию по инвестициям в недвижимость, и он сразу же понял, что это его призвание. Через три года Дрю достиг своей первой цели – в возрасте 21 года им был куплен или находился под его управлением 21 дом.

Позднее он стал зарабатывать так много, что достиг своей второй цели – мы смогли позволить себе, чтобы муж не работал, а посвящал свое время прикованному к постели отцу, который жил с нами почти четыре года.

Сейчас Дрю 25 лет. Он продает дома на eBay и обучает других, как получить прибыль, торгуя недвижимостью на eBay. Совсем недавно он женился на девушке своей мечты.

Теперь я вожу на конференции старших детей, чтобы научить их законам, по которым живет общество, вместо того, чтобы в школе они усваивали жизненные уроки от своих ровесников.

Я нахожусь в постоянном поиске учителей, соответствующих высоким стандартам, которые я установила для своих детей. И когда я нахожу кого-то, кто дотягивает до моей высокой планки, я рекомендую такого человека другим семьям.

Когда мы с Дрю начали учиться вместе, я поделилась историей нашего успеха в одной из групп на Yahoo! позднее превратившейся в ежегодную конференцию по семейному бизнесу, которая теперь проводится на восточном и на западном побережьях США.

У нас выступали Марк Виктор Хансен, Трой Мак-Клейн из шоу «Кандидат» на канале NBC, Шэрон Лектер, один из авторов книги «Богатый папа, бедный папа» (Изд-во, «Попурри», 2009 г.) и лауреат премии «Учитель года» штата Нью-Йорк Джон Тейлор Гатто.

Наш бизнес работает в Интернете. Мы рекламируем конференции на своем веб-сайте и поддерживаем связь с читателями по электронной почте. На наших семейных встречах мы призываем родителей знакомить детей с миром бизнеса и учиться достигать финансовой независимости вместе с ними. Подросткам еще не знаком страх неудачи, потому что они обладают достаточной смелостью, чтобы воплотить в жизнь то, о чем говорят выступающие.

Я отношусь к своей задаче выбрать учителя для семьи с максимальной ответственностью. Мне кажется, это большая честь – учить родителей достигать финансовой независимости и давать их детям знания, необходимые для жизненного успеха.

С 1987 года Риа Перри обучила своих семерых детей. Ее старший сын стал специалистом по инвестированию в недвижимость, когда ему исполнилось всего 18 лет, и уже через три года стал зарабатывать больше своего отца. Сегодня ему 25 лет, и он учит других зарабатывать деньги, продавая дома на сайте eBay. Риа ежегодно проводит четыре конференции, которые помогают семьям узнать о возможностях семейного бизнеса, в том числе о бизнесе в Интернете. Дополнительную информацию вы можете найти на сайте www.RheaPerry.com.

Сайты с платным членством

Одна из моделей интернет-бизнеса – сайт с платным членством – дает уникальное для предпринимателя с собственным бизнесом преимущество – предсказуемый доход. Сайты с платным членством обычно предоставляют своим подписчикам привилегированный доступ к информации и услугам либо к специальным ценовым предложениям. Зачастую такие сайты предлагают возможности как платного, так и бесплатного членства, чтобы посетители могли самостоятельно решать, сколько они хотят вкладывать и, соответственно, получать от данного ресурса. Читатели этой книги в дополнение к информации, приведенной на ее страницах, могут зайти на сайт www.YourInternetCashMachine.com и получить бесплатный доступ к большому количеству ресурсов.

Одним из примеров такого сайта с платным членством является <http://femininezone.com>, который предлагает «уникальный взгляд на женские вопросы – все

аспекты отношений, секса, умственного и физического развития, рассмотренные ведущими мировыми экспертами, зрело и взвешенно, с абсолютной открытостью». Сайт www.voicesofromance.com предлагает «романтические стихотворения, товары и идеи для создания романтических отношений». Музыкальный сайт A & R Live! Hookup (www.armusicl.com) дает возможность музыкальным исполнителям, авторам песен, продюсерам и представителям музыкальной индустрии найти друг друга.

Сайты с платным членством построены на использовании специального программного обеспечения. Некоторые компании предлагают собственное программное обеспечение для подобных сайтов вместе с услугами хостинга. С нашей точки зрения, самые лучшие, простые и надежные программы можно найти на сайте www.amember.com. Покупатель приобретает программное обеспечение, которое устанавливается на его сайте. Дополнительную информацию о простых способах создания сайта с платным членством вы можете получить в главе 7.

Многоуровневый и сетевой маркетинг

Одной из распространенных моделей бизнеса является многоуровневый маркетинг (multilevel marketing – MLM), который часто называют также сетевым маркетингом, или прямыми продажами (не все компании, которые занимаются прямыми продажами, построены на многоуровневой модели, однако именно такая модель применяется в большинстве из них). В модели MLM вы сотрудничаете с компанией в качестве независимого подрядчика, распространяющего товары и услуги компании. У вас две задачи: во-первых, продавать продукцию компании и, во-вторых, привлекать новых дистрибьюторов, которые будут работать под вашим руководством (в вашей структуре). Ваше финансовое вознаграждение зависит от дохода, полученного вами и людьми, которые входят в вашу структуру. Вы наверняка знаете некоторые многоуровневые компании, такие как *Avon*, *Mary Kay* и *Oriflame*. Среди других крупных фирм, использующих такую модель, можно назвать *Intway*, *Electrolux*, *Herbalife*, *Mannatech*, *Pre-Paid Legal*, *Shaklee*, *Usana* и сотни других.

В 1970-х годах Джиллиан с мужем отправились на презентацию компании *Amway*. Они услышали впечатляющий рассказ о предлагаемых финансовых возможностях, и муж Джиллиан вдохновился идеей этого бизнеса. Они оба были молоды и искали способы заработать. Джиллиан была настроена скептически – главным образом потому, что не могла представить себе, как она будет предлагать друзьям и родственникам купить у нее что-либо.

Она знала, что у нее нет задатков к торговле; то же самое можно было сказать и о ее муже. В конце концов, как и десятки тысяч других людей, они оказались с гаражом, полным стирального порошка и моющих средств. В последующие годы кое-что они раздали, а остальное использовали сами. После этого в течение долгого времени идея многоуровневого бизнеса была неприемлема для Джиллиан.

Однако в бизнесе многоуровневого маркетинга произошли изменения в лучшую сторону. В 1980-х годах компании стали брать на себя управление запасами и распространение товара. Благодаря таким переменам и снижению требований к объему закупаемого товара уменьшались первоначальные затраты дистрибьютора. А в 1990-х годах развитие деловой активности в Интернете позволило MLM-предпринимателям перенести свой бизнес из кухонь друзей во всемирную Сеть. Сегодня человек, занимающийся сетевым маркетингом, может получить доступ к неограниченному числу потенциальных покупателей и привлечь в свою структуру множество сотрудников.

Компании, построенные на многоуровневом маркетинге, используют различные организационные структуры и системы вознаграждения, многие из которых достаточно сложны.

Прежде чем вкладывать деньги, важно проанализировать и до конца понять вертикальную структуру компании и систему оплаты.

Часть доходов многих компаний сетевого маркетинга создается за счет присоединяющихся к бизнесу дистрибьюторов, а не за счет непосредственной продажи продукции. Если вы рассматриваете условия, предлагаемые MLM-компанией, большой вступительный взнос или требование купить значительный объем продукции должны послужить для вас сигналом опасности. В таком случае ваши шансы построить свою «пирамиду» невысоки, и велика вероятность того, что компания может вскоре обанкротиться.

Один из недостатков компаний сетевого маркетинга заключается в том, что дистрибьютор не является владельцем собственного бизнеса. Во многих случаях дистрибьютору запрещено продавать продукцию других фирм, а его работа возможна только при условии соблюдения требований компании.

Сетевой маркетинг привлекает людей точно так же, как создание собственного бизнеса. Такая работа предполагает финансовую и личную независимость и может показаться надежной гаванью людям, которые потеряли работу или ощущают потребность сменить ее. Кроме того, MLM-компании обеспечивают существенную эмоциональную и коммерческую поддержку посредством проведения встреч и налаживания личных отношений.

По нашему мнению, это палка о двух концах. Поддержка и обучение полезны, когда они способствуют реализации конкретных целей. Значительная часть обучения в MLM-компаниях направлена исключительно на стимулирование дистрибьюторов осуществлять продажи с помощью личных контактов, а этот метод не срабатывает для большинства людей. Немногие способны вынести раздражение друзей, вызванное попытками привлечь их к сетевому бизнесу. Если вы заинтересованы в сетевом маркетинге, рекомендуем найти компанию с хорошей репутацией, которая бы не ограничивала вас требованием работать только с ее продукцией и приветствовала ведение бизнеса в Интернете, принципы которого представлены в этой книге.

Среди MLM-компаний встречаются очень успешные. Более того, акции приблизительно десяти таких компаний обращаются на бирже. Приглашенный эксперт Поли Сабол рассказывает об одной из новых компаний сетевого бизнеса, учрежденной авторитетными предпринимателями и твердо следующей принципам интернет-маркетинга. Помимо прочего, эта компания нравится нам тем, что направляет часть своей прибыли на благотворительность.

Статья приглашенного эксперта

Доходы в геометрической прогрессии: получите миллион долларов в месяц на благотворительные цели

Поли Сабол

Представьте себе, что выписываете чек на сумму в миллион долларов на благотворительность. Смогли бы вы это сделать? Как долго вам пришлось бы работать для этого?

Теперь представьте, что у вас возникло непреодолимое желание делать ежемесячные пожертвования на цели благотворительности в размере миллиона долларов. Один из способов стать пассивным меценатом, ежемесячно жертвующим миллион долларов, – накопить 240 миллионов долларов на депозитном счете в банке под 5 % годовых и выписать поручение

на выплату процентов в пользу благотворительного фонда. Разумеется, накопить такую сумму большинству людей не под силу. И все же есть способ реализовать эту идею при помощи пожертвований, растущих в геометрической прогрессии.

Ниже приведены три этапа реализации этой модели.

1. Выберите хорошо известную программу партнерского маркетинга. Это должна быть программа на основе использования членства, наподобие книжного клуба или группы развития профессиональных способностей.

2. Используйте предлагаемую систему обучения и инструменты партнерских взаимоотношений, направленные на объединение индивидуальных усилий.

3. Примите на себя обязательство ежемесячно делать небольшой вклад на протяжении двух лет.

Большинство людей останавливает именно последний шаг.

Хотя все бы хотели жертвовать миллион долларов на благие цели, некоторые не готовы участвовать в работе эффективной системы в течение двух лет, поскольку вначале результаты этой работы мало заметны.

Возьмем для примера программу для пожертвований в геометрической прогрессии, которую использую я. Это клуб любителей книг и личного развития с ежемесячным взносом в размере 35 долларов. Из 35-долларового взноса один доллар автоматически направляется на благотворительность. Все начинается всего лишь с одного вашего доллара.

Наверное, сейчас вам трудно понять, как из одного доллара вашего ежемесячного членского взноса будут создаваться пожертвования в размере одного миллиона долларов?

Давайте проанализируем. Например, вы привлекаете в клуб одного нового члена каждый месяц – это вполне осуществимо даже для новичков. Результаты будут расти вместе с ростом вашего умения использовать систему привлечения. Пользуясь системой самостоятельно, через два года вы обеспечите пожертвования в размере 25 долларов в месяц. Тем не менее это еще далеко не миллион долларов в месяц, потому что с помощью лишь собственных усилий вы увеличиваете пожертвования всего лишь в *линейной* прогрессии. В приведенной на следующей странице таблице показаны результаты роста ваших пожертвований в линейной прогрессии.

Рост пожертвований в линейной прогрессии замедляется с каждым месяцем, поскольку участники клуба не научились объединять свои усилия.

Теперь представьте, что вы не только привлекаете одного нового члена клуба со взносом 35 долларов в месяц, но и знакомите его с системой, чтобы он мог делать то же самое. По мере того как каждый новый член клуба расширяет сеть, вы достигаете потрясающих результатов. Отказавшись от действий исключительно собственными силами и обучив других использовать систему, вы добьетесь роста пожертвований в геометрической прогрессии.

Месяцы	Количество лиц, делающих пожертвования	Сумма, долл.	Рост, %
0	1 (вы)	1	отсутствует
1	2	2	100
2	3	3	50
3	4	4	33
4	5	5	25
5	6	6	20
6	7	7	17
...
22	23	23	4,5
23	24	24	4,3
24	25	25	4,2

В таблице на следующей странице это продемонстрировано.

Вы увидели, как достичь пожертвований на благотворительность в размере миллиона долларов менее чем за два года.

Такая модель очень действенна. Потому я призываю вас прямо сейчас поставить цель и взять на себя ответственность за создание пожертвований в размере одного миллиона долларов в месяц. И, когда вы ставите такую цель вместе со мной, случается нечто удивительное. Когда благотворительный фонд зарабатывает миллион долларов в месяц (а может быть, больше), столько же зарабатываете и вы. Мы получаем геометрически растущие *доходы*. Вы зарабатываете вместе с фондом, поскольку та же система, которая используется для расширения вашего клуба любителей книги, обеспечивает вам доход в размере одного доллара за каждого члена вашей команды.

Это работает! Я только что говорила по телефону с председателем клуба любителей книги. Он поздравил меня с тем, что я достигла самых высоких партнерских доходов в истории компании. А меня порадовало то, что я увеличивала пожертвования с наибольшей скоростью.

Месяцы	Количество лиц, делающих пожертвования	Сумма, долл.	Рост, %
0	1 (вы)	1	отсутствует
1	2	2	100
2	4	4	100
3	8	8	100
4	16	16	100
5	32	32	100
6	64	64	100
7	128	128	100
8	256	256	100
9	512	512	100
10	1024	1024	100
11	2 048	2048	100
12	4 096	4096	100
13	8 192	8 192	100
14	16 384	16 384	100
15	32 768	32 768	100
16	75 536	75 536	100
17	151 072	15 1072	100
18	302 144	302 144	100
19	604 288	604 288	100
20	1 208 576	1 208 576	100

Конечно же, такого результата мы добились не только благодаря мне, не так ли? Дело в том, что если бы речь шла только обо мне, пожертвования увеличивались бы всего лишь в линейной прогрессии. Достижение геометрической прогрессии требует командных усилий, и каждый новый член команды имеет одинаковые возможности как для вклада, так и для получения результата.

Поли Сабол является соучредителем сайта MatrixMillionaires.com, на котором представлена обучающая программа, помогающая людям учиться, делать пожертвования и получать доход в геометрической прогрессии. В построении своей системы Поли использовала поддержку и лидерские качества лучших мировых экспертов, включая Марка Виктора Хансена, Майка Филсейма, Донну Фокс, Роберта Дж. Аллена и многих других успешных владельцев бизнеса. Если вы готовы работать немного больше, чтобы иметь возможность намного больше отдавать на пожертвования (и намного больше зарабатывать), вам стоит зайти на сайт www.Books4People.com.

Сайты азартных игр и сайты для взрослых

Хотя сайты азартных игр и сайты для взрослых (которые часто называют порносайтами) не отвечают нашему пониманию бизнеса и описание этой ниши не является целью авторов этой книги, глава, посвященная моделям интернет-бизнеса, не была бы полной, не упомяни мы их.

В 1994 году компания *Cryptologic*, расположенная на островах Антигуа и Барбуда в Карибском море, стала первой в мире организацией, разработавшей программное обеспечение для онлайн-азартных игр и онлайн-перевода денежных средств. Первые сайты азартных игр появились в Канаде. Они регулировались специальным правительственным органом Канады. Вскоре аналогичные сайты появились в Великобритании, Австралии и Лихтенштейне.

Активными пользователями таких сайтов стали американцы, имевшие широкий доступ к Интернету. В США онлайн-азартные игры были нелегальны, за исключением тотализатора на бегах лошадей, для которого было сделано исключение в законодательстве. Несколько штатов, таких как Невада и Северная Дакота, делали попытки легализовать азартные игры в Интернете для своих граждан, однако Министерство юстиции США не позволило этого.

В 1995 году администрация Билла Клинтона под давлением Всемирной торговой организации (ВТО) пообещала открыть американским гражданам доступ к международным сайтам азартных игр. Однако рассмотрение вопроса затянулось на долгие годы, во многом из-за соперничества двух групп с противоположными интересами. Группы с консервативным подходом к религии и морали выступали против легализации игорного бизнеса. И, что более существенно, американские игорные компании, расположенные в Лас-Вегасе и Атлантик-Сити, призывали федеральное правительство занять позицию протекционизма и не давать американцам доступа к зарубежным сайтам азартных игр.

В сентябре 2006 года конгресс США принял закон о нелегальном игорном бизнесе в Интернете. Через две недели президент Буш утвердил законопроект. Этот закон запрещал американским гражданам делать онлайн-переводы с кредитных карт на сайты азартных игр, зарегистрированные за пределами США, в результате чего были заблокированы платежи на миллионы долларов. Американскими правоохранительными органами были арестованы владельцы офшорных игорных сайтов, и по их делам открыто следствие. Опасаясь за свой бизнес и доходы, американцы, владеющие сайтами онлайн-игр, продали свои компании зарубежным покупателям или перерегистрировали их за пределами Соединенных Штатов.

В апреле 2007 года ВТО издала постановление, в котором принятый в США закон был признан дискриминационным и нарушающим правила организации. Кроме того, ВТО заявила о возможности применения санкций в случае, если запрет не будет снят. Первоначально жалоба на Соединенные Штаты была подана государством Антигуа и Барбуда. Теперь теоретически эта страна имеет право потребовать применения санкций. Например, ВТО может отозвать средства защиты торговых марок и авторских прав США за рубежом.

Администрация Буша игнорировала постановления ВТО, с которыми была не согласна, поэтому на момент написания этой книги ситуация не была разрешена. Владельцы зарегистрированных за рубежом игорных сайтов заявляют, что их бизнес восстановился. Некоторые из них по-прежнему позволяют американцам играть в нарушение американского законодательства. Другие не допускают граждан США к игре. Владелец одного из британских сайтов, на котором для привлечения клиентов используются новейшие видеотехнологии, заявляет о ежемесячных 50-процентных темпах прироста клиентов.

Джозеф Келли, профессор торгового права университета штата Нью-Йорк в Буффало, уверен, что онлайн-азартные игры в конце концов будут легализованы в Соединенных Штатах. На сайте www.NetworkComputing.com приведены слова Келли: «Паника, вызванная действиями Министерства юстиции США, постепенно утихнет, будут приняты новые законы, и мы увидим появление регулируемой отрасли... Мысль о том, что можно положить конец онлайн-азартным играм, нелепа».

Веб-сайты для взрослых стали широким полем для ведения бизнеса с момента возникновения глобальной сети в 1991 году. По исследованию, проведенному в 2005 году Сесил

Адамис (www.StraightDope.com), секс – третья по популярности тема запросов в распространенных поисковых системах (в пятерку лидеров вошли музыка, путешествия, секс, игры и eBay). Возможность пользователей получать доступ к «взрослым» ресурсам в уединении собственных квартир, наряду с такими технологическими достижениями, как совместное использование файлов, передача мультимедийных потоков и применение веб-камер, стала огромным преимуществом для такого рынка. По данным статистики, приведенной на сайте www.TopTenReviews.com, в 2006 году мировой объем доходов от порнографии составил около 97 миллиардов долларов. По оценкам сайта, каждую секунду на материалы порнографического содержания тратится более 3 миллионов долларов. Наибольшее количество фильмов и фотографий для взрослых, предлагаемых в Интернете, производится в США. Самым большим рынком сбыта является Китай, где объем продаж в 2006 году составил 27,4 миллиарда долларов. В том же году американские потребители потратили на аналогичную продукцию 13,3 миллиарда, жители Южной Кореи – 25,7 миллиарда, Японии – 20 миллиардов долларов.

Интересно, что порноиндустрия шла по дорожке, проторенной владельцами обычных сайтов. Например, Рон Леви, владелец сайта www.Cybererotica.com, в 1996 году впервые начал использовать баннерную рекламу с оплатой за переход по ссылке. Леви также разработал модель эффективных кликов, то есть систему партнерской оплаты за уникальные посещения сайта (посещения с отдельных компьютеров – каждый компьютер имеет уникальный IP-адрес). В 1997 Леви разработал партнерскую программу, которая определяла уровень оплаты партнерам исходя из объема сгенерированного трафика. Разработанный Леви способ рассылки электронных сообщений с подтверждением *double opt-in* (пользователь подписывается на получение определенной информации, а затем отправляет подтверждение со своего электронного адреса) используется в качестве защиты от спама, а также для защиты от обвинений в рассылке спама в адрес владельцев сайтов. Кроме того, компания *Cybererotica* разработала счетчик, который можно размещать на сайтах и отслеживать статистику трафика, включая источники трафика, критерии поиска и используемые посетителями браузеры.

Резюме

Теперь, когда вы твердо решили заняться интернет-бизнесом, следующим вашим шагом должен стать выбор модели бизнеса. В этой главе мы рассмотрели возможные модели.

- Перенесение существующего бизнеса в Интернет.
- Продажа товаров.
- Услуги технической поддержки сети Интернет.
- Сайты новостей и общей информации.
- Блоги.
- Развлекательные сайты.
- Сайты аукционов.
- Сайты партнерских продаж.
- Социальные сети и форумы.
- Продажа информационных продуктов.
- Образовательные сайты.
- Сайты с платным членством.
- Краткая история развития сайтов азартных игр и сайтов для взрослых, а также некоторые технологии, используемые ведущими интернет-компаниями.

Наши приглашенные эксперты рассказывают о перенесении бизнеса в Интернет, об обучении предпринимательству и о современном сетевом маркетинге.

Глава 3

Сетевые аукционы

Однажды на День труда в уже далеком 1995 году Пьер Омидьяр начал социальный эксперимент, который в корне изменил сложившиеся представления о бизнесе. Созданный им проект он изначально назвал Auction Web, но уже два года спустя переименовал его в eBay. Пьер создал сетевое сообщество, в котором каждый член имел равный доступ ко всем инструментам продажи и покупки. Его интересовало, что произойдет с рынком, если всем его участникам предоставить равный доступ к информации и имеющимся инструментам? Смогут ли в этом случае отдельные индивидуумы конкурировать с представителями большого бизнеса? Что будет, если члены сообщества смогут самостоятельно заниматься бухгалтерией и заключать сделки? В основе концепции eBay лежала уверенность Омидьяра в том, что преобладающему большинству людей можно доверять.

Эксперимент завершился колоссальным успехом. На сегодняшний день уже более 200 миллионов людей продают и покупают все, что им нужно, через аукцион eBay. Сетевой аукцион eBay открыл возможности дополнительного заработка; послужил толчком и поддержкой для малого бизнеса; благодаря ему родились многомиллионные компании. Вскоре на рынок вышли конкуренты, из которых наиболее известны Yahoo! Auctions, Bidz.com, Amazon, ePier, OnlineAuction.com, Auction.com и uBid.com. Многие звезды современного интернет-маркетинга начали торговую деятельность именно с сетевого аукциона eBay.

Как видите, продажа на сетевом аукционе стала настоящим бизнесом, и миллионы людей теперь зарабатывают этим себе на жизнь. Однако даже при наличии интернет-бизнеса, организованного с помощью собственного веб-сайта, всегда найдется способ воспользоваться сайтами сетевых аукционов для рекламы своей продукции и привлечения новых клиентов. Детальнее об этом мы поговорим позже в этой главе.

Если вы решили начать бизнес в структурированной среде с постоянной поддержкой пользователей, то для начала как нельзя лучше подойдут именно сетевые аукционы. Если вы коллекционер любого рода или просто испытываете глубочайшую страсть к покупкам и продаже, то сетевые аукционы окажутся для вас очень увлекательными и удовлетворят большинство ваших потребностей. Еще одним существенным преимуществом в данном случае является быстрый возврат финансовых вложений. Вы можете найти что-то на своем чердаке или на ближайшей благотворительной распродаже, разместить этот лот на сетевом аукционе и уже спустя три дня продать его. Поскольку eBay является крупнейшим сетевым аукционом и его рейтинг среди пользователей остается наивысшим, мы остановимся именно на этом сетевом аукционе, его политике и доступных возможностях. Это отличный старт для своего бизнеса. А когда вы полностью овладеете искусством продажи на аукционе eBay, то сможете попробовать свои силы и на других сетевых аукционах.

С чего начинается сотрудничество с eBay

Чтобы обзавестись благодарными клиентами на аукционе eBay и получить хорошие отзывы, не нужно владеть хитроумными приемами. Нужно лишь дать четкое описание товара, дополнить его качественными фотографиями, аккуратно упаковать проданный товар и обеспечить его своевременную доставку.

Чтобы начать сотрудничество с eBay, нужно для начала создать учетную запись (счет) на этом сетевом аукционе. Если вы уже покупали что-либо на eBay, то учетная запись у

вас уже есть, ее можно использовать для продажи предметов с аукциона. Если же учетной записи у вас еще нет, создайте ее, следуя приведенным ниже инструкциям.

1. На странице www.eBay.com щелкните на кнопке Register (Зарегистрироваться), которая доступна в правом верхнем углу страницы.

2. Введите контактную информацию и личные данные.

3. Введите адрес вашей электронной почты. По этому адресу представители аукциона будут общаться с вами, поэтому в процессе регистрации потребуется его проверка и подтверждение.

Введите данные вашей кредитной или дебетовой карты или данные счета, с которого снимаются деньги по чекам. Все ваши личные данные будут зашифрованы с помощью протокола SSL, обеспечивающего высокий уровень защиты информации. Если же вы не желаете вводить такого рода финансовую информацию, то eBay предлагает альтернативный метод верификации, называемый ID Verify.

4. Прочитайте договор об условиях использования сайта, ознакомьтесь с политикой конфиденциальности и оставьте отметку о том, что вы согласны со всем вышеперечисленным. Это официальный документ, в котором оговариваются ваши отношения с аукционом eBay, условия обслуживания и стоимость выставления и продажи ваших товаров на этом аукционе.

5. Введите имя пользователя (ID), пароль и выберите секретный вопрос на тот случай, если вы забудете пароль.

Если вы уже знаете, какого рода товары будете продавать с аукциона, выбирайте имя пользователя, соответствующее продаваемому товару. Например, если вы планируете продавать старинные куклы, то сделайте это словосочетание частью выбранного вами имени пользователя. Созданное имя можно изменять не чаще одного раза в месяц.

6. Проверьте свой ящик электронной почты. Вам придет извещение от аукциона eBay. Прочитайте его и следуйте простым инструкциям, чтобы подтвердить свой адрес электронной почты и завершить процесс регистрации на сайте.

На сайте можно создать несколько учетных записей, выбрав для них разные имена пользователя (ID) и указав разные адреса электронной почты. Если когда-нибудь вы решите оставить на аукционе только одну учетную запись, то легко сможете объединить все свои учетные записи.

Важнейшей составляющей успеха сетевого аукциона eBay является его функция составления отзывов о покупателях и продавцах. После операции купли/продажи каждый продавец и покупатель обязан оставить письменный отзыв о своем опыте взаимодействия со второй стороной. Если вы как продавец соберете много положительных отзывов о своей работе, то у ваших потенциальных покупателей будет больше уверенности в том, что вы в полной мере выполните взятые на себя обязательства. С самого начала вашей торговли на eBay покупатели будут обращать внимание на ваш рейтинг и читать отзывы других пользователей, которые они оставили после сотрудничества с вами. Поэтому независимо от того, покупаете вы или продаете, очень важно проводить каждую сделку компетентно и честно.

Продавцы на аукционе eBay вносят два вида платежей. Сначала продавец платит за размещение товара на аукционе. Размер этого платежа зависит от выставленной цены за товар. Затем дополнительная плата взимается уже после продажи товара. Ее размер, в свою очередь, зависит от окончательной цены проданного товара. Более подробную информацию по этому вопросу можно получить по адресу <http://pages.eBay.com/help/sell/fees.html>.

Расчеты между пользователями аукциона проводятся через платежную систему PayPal, появившуюся как дополнительная функция eBay. Система PayPal позволяет пользователям оплачивать покупки со своего индивидуального счета, открытого в этой системе, либо же с кредитных или дебетовых карт. Все платежи выполняются в безопасной среде в онлайн-

режиме. Если у вас еще нет своего счета в системе PayPal, вы можете открыть его по адресу www.PayPal.com. Впоследствии можно открыть коммерческий счет и принимать платежи с кредитных и платежных карт непосредственно, но при наличии счета в системе PayPal в этом нет необходимости.

Конечно же, в системе PayPal начисляются небольшие проценты за каждую выполненную транзакцию, и в совокупности с платежами eBay они уменьшают сумму чистой прибыли от продажи товаров с сетевого аукциона. Некоторые продавцы принимают оплату только в виде чеков или прямого денежного перевода. Если вы захотите работать таким образом, то рекомендуем заблаговременно предупредить своих клиентов о том, что купленный товар будет отправлен им только после проверки подлинности чека. Помните о том, что пользователи eBay привыкли получать приобретенные товары в максимально короткие сроки, поэтому ограничение вариантов оплаты до чеков и прямых денежных переводов непременно ограничит круг ваших потенциальных клиентов.

Чтобы начать продажи, зайдите на страничку www.eBay.com и щелкните по ссылке Sell (Продать). В результате вы перейдете на главную страницу сайта, предназначенную именно для продавцов. Здесь вы сможете указать товары, которые желаете продать, и воспользоваться разнообразными вспомогательными инструментами. Но прежде чем приступить непосредственно к продаже, рекомендуем потратить немного времени на просмотр страниц и изучение сайта. Ссылка Help (Помощь), доступная в верхней части страницы, откроет доступ к большому объему полезной информации. Перейдя по ссылке Community (Сообщество), вы получите доступ к разнообразным форумам, новостям и календарю событий сообщества eBay.

Продавать свои лоты на аукционе eBay можно четырьмя способами: на регулярных сетевых аукционах (этот метод детально рассмотрен в данной главе), по схеме «Купи сейчас» (buy it now – BIN), с помощью онлайн-аукциона (live auction) и через магазин eBay (eBay Store).

У продаж по схеме «Купи сейчас» (BIN) есть свои плюсы и минусы. Когда предметы выставлены на аукцион, продавцу предоставляется возможность указать фиксированную цену на них товар. В этом случае пользователь может приобрести товар по указанной цене в любой момент, прекратив на этом торги за лот. С одной стороны, указав фиксированную цену, вы можете недополучить возможную прибыль. Но с другой стороны, вы делаете ставку на импульсивных покупателей, которые приобретут ваш товар по цене, гарантирующей вам прибыль. Фиксированная цена на товар действует до того момента, пока на него не сделана первая ставка. Многие продавцы часто дополнительно применяют опцию резервной цены (reserve price), которая не показывается покупателям, и опцию продажи товара по фиксированной цене.

Вариант онлайн-аукциона заключается в сотрудничестве электронного аукциона eBay с обычными аукционами, которые проводятся аукционными домами. Зарегистрированный участник торгов может представить до 10 тысяч лотов в одном каталоге, заплатив за размещение своих лотов взнос в размере 1500 долларов за один каталог. На момент написания этой книги существовала также плата с каждого успешно проданного лота в размере 5 % от его продажной стоимости. Более детально об опциях онлайн-аукциона можно узнать на странице www.eBayliveauctions.com.

Разместив свои товары в магазине eBay на выделенной вам электронной витрине, вы представите их на рассмотрение огромной аудитории покупателей (около 40 миллионов пользователей в месяц). Выставленные в магазине товары могут находиться на витрине до 90 дней, причем стоимость их размещения несколько ниже стоимости участия лотов в аукционе. За небольшую месячную плату вы можете открыть на сайте eBay собственный электронный магазинчик при условии, что вы набрали не менее 20 баллов положительного рей-

тинга и имеете счет в системе PayPal или прошли процедуру верификации пользователя ID Verify. Придумывая название для своего магазина eBay, не забывайте о ключевых словах, по которым пользователи будут искать предлагаемые вами товары в Интернете. Чтобы открыть свой сетевой магазин, перейдите на страничку www.stores.ebay.com и щелкните на оранжевой кнопке Open a Store (Открыть магазин), которая находится справа.

Что продавать

От выбора товара для продажи в значительной степени зависит успех коммерческой деятельности. Возможно, для вас этот вопрос не представляет сложности. Может быть, вы интересуетесь искусством, модой, мебелью или военной тематикой, и у вас есть возможность покупать соответствующие товары по ценам значительно ниже рыночных. Возможно, вы коллекционер, и предметы вашей коллекции заинтересуют коллекционеров из других стран. Если вы чем-то искренне увлекаетесь, то с помощью сетевого аукциона вы сможете превратить свое любимое занятие в успешный бизнес.

Если же вы не коллекционер, то просто подумайте о том, чем вы любите заниматься. Несложно найти товары, которые так или иначе связаны с вашей основной работой, хобби или с родом занятий, которым вы посвящаете свободное время. Не только вы будете получать удовольствие от покупки и продажи выбранных товаров, но и покупатели по достоинству оценят ваш опыт и знания.

На сетевом аукционе eBay ежедневно продается громадный ассортимент товаров, начиная с антикварных вещей и заканчивая современной электроникой, автомобилями и недвижимостью. Стабильнее всего продаются на сетевых аукционах электроника, компьютеры и комплектующие к ним, а также товары для кухни. Очень многие продавцы построили прочный бизнес на продаже книг, особенно подарочных изданий большого формата с многочисленными иллюстрациями (coffee-table books). Продажа антикварных и современных ювелирных изделий также представляет собой огромное поле для деятельности. На сегодняшний день наиболее крупным разделом на сайте eBay является продажа материалов и оборудования для бизнеса и промышленности (Business and Industrial Materials). Многие предприниматели просто перепродают на аукционах предметы, купленные на «блошиных» рынках, «гаражных» распродажах и в магазинах эконом-класса. При этом аукцион eBay практически не ограничивает вас в выборе, поэтому многие его пользователи продают товары в совершенно разных категориях, относящихся к разным сферам деятельности. Они просто ищут товары по низким ценам, покупают их и выставляют на сетевой аукцион, получая приличную прибыль. Чтобы увидеть, какие товары наиболее востребованы на аукционе eBay в данный момент, посетите страничку <http://pulse.ebay.com/>.

Вы можете продавать и предметы, изготовленные собственноручно. Многие продают свои картины или ремесленные изделия, начиная с одеял ручной работы и заканчивая мебелью. Писатели продают электронные версии своих книг, а программисты – созданные ими программные продукты. Многие продавцы построили бизнес на разработке товаров, полезных другим продавцам этого же аукциона (например, они разрабатывают приложения, упрощающие управление личными счетами пользователей eBay).

Выбирая, что продавать в Интернете и что купить для перепродажи, важно также понимать основные тенденции развития спроса и предложения в физическом мире и виртуальном мире сетевых аукционов. Экономисты выделяют четыре основных этапа в жизненном цикле товара: выход товара на рынок; этап стабильной популярности или сезонной распродажи, когда товар доступен практически во всех торговых точках; этап зрелости, или завершающая фаза; и уход с рынка.

На этапе выхода товара на рынок спрос на него наиболее высокий. Каждый знает, как сложно найти новую игрушку в канун Рождества. Когда новые игрушки или компьютеры представляют широкой публике в октябре или ноябре, некоторые продавцы eBay скупают оптом практически все доступные товарные запасы этих новинок. И когда запасы данных товаров заканчиваются в розничных магазинах, они выставляют их на сетевом аукционе. Понимая, насколько высок спрос на новую продукцию среди продавцов eBay, многие производители стали сначала представлять свою продукцию на этом сетевом аукционе и только потом распространять по сетям розничных магазинов.

Этап выхода на рынок переживают абсолютно все товары. Только продолжительность этого этапа может быть разной – от нескольких недель до нескольких месяцев. Например, новые модели одежды представляют потенциальным покупателям за несколько месяцев до начала сезона, в котором они будут максимально востребованы. Поэтому летние модели появляются в магазинах уже в феврале, а кофты и куртки – в августе. Этап выхода на рынок телевизоров и другой электроники длится, как правило, несколько месяцев, пока на рынке не появятся более новые и улучшенные версии тех же продуктов. В автомобильной промышленности новые модели появляются раз в году, этап выхода на рынок для каждой модели длится около девяти месяцев.

К тому времени как товар доживет до этапа ухода с рынка, новые модели уже прочно займут их место. Производители и точки розничной торговли изо всех сил стараются распродать товар до наступления этой последней фазы. Но для тех, кто продает товары на сетевом аукционе eBay, именно фаза ухода товара с рынка дает возможность хорошо заработать. Дело в том, что все покупатели ищут выгодных сделок. Многие предпочитают покупать хорошие товары по приемлемой цене вместо того, чтобы выкладывать за них огромные суммы в разгар максимального спроса. Некоторые продавцы на eBay специализируются именно на таких методах продажи товаров. Однако при продаже товаров, которые уже уходят с рынка, нужно учесть несколько важных факторов.

Главный фактор, который нужно учесть, – спрос. Прежде чем приобрести товар, уходящий с рынка, подумайте, сохранился ли на него спрос. Не покупайте товары, к которым покупатели давно потеряли интерес. Не покупайте товары, которые не очень активно продавались на предыдущих этапах своего существования. Очень выгодно и легко продавать в период ухода с рынка продукцию известных и популярных производителей. Проверьте также, сколько аналогичных предположений на сайте eBay доступно на данный момент, и не пытайтесь втиснуться в перенасыщенную нишу. Если станете продавать товар в сегменте рынка с очень высокой конкуренцией, то очень скоро цена этого товара может так сильно упасть, что вы не сможете заработать на его продаже. Для оптовых покупателей есть золотое правило, которое гласит: не покупать товаров в объемах больше 10 % от партии, доступной в розничной продаже.

Вторым фактором является цена. Цена товара очень важна, особенно на этом этапе его жизненного цикла. Нужно купить товар очень дешево, чтобы заработать на его продаже, когда он начнет уходить с рынка. И последняя рекомендация: иногда, найдя очень выгодную цену, трудно остановиться, и можно скупить слишком много единиц товара. Но вы ведь не хотите остаться со всем этим товаром на руках, когда спрос на него совсем исчезнет?

Ценовая политика

Как уже упоминалось выше, одним из важнейших факторов продажи товаров с аукциона eBay является их цена. Полезно сделать предварительный анализ цен, по которым уже продавались аналогичные товары с аукциона eBay. Для этого следует воспользоваться функцией расширенного поиска (ссылка Advanced Search) на странице <http://search.eBay.com/ws/>

search/AdvSearch. Введите название товара или ключевое слово, максимально соответствующее товару, который вы собираетесь продавать. Выберите подходящую категорию. Ниже установите флажок Completed Listings (Поиск по лотам, торги на которых завершены). В раскрывающемся списке Sort By (Сортировать по) выберите значение Ending Soonest (Завершившиеся торги). В результатах поиска вы увидите, как завершились торги по продаже товаров, схожих с теми, которые собираетесь продавать вы. Так вы узнаете текущую цену товара.

Кроме того, цены на определенный товар можно проанализировать с помощью поисковой системы Google. Для этого на главной странице Google.com введите название товара или интересующие вас ключевые слова. В результатах поиска вы без труда найдете цены на товары, аналогичные вашему. Вы найдете информацию из разных источников, доступных в Интернете, включая такие аукционы, как Craigslist (www.craigslist.com). В поиске новых и не очень новых товаров вы найдете список разных производителей и разных сайтов, таких как Shopping.com и Amazon.

Некоторые продавцы задают резервную цену (reserve price) – минимальную цену, за которую они согласны расстаться со своим товаром. В этом случае аукцион проходит как обычно, за исключением того, что потенциальные покупатели, чтобы выиграть аукцион, должны сделать ставку в размере указанной резервной цены или выше ее. Такие аукционы дают продавцу уверенность в том, что он не потеряет деньги на продаже выставленного лота. Покупатели знают, что для данного товара установлена резервная цена, но ее размер им не известен.

Организация аукциона с заданной резервной ценой обходится продавцу дороже стандартного аукциона, поскольку eBay взимает за эту услугу дополнительную плату (сверхплаты за размещение товара на аукционе). Размер дополнительной платы зависит от размера установленной продавцом резервной цены. Если к окончанию торгов заданная резервная цена не будет достигнута, аукцион считается не состоявшимся. Однако в этом случае продавец может связаться по электронной почте с покупателем, сделавшим самую высокую ставку, и предложить ему купить товар за указанную покупателем цену. Значительно проще не использовать функцию резервной цены, а просто указать минимальную цену, за которую может быть продан выставленный лот. Так вы избежите дополнительной платы и застрахуете себя от возможных убытков при продаже лота. К тому же, согласно результатам опросов, многие пользователи eBay не участвуют в аукционе, если видят, что за выставленный лот назначена резервная цена.

Некоторые продавцы соглашаются начать торги за выставленный ими лот с 1 доллара, не назначая резервной цены. В этом случае в торгах участвует максимальное количество пользователей, но при этом очень высок риск того, что товар будет продан по цене, которая окажется ниже себестоимости. Подобную тактику можно использовать для того, чтобы вызвать интерес к товару. Но постоянно продавать по такой схеме очень рискованно.

По статистике продается только 40 % лотов, выставленных на аукционе впервые. Если ваш товар не продан сразу, можете выставить его на торги повторно, без повторной платы за размещение товара на аукционе. Но это возможно только при таких условиях. Во-первых, повторные торги могут состояться не ранее 30 дней после окончания первого аукциона. Во-вторых, первый аукцион не должен быть голландским (подробнее об этом типе аукциона чуть позже), и на лот не должно поступить ни одной ставки. В-третьих, если аукцион проводился с резервной ценой, не должно быть сделано ни одной ставки, равной заданной вами резервной цене.

Если никто не дал за ваш лот минимальную цену (если такая цена была задана), если выигравший аукцион пользователь не смог заплатить за товар или у вас есть идентичный товар, не включенный в список «голландского» аукциона, можете воспользоваться так называемым «вторым шансом» (Second Chance Offer). Имеется в виду оферта покупателю, не

ставшему победителем торгов, но предлагавшего приемлемую для вас цену. Воспользоваться «вторым шансом» можно в течение 60 дней после завершения торгов. Для этого на сайте аукциона eBay нужно выполнить стандартную процедуру. Откройте раздел My eBay (Мой eBay), перейдите в раздел Sold Under All Selling и в меню Action (Аукцион) выберите команду Second Chance Offer (Второй шанс). Эта услуга предоставляется в рамках программы eBay по защите продавца. Сайт eBay в этом случае не взимает дополнительной платы.

Иногда продавец располагает несколькими одинаковыми экземплярами предмета торгов. В этом случае он может устроить голландский аукцион. Продавец назначает минимальную приемлемую цену за товар, и покупатели делают ставки, начиная с обозначенной минимальной суммы. По окончании торгов покупатели, которые сделали самые высокие ставки, получают по экземпляру предмета торгов. Например, если на аукцион выставлено шесть экземпляров товара, то их получают шесть покупателей, сделавших самые высокие ставки. При этом победители торгов платят одинаковую цену – она соответствует наименьшей выигравшей ставке, которая превысила минимальную цену, выставленную продавцом.

Если вы решили продавать на сетевом аукционе eBay автомобили или запчасти к ним, посетите отдельную страничку www.motors.eBay.com.

На аукционе eBay можно также продавать недвижимость. Лоты по недвижимости можно выставить на аукцион на 30 или 90 дней. Вступительный взнос в данном случае довольно велик, но продавец ничего не платит аукциону с продажи лота. Для того чтобы разместить на аукционе объекты недвижимости, посетите страничку <http://pages.eBay.com/realstate>. В нижней части этой страницы щелкните на ссылке Buyer and Seller Guides (Руководство для продавцов и покупателей).

Покупка предметов для последующей перепродажи на сетевом аукционе

В начале своей карьеры многие продавцы продают на сетевом аукционе eBay собственные вещи. Это могут быть и старые игрушки, которыми уже давно никто не играет, одежда или предметы домашней утвари. Многие продавцы посещают разного рода «гаражные аукционы», где хозяева избавляются от ненужных вещей. Интересные предметы можно купить и в магазинах эконом-класса. В таких местах довольно часто можно встретить очень хорошие вещи по низкой цене. Именно такие товары лучше всего подходят для перепродажи на сайте сетевого аукциона eBay. Даже в Интернете можно найти немало товаров, которые затем с успехом перепродать с сетевого аукциона. Выгодные покупки время от времени предлагают такие сайты:

– Closeout.net (www.closeout.net) – это сайт, который работает как веб-портал для сайтов, распродающих предметы по сниженным ценам.

– Comp USA (www.compusa.com) – компания розничной торговли, на сайте которой представлены как оптовые цены на продукцию, так и аукционные цены. Чтобы воспользоваться последней опцией, перейдите на этом сайте по ссылке Auctions.

– Gordon Brothers (<http://www.gordonbrothers.com/industry/content.cfm?id=wsale>) – здесь покупают и перепродают по оптовым ценам лоты с распродаж остатков товара; товары, по каким-то причинам снятые с торгов; а также лоты с обычных распродаж с существенными скидками.

– Tech Liquidators (www.techliquidators.com) – тесно сотрудничает с розничными торговцами техники. Они продают товары с распродаж, товары, возвращенные покупателями, а также нереализованную продукцию. Приблизительно 50 % товаров, которые вернули потре-

бители, пригодны к эксплуатации. И только 10 % товаров из группы нереализованной продукции можно использовать по назначению.

– Surplus.net – эта компания лучше всех знает ключевые слова, которые ее потенциальные клиенты используют при поиске нужных товаров в Сети. На веб-сайте компании (www.surplus.net) ее описание звучит как «остатки товара, нереализованная продукция, излишки, распродажи, возвраты, импорт, экспорт». Лучше невозможно придумать.

Кроме того, практически все компании иногда проводят распродажи. Многие построили свою карьеру на сетевом аукционе eBay, импортируя и продавая продукцию из других стран.

Реклама ваших лотов

Чтобы максимально эффективно привлечь клиентов к товару, на каждой страничке, посвященной отдельному лоту, должны присутствовать три элемента: правильный заголовок, четкое, полное описание товара и качественные изображения. Чтобы услышать советы копирайтеров по созданию привлекательных заголовков для лотов аукциона eBay, прочитайте главу 9 этой книги. Помните: от описания товара зависит очень многое.

Согласно последним исследованиям, 80 % покупателей на аукционе eBay используют функцию поиска нужного товара по сайту. Поработайте над правильными ключевыми словами для вашего лота, а также позаботьтесь о том, чтобы разместить товар в соответствующей категории.

Успеху продавца на аукционе eBay способствует также хорошо оформленная страничка About Me (О продавце). Чтобы создать такую страничку, перейдите по ссылке <http://pages.eBay.com/community/aboutme.html>.

Для того чтобы начать продажу товаров с аукциона eBay, требуются минимальные вложения. Мы рекомендовали бы каждому серьезному продавцу обзавестись хорошим зеркальным цифровым фотоаппаратом. Придется поэкспериментировать с разными фонами и освещением, чтобы получить максимально четкие фотографии. Разместить товар на аукционе можно и без фотографии (что будет стоить дешевле), но в этом случае вы утратите львиную долю потенциальных клиентов.

Доставка

На страничке своего лота вы сможете выбрать способ доставки товара или предложить покупателю несколько вариантов на выбор. Чаще всего продавцы возлагают стоимость доставки товара на покупателя. Если вы отправляете хрупкие или очень ценные вещи, то будет разумно, чтобы покупатель оплатил еще и страховку товара. Многие продавцы на сайте eBay для пересылки пользуются услугами обыкновенной почты. Некоторые отдают предпочтение таким компаниям, как *FedEx* или *United Parcel Service (UPS)*, которые забирают посылку непосредственно с указанного вами адреса и доставляют ее клиенту лично в руки.

Часто продавцы приобретают товары у оптовых компаний, которые доставляют товар самостоятельно. В этом случае нужно просто разместить лот на аукционе, а когда он будет продан, известить оптовую компанию о том, куда доставить товар. В данном случае вы получаете два преимущества. Во-первых, не покупаете товар заранее, а во-вторых, все заботы по доставке ложатся не на вас. Вот некоторые компании, которые осуществляют доставку товара за свой счет:

– компания *Doba.com* была создана именно для сетевых предпринимателей с целью снабжения и доставки товаров (<http://www.doba.com>).

– *MegaGoods.com* – оптовая компания по продаже и доставке домашней электроники и бытовой техники (www.megagoods.com).

Кроме этих продавцов, есть еще много других, которых вы всегда можете найти через поисковую систему Google. Важно только учесть, что уже имеется печальный опыт, когда продавец eBay не мог передать покупателю купленный товар, поскольку оптовая компания, предоставляющая товар и услуги по его доставке, не выполняла свои обязательства. Убедитесь в том, что вы выбрали для сотрудничества надежную компанию.

Продолжительность аукциона

Как продавец вы можете самостоятельно выбирать, сколько дней будет продолжаться аукцион по продаже выставленного вами лота. На сайте eBay вы можете выбрать разную продолжительность аукциона: один день, три дня, пять дней, семь или десять дней (исключением являются только аукционы по продаже недвижимости, которые могут длиться 30 или 90 дней). Чаще всего продавцы выставляют свой лот на продажу в течение недели. За это время увидеть товар и сделать ставки успевает достаточное количество покупателей. Конечно же, в каждом конкретном случае лучше, поэкспериментировав, подобрать наиболее приемлемую продолжительность аукциона.

Среди продавцов есть негласное правило, гласящее, что аукцион должен заканчиваться в конце недели. На протяжении недели покупатели получают возможность ознакомиться с товаром, а в субботу или воскресенье, когда у них есть время на покупки, приобрести выбранные лоты. По данным статистики, наибольшая активность покупателей на сайте eBay приходится на период с 20:00 до полуночи по восточноевропейскому времени. А в период со Дня благодарения по Рождество к часам активных покупок добавляется еще и время с полудня до 15:00. Так сложилось, что большинство покупателей на сайте eBay просматривают аукционы, которые подходят к концу. Поэтому было бы хорошо рассчитать время проведения вашего аукциона так, чтобы он заканчивался в часы пиковой активности потенциальных покупателей.

Что дает статус суперпродавца

Возможно, вы уже решили, что построите на торговле с аукциона eBay большой бизнес, но возможно, это решение созреет постепенно. Тысячи продавцов на сегодняшний день получили на сайте eBay статус суперпродавца (Powerseller). На сайте выделяется пять уровней суперпродавцов.

Уровень	Объем продаж в месяц, долл.
Бронзовый	1000
Серебряный	3000
Золотой	10 000
Платиновый	25 000
Титановый	150 000

Чтобы стать суперпродавцом бронзового уровня, ваши доходы на протяжении трех месяцев подряд должны быть не ниже 1000 долларов; чтобы сохранить этот статус, уровень ваших продаж в дальнейшем не должен падать ниже этой отметки. При этом ваш счет на сайте eBay должен быть в полном порядке, и уплачены все необходимые взносы. Вы также должны получить не менее 100 отзывов покупателей, 98 % из которых должны быть поло-

жительными. Чтобы перейти на следующий уровень, нужно сохранить все показатели, а уровень ежемесячных продаж повысить до следующей отметки. Например, чтобы перейти с бронзового уровня на серебряный, нужно в течение трех месяцев подряд зарабатывать на сайте не менее 3 тысяч долларов. И так далее.

Приглашения для новых пользователей, которые могут перейти в разряд суперпродавцов, рассылаются ежемесячно. Получив такое предложение, обязательно подтвердите свое участие в этой программе, чтобы получать специальную рассылку для суперпродавцов сайта. На сайте eBay создан отдельный портал для суперпродавцов, на котором доступна дополнительная информация о возможностях продажи товаров. Если в какой-то момент ваши продажи упадут ниже минимального уровня, вам дадут 30 дней на то, чтобы вернуть показатели на должную отметку. Если вы можете предусмотреть вероятное падение уровня продаж (например, если вы едете в отпуск или ложитесь в больницу на запланированную операцию), то должны заранее известить об этом руководство сайта, чтобы за вами сохранился статус суперпродавца.

Обладатели статуса суперпродавца получают пакет услуг по оптимизации поиска товаров на сайте, а также официальный сертификат о своих достижениях. Когда товар суперпродавца появляется в результатах поиска, то рядом с именем продавца будет отображаться особый логотип. Кроме того, суперпродавцы получают и другие бонусы, такие как визитка и печатные бланки, а также приятные мелочи, которые можно носить самому или подарить клиенту при покупке. Но главным преимуществом такого статуса является возможность участвовать в форуме суперпродавцов, где можно поделиться своими мыслями и узнать о достижениях ведущих суперпродавцов сайта.

Относитесь к этому бизнесу серьезно

Вы можете заниматься продажей с аукциона eBay в пижаме, но, тем не менее, это очень серьезный бизнес. Здесь, как и в любом другом бизнесе, очень важно четко осознавать свое текущее финансовое положение. Насколько успешен ваш бизнес? Каковы ваши реальные доходы от этого бизнеса? В данном случае речь идет не о вашем общем обороте, а об итоговом доходе.

Разобравшись с цифрами, вы сможете заняться стратегическим планированием развития своего бизнеса. Мы рекомендуем подводить итоги финансовой деятельности каждый месяц, каждый квартал и каждый год. Ниже приведены простые понятия, которые помогут вам более четко оценить статус своего бизнеса.

– Валовой доход от продажи – полная сумма выручки без вычета себестоимости товара и сопутствующих затрат.

– Общая сумма затрат – полная стоимость товара; платежи eBay; проценты, взимаемые платежной системой PayPal; проценты за транзакции по кредитным картам; транспортные расходы; арендная плата; оплата наемного труда и т. п.

– Чистый доход – валовая выручка от продажи минус общая сумма затрат.

– Средняя цена единицы продукта – общая сумма полученной выручки, деленная на количество проданных единиц товара.

– Процент неоплаченных ставок – количество неоплаченных ставок относительно количества всех ставок.

– Процент завершенных продаж – отношение количества проданных лотов к общему количеству лотов, выставленных на аукцион. Этот показатель позволит оценить эффективность продажи выставленных на аукцион товаров.

Имея в распоряжении такую статистику, вы сможете проанализировать, какие из цифр требуется изменить. Например, нужно ли вам уменьшить себестоимость товара? Возможно,

следует искать более дешевых поставщиков. Если стоимость арендной платы и наемного труда непропорционально высоки, то, возможно, следует увеличить количество продаваемого с аукциона товара, чтобы сбалансировать эти показатели. Только оценив реальное положение дел в своем бизнесе, вы сможете поставить четкие цели будущего развития. Что может способствовать росту валового и чистого дохода?

Разные дополнения

Ниже приводится список наиболее популярных инструментов, которые пользователи eBay используют сегодня для автоматизации выставления лота на аукцион и повышения эффективности продаж, начиная с инструментов, предлагаемых непосредственно eBay.

Собственными инструментами eBay для автоматизации подачи заявок и управления торгами являются программные продукты Seller's Assistant и Seller's Assistant Pro (http://pages.eBay.com/sellers_assistant). В базовой версии пользователю доступны инструменты подачи заявок, инструмент отслеживания товара, а также инструменты управления электронной почтой. Стоимость этой программы составляет 9,9 доллара, за первый месяц использования. Профессиональная версия этого приложения предназначена для ведения более серьезного бизнеса с большим объемом продаж. В нее включены модули управления продажами и формирования больших аукционных списков. Кроме того, в профессиональной версии присутствует модуль послепродажной поддержки клиентов. Стоимость этой версии программы от 24,99 доллара в месяц.

Еще одним программным продуктом eBay является Turbo Lister (http://pages.eBay.com/turbo_lister/). Программа позволяет составлять списки товаров для подачи на аукцион любого размера, сохранять выбранные данные созданного списка для дальнейшего использования, запоминать стандартные цены, с легкостью дублировать списки и описания товаров. С помощью этой программы можно также задать дату старта торгов по созданному списку, и торги начнутся автоматически в заданное время. Среди дополнительных инструментов, предлагаемых eBay, можно также назвать приложения Blackthorne Basic и Blackthorne Pro (<http://pages.eBay.com/blackthorne>).

Программный продукт Auction Lynxx (www.auctionlynxx.com) предоставляет в распоряжение пользователя удобный интерфейс для перекрестной рекламы всех товаров, выставленных на аукцион. Программа автоматически обновляет перекрестные ссылки, как только начинается или заканчивается аукцион.

В версии программы Auction Bytes (www.auctionbytes.com/cab/pages/ams), предназначенной для сетевых предпринимателей, перечисляется множество инструментов, которые можно использовать на таких сетевых аукционах, как eBay, Overstock.com, Yahoo! Amazon и других.

Компания *Auction123.com* (www.auction123.com/) предлагает инструменты для продавцов, торгующих на сайтах eBay Motors, Auto Trader (www.autotrader.com) и Cars.com (www.cars.com).

Оптимальное использование преимуществ eBay

Сетевые аукционы могут существенно помочь в завоевании отличной репутации в Интернете и привлечении посетителей к другим вашим сайтам, непосредственно связанным с вашим бизнесом. Правила eBay запрещают размещать ссылки на другие сайты в описании товара, выставленного на аукцион. Однако такую информацию вы можете разместить в своем профиле, и покупатели, перейдя на страничку вашей личной информации (About You), смогут перейти по указанным ссылкам на другие ваши коммерческие сайты. Вы можете

также воспользоваться платной рекламой от eBay, в которой также можно указывать адреса веб-сайтов и номера телефона. Подобные рекламные услуги обойдутся вам в 10 долларов в месяц; рекламу можно подать на срок до 90 дней.

Наш следующий приглашенный эксперт также начал свою карьеру с аукциона eBay. Теперь он учит предпринимателей тому, как использовать аукцион eBay для расширения коммерческого присутствия в Интернете.

Статья приглашенного эксперта

Сайт eBay и не только

Джим Кокрум

Когда я езжу по стране, обучая специалистов по инвестициям в недвижимость, как автоматизировать работу, мне очень часто задают такой вопрос: «Как вести свой бизнес в Интернете, как это делаете вы? С чего начать?» Это отличный вопрос, на который легко ответить. Но давайте задумаемся об этом на минутку. Что именно мы имеем в виду, говоря о бизнесе в сфере недвижимости в Интернете? Например, можно создать свой веб-сайт, и это будет точным ответом, однако в этом бизнесе существует много других вариантов работы.

Я был весьма признателен, когда Джиллиан предложила мне написать статью для этой книги.

Представьте себе денежный поток, который устремляется из Интернета на ваш банковский счет. Впечатляет, не правда ли? Концепция книги, которую вы в данный момент читаете, как нельзя лучше подходит для описания моей философии и опыта работы в Интернете. Я действительно рассматриваю Интернет как машину для зарабатывания денег. В этой статье я поделюсь с вами приемами, которые позволили мне и другим предпринимателям довести зарабатывание денег в Интернет до автоматизма.

Корни моего успеха действительно уходят в систему eBay, но если вы думаете, что я был одним из тех пользователей, которые по 60 часов в неделю занимались исключительно делами этого аукциона, то вы ошибаетесь. Я уважаю людей, которые используют eBay по-разному, зарабатывая себе на жизнь. Но моя философия в отношении этого аукциона максимально проста.

Если вы относитесь к тем 99 % сетевых предпринимателей, которых мне доводилось встречать, то вам нужно существенно изменить свои сегодняшние взгляды на аукцион eBay. Сайт eBay нужно рассматривать как машину по привлечению клиентов, которая приведет платежеспособных покупателей к вашим каналам автоматизированного заработка. Если вы считаете, что использование eBay это тяжелая и кропотливая работа, которая чаще всего не стоит затраченных усилий, то вы просто не знаете об этой системе всего, что нужно.

В середине 1990-х я поставил перед собой задачу создать множество автоматизированных денежных потоков из Интернета, которые бы позволили мне больше времени уделять семье. Мы любим уезжать в длительный отпуск, играть в полупустом парке в будние дни, ходить в зоопарк по вторникам и посещать Диснейленд в то время, когда там нет

наплыва туристов. С традиционной работой просто невозможно позволить себе подобные радости.

И вот с 2002 года могу позволить себе стиль жизни, который возможен только благодаря коммерции в Интернете. На этот момент у меня уже появилось несколько источников дохода в Сети. На сегодняшний день таких источников у меня около 35, и ни один из них не требует моего ежедневного внимания. Когда все в высшей степени автоматизировано, то подсчитать количество источников дохода не так уж просто.

Многие из этих источников весьма скромны и приносят мне от 100 до 200 долларов в месяц. Другие же куда более существенны. Сложив их, вы получите уровень дохода исполнительного директора компании, который работает по 60 часов в неделю и фактически не видит свою семью. Я же иногда работаю не больше 10 часов в неделю.

Мой успех начался с eBay, но мне не пришлось работать на этом аукционе, не покладая рук. Приходится ли мне проявлять творческий подход к бизнесу? Да, несомненно. А приходится ли мне при этом тяжело и усердно работать? Нет.

Я рад поделиться основополагающими принципами стратегии, которая принесла успех не только мне, но и тысячам других людей, чему есть множество подтверждений.

Рассказать вам о моей книге? Я продал десятки тысяч экземпляров электронной книги, которую я написал несколько лет назад и уже несколько раз обновлял. В ней я поведал историю моего успеха и то, как я использовал eBay в качестве машины по привлечению клиентов. Но в этой статье я выберу из нее самую суть. Сама же книга называется «The Silent Sales Machine Hiding on eBay» и продается только на сайте SilentSalesMachine.com.

С помощью методики «машина для зарабатывания денег», которую я использовал, мне удалось создать несколько автоматизированных денежных потоков, воспользовавшись лишь возможностями eBay. Чтобы создать первый источник дохода, придется приложить определенные усилия, но они окупятся сторицей. Я наладил свою «машину для зарабатывания денег» всего за неделю. И она начала приносить мне стабильный доход, требуя незначительных средств для ее ежемесячного поддержания. Теперь все свободное время я мог использовать для создания других источников доходов на eBay или за его пределами. В своей книге я описываю мельчайшие детали своего проекта, но в этой статье передо мной стоит задача убедить вас в реальности и потенциале данной идеи.

Ключевым фактором моего успеха стало понимание того, что для максимального эффекта нужно совместить *информацию* и eBay. Сама по себе информация – сила. И чтобы обзавестись постоянными клиентами, достаточно воспользоваться нехитрой стратегией. Дайте клиентам *точную* информацию и именно в тот момент, *когда она им больше всего нужна*.

С одной стороны, люди устали от того, что им все время настойчиво предлагают ненужные товары или информацию. Но, с другой стороны, есть информация, которая их интересует. Осознайте эти два факта, и я покажу вам неограниченные возможности.

Если вы сможете вовремя, ненавязчиво (а иногда бесплатно) предоставить кому-либо в Интернете точную информацию, которая этого

человека интересует, то вы завоеуете его доверие. Если вы попытаетесь навязать ту же информацию произвольной аудитории, то полученные результаты всех разочаруют. Итак, где найти людей, которых интересует определенная информация, и какую именно информацию им подать.

Если вы не гуру по оптимизации поиска в Интернете, то используйте вторую по мощности поисковую систему на планете. Она называется eBay. И прямо сейчас я покажу, как она работает.

Выполните короткое упражнение.

Заполните два пробела в приведенном ниже предложении максимальным количеством возможных вариантов.

Я называю это *ключевым предложением*: «Людам, которые покупают на eBay, _____ будет интересна (возможно, они даже готовы заплатить) информация о _____».

Я только что отдал вам ключи от королевства.

Запомните это предложение. Напишите его на небольшом листке бумаги и прикрепите на видном месте. Это мощнейшая концепция, и слова «будет интересна» и «информация» выделены курсивом не случайно.

Заполняя пробелы в предложении, не ограничивайте себе только аукционом eBay или только кругом ваших собственных интересов. Напрягите извилины. Подумайте о друзьях и знакомых со странными хобби или необычным бизнесом. Пройдитесь мысленно по воображаемому супермаркету и заполните пробелы в предложении. Или же зайдите на сайт eBay и в поиске идей посмотрите, что в данный момент продается. Используйте максимальное количество вариантов. С учетом того, что только на eBay заходит около 400 миллионов потенциальных покупателей, готовых расстаться со своими деньгами, количество вариантов бесконечно.

Каждый раз, заполняя пробел в предложении, вы создаете новую идею для своей машины по зарабатыванию денег. Даже ничего не зная о продаваемом товаре, вы всегда сможете найти эксперта в нужной вам области, чтобы в партнерстве с ним создать прекрасный информационный продукт.

И как только новая идея созреет в вашей голове, не делайте ошибки – не беритесь за написание книги. Ваша книга будет представлять собой интервью с экспертом, которое вы записали и превратили в текстовый документ. Все.

Я – живое свидетельство тому, что электронные книги успешно продаются в Интернете. Лично я уже продал более 200 тысяч штук. У меня есть друзья, которые ежемесячно продают с eBay электронных книг и информационных изданий на 10–15 тысяч долларов. *Совет.* Со многими успешными продавцами в данной области вы сможете познакомиться на MySilentTeam.com. Настоятельно рекомендую вам посетить данный сайт. Это вдохновляет! Честно!

Предположим, вы уже составили информационный продукт или купили права для его перепродажи и теперь собираетесь продвигать его на рынке. Ключевое предложение работает и в обратном порядке.

Приведу конкретный пример. Однажды ко мне обратился клиент, который хотел рекламировать книгу советов по работе с персональным компьютером. Он не знал, как лучше сделать рекламу для своей книги на eBay. В его случае ключевое предложение звучало следующим образом:

«Людей, которым интересна информация (возможно, они готовы за нее заплатить) о работе с ПК, также заинтересуют _____». В его случае продолжение предложения было очевидным: «компьютеры и комплектующие».

Вместо того чтобы советовать ему для привлечения клиентов обратиться к крупным представителям, торгующим компьютерами и комплектующими, я рекомендовал ему найти человека, у которого подобный бизнес уже налажен, и сделать его своим партнером. Он так и поступил, и у него все получилось!

Интернет просто переполнен такого рода выигрышными с любой стороны предложениями. И выигрывают в данном случае три стороны.

1. *Выигрывает потребитель*, который вместе с товаром получает бесплатно (или за небольшую плату) великолепную книгу компьютерных советов.

2. *Выигрывает продавец* eBay, поскольку без лишних усилий он увеличивает ценность своих товаров и услуг, укрепляя свою репутацию в глазах клиентов.

3. Выигрывает автор книги советов по работе с ПК, поскольку теперь его книга продается, и круг ее читателей постоянно растет.

Я могу еще долго рассказывать об этой концепции, но место на страницах этой книги ограничено. Если вас интересует более детальная информация по этому вопросу, посетите мой сайт MySilentTeam.com. и подпишитесь на бесплатную рассылку новостей. Для роста своей сетевой империи я лишь использовал творческий подход к стратегиям получения дохода в Интернете.

Джим Кокрум вдохновил десятки тысяч людей своим творческим и в то же время реалистичным подходом. С 2000 года он продал информационных продуктов и услуг на миллионы долларов и многим помог начать успешный бизнес на eBay Он зарабатывает на жизнь исключительно в Интернете и посвящает все свое время обучению других тому, как успешно вести бизнес в Сети и на аукционе eBay в частности. Более детально с его работой можно ознакомиться на сайте www.SilentSalesMachine.com.

Резюме

В этой главе были рассмотрены следующие вопросы.

- Как начать торговлю на eBay.
- Как определить, что продавать.
- Выбор цены.
- Как покупать товары для последующей перепродажи с сетевого аукциона.
- Как рекламировать аукцион.
- Способы доставки товара.
- Расчет времени проведения торгов.
- Преимущества суперпродавца.
- Относитесь к eBay как к серьезному бизнесу.
- Разнообразные дополнения.
- Не ограничивайте свою деятельность лишь одним аукционом eBay.

Приглашенный эксперт рассказывает о том, как с помощью eBay построить крупный бизнес в сети Интернет.

Глава 4

Партнерские программы

Как уже было сказано, партнером мы называем пользователя, который направляет потенциальных покупателей на сайт продавца. На коммерческих сайтах с использованием партнерских программ предусмотрено денежное вознаграждение для предпринимателей, с которыми заключены партнерские соглашения. Партнерские сайты, пожалуй, единственная бизнес-модель, которая принесла наибольшие выручки владельцам. Их создатели зарабатывают шести- и даже семизначные суммы (в долларах). Однако достоверно известно, что лишь 10 % работающих партнерских программ обеспечивают 90 % доходов партнерских сайтов. Эти данные указывают на то, насколько важно придерживаться плана действий, который будет приведен далее.

Преимущества

У партнерских сайтов множество преимуществ. Они довольно прибыльны, и с их помощью доходы растут очень быстро. Кроме того, как и в случае большинства видов бизнеса в Интернете, для их организации не требуется значительных затрат. Партнер может продавать в Интернете любой из существующих товаров или их комбинацию. Найдя интересующую вас нишу, вы сразу сможете определить, какой товар из этой ниши имеет смысл продвигать в рамках партнерской программы. В Интернете доступны тысячи разных партнерских программ. Вы можете продвигать на рынке строительные материалы, обувь, стоматологическое оборудование, страховые услуги, ценные бумаги, кредитные карты и т. п.

Партнерам не нужно содержать склад готовой продукции, не нужно самостоятельно обрабатывать и доставлять заказы. Вам даже не понадобится открывать в банке специальный счет (merchant account), необходимый для приема платежей клиентов кредитными или платежными карточками за приобретенные у вас товары или услуги. Поскольку вы будете продавать товары и услуги других, то не придется также думать об их производстве и связанных с этим затратах. Опыт в области торговли совершенно не обязателен, да и маркетингом вам лично заниматься не придется. Все необходимые материалы и данные вам предоставит компания, товары которой вы будете предлагать пользователям Интернета. Если в какой-то момент один из товаров перестанет продаваться, вы сможете отказаться от него и перейти к продаже другого товара. Вы практически ничем не рискуете.

Работая с партнерскими программами, как и в любом сетевом бизнесе, вы обладаете высочайшей степенью контроля над уровнем ваших доходов. Все зависит от умения подать пользователям нужную информацию и от количества клиентов, перешедших по ссылке с вашего сайта на сайт производителя, с которым у вас заключено партнерское соглашение. Наконец, чтобы заниматься партнерскими программами, вы можете жить практически в любом уголке мира.

Заработок на партнерских программах

В работе партнерских сайтов нет ничего сложного. Подписав партнерское соглашение с предпринимателем, вы получите код специальной ссылки, который разместите на своем сайте или в письмах электронной рассылки. Посетители вашего сайта щелкнут по такой ссылке и перейдут на сайт предпринимателя. Как только посетитель сделает покупку на сайте предпринимателя или выполнит другое обусловленное в договоре действие, на ваш

счет будут начислены оговоренные в том же договоре проценты. В каждой предоставленной вам ссылке будет указан ваш индивидуальный номер, благодаря которому программное обеспечение сайта предпринимателя отследит количество организованных вами продаж и количество приведенных вами потенциальных клиентов.

Существует три самых распространенных способа выплат по партнерским программам. Первый – *оплата за действие* (CPA – Cost Per Action), представляющий собой модель оплаты интернет-рекламы, по которой рекламодатель оплачивает каждое специфическое действие потенциального клиента. Представьте себе, что вы – любитель хороших вин и создали собственный сайт на эту тему. Возможно, на вашем сайте доступна информация о французских, калифорнийских, португальских, австралийских и молдавских винах. Естественно, здесь должны присутствовать и ссылки на партнерские сайты.

Посетитель вашего сайта щелкнет по такой ссылке и перейдет на сайт, где получит информацию об увлекательном путешествии в край виноделов – в долину Напа (Napa Valley). В поездке предлагается ночлег, питание и дегустация вин. Прочитав статью на сайте, куда пользователь попал по ссылке с вашего сайта, он подумал: «Надо же! Отличная поездка. Я с удовольствием поеду, но только не в этом месяце». И он решает пока подписаться на рассылку новостей с этого сайта. Таким образом, сайт вашего партнера получил клиента, который перешел к нему с вашего сайта по партнерской ссылке и выполнил обусловленное действие (это не обязательно покупка товара). И в этот момент вы заработали свои комиссионные.

Второй способ – *оплата за клик* (CPC – Cost Per Click). Это модель оплаты интернет-рекламы, в соответствии с которой оплата взимается за щелчок на рекламном объявлении либо баннере, то есть за переход потенциального клиента на рекламируемую страницу.

Третий способ – *оплата за продажу* (CPS, или Cost Per Sale). Это наиболее прямой и прибыльный вариант выплат. Довольно часто это единственный вариант оплаты, предлагаемый коммерческими сайтами. Предположим, клиент перешел по ссылке с вашего сайта (посвященного виноделию) на сайт с информацией о поездке в долину Напа. Ему идея этой поездки понравилась, и со словами: «Вот куда я отправлюсь этим летом», – он достал свою кредитную карту и приобрел тур. И в тот же момент вы как партнер получаете процент от стоимости купленного тура.

Иногда пользователям также предлагают вариант оплаты за показы (CPM, или Cost-per-thousand impressions). В случае системы CPM оплата начисляется за каждую тысячу показов объявления. CPM расшифровывается как «cost-per-thousand impressions» и переводится как «цена за тысячу показов». («М» – это римская цифра, обозначающая 10 002). Размер оплаты не зависит от того, щелкнет пользователь на объявлении или нет. Однако такой вариант оплаты непопулярен среди пользователей, поскольку расценки здесь невысоки. К тому же такой метод часто ассоциируется с тотализатором и сбором электронных адресов для будущих рекламных кампаний.

Как выбирать партнеров

Итак, определившись с тематикой своего сайта, можете приступить к выбору коммерческого сайта, товары и услуги которого вы хотели бы представлять. Пожалуй, проще всего найти подобный сайт в *партнерской сети*. Эти сети представляют собой компании, разрабатывающие программы для реализации партнерских отношений, предоставляют их коммерческим сайтам (которые желают привлечь партнеров для более эффективной реализации и рекламы собственной продукции) и открывают доступ к созданным программам всем владельцам сайтов, желающим поучаствовать в партнерских программах. Такие сети часто предоставляют необходимые рекламные материалы, ведут статистику, а иногда даже зани-

маются выплатой заработанных пользователями процентов. Чаще всего в таких сетях проценты выплачиваются раз в месяц, независимо от того, с каким количеством коммерческих сайтов вы сотрудничаете.

Если вы хотите поучаствовать в партнерской программе, можете зарегистрироваться в одной из таких сетей, как правило, бесплатно. От вас потребуется заполнить анкету и указать в ней контактную информацию. Ваша заявка может быть принята сразу же или через неделю. Иногда на обработку заявки уходит больше времени. Как только ваша заявка будет принята и одобрена, вы сможете выбрать из обширной базы те коммерческие сайты, которые вам хотелось бы представлять в рамках партнерской программы.

Вот несколько партнерских сетей, которые могут быть вам полезны.

www.Advertising.com. В этой англоязычной сети представлено более половины 100 самых успешных рекламодателей Интернета. Принять участие в партнерских программах этой сети можно совершенно бесплатно, при этом здесь нет ограничений по трафику. На рассмотрение вашей заявки уйдет всего два дня. Комиссионные выплачиваются ежемесячно, но в сумме не меньше 25 долларов.

www.iWhiz.com. Владельцы этого сайта утверждают, что их сеть выплачивает самые большие комиссионные. Чтобы вы могли принять участие в партнерских программах этой сети, страницы вашего сайта должны посещать не меньше 5 миллионов пользователей в месяц. Или в списке электронных рассылок вашего сайта должно быть не менее 50 тысяч адресов электронных почтовых ящиков. Комиссионные выплачивают ежемесячно, но чтобы получить деньги, сумма заработка пользователя должна быть не менее 500 долларов.

www.Performics.com. В этой сети представлено более 300 коммерческих сайтов, многие из которых хорошо известны пользователям во всем мире. Комиссионные здесь выплачивают ежемесячно в размере не менее 50 долларов.

www.Search4Clicks.com. В сети Search4Clicks представлены сотни коммерческих сайтов, работающих в сфере образования. Комиссионные здесь выплачивают ежемесячно в размере не менее 50 долларов.

www.ShareaSale.com. В этой партнерской сети представлены более 2000 коммерческих сайтов в 38 категориях. Комиссионные здесь выплачивают ежемесячно в размере не менее 50 долларов.

partner.yandex.ru. Рекламная сеть Яндекса – система размещения контекстной (поисковой и тематической) рекламы рекламодателей Яндекса на страницах сайтов-партнеров. Участие в программе дает владельцам сайтов возможность конвертировать трафик в деньги. Владельцы сайтов (членов рекламной сети Яндекса) получают половину прибыли, заработанной на их площадке. В программе может принять участие любой русскоязычный сайт с аудиторией больше 300 посетителей в день, удовлетворяющий условиям участия в рекламной сети.

context.meta.ua/partners. МетаКонтекст – это сеть сайтов-партнеров, транслирующих контекстную рекламу пользователей сервиса МетаКонтекст. Партнерская сеть дает возможность владельцам сайтов заработать до 50 % от стоимости кликов по объявлениям в рекламном блоке, а также получить бонусы.

mixmarket.biz. MixMarket. BIZ – партнерская сеть, созданная в апреле 2005 года в рамках компании *AdLabs*. Правда, полномасштабной она стала только в 2009 году. В сентябре 2006 года она стала первым Центром обслуживания партнеров рекламной сети Яндекса.

www.mainlink.ru. Еще один ресурс, занимающийся покупкой и продажей ссылок, развитием партнерских взаимовыгодных связей, а также повышением прибыльности ресурсов.

После того как вы достаточно изучите партнерские сети, вам непременно захочется посетить и такие сайты.

<http://www.associateprograms.com>. Этот сайт принадлежит Аллану Гардину – человеку, добившемуся больших успехов в реализации партнерских программ. На сайте вы найдете список, в котором представлено почти 10 тысяч компаний, которые предлагают самые разные партнерские программы. Здесь же вы найдете полезные статьи и ссылки, а также форум тех, кто занимается реализацией партнерских программ и зарабатывает этим себе на жизнь.

<http://propartnerki.com>. Здесь вы найдете множество советов по участию в партнерских программах, а также познакомитесь с рейтингом самых популярных и надежных сайтов, предоставляющих пользователям возможность участвовать в партнерских программах.

<http://www.partnerok.net>. Еще один сайт с набором полезных статей, ссылок и советов по рассматриваемой теме.

Рассматривайте перечисленные выше сайты в качестве отправной точки для поиска коммерческих сайтов, которые дают пользователям возможность участвовать в партнерских программах. Если в поисковой системе Google ввести словосочетание «партнерская сеть» или «партнерская программа», то в результатах поиска вы получите огромное количество ссылок по интересующей теме. Партнерские программы используют и небольшие веб-сайты. Найдя товар, который вам понравился, поищите на странице ссылки «партнеры» или «зарабатывайте вместе с нами». Если вы не найдете подобных ссылок, то свяжитесь с создателями сайта по электронной почте и спросите о наличии у них партнерских программ.

Как вы уже поняли, в Интернете доступны миллионы партнерских программ. Так как же определить, какую компанию и какую программу выбрать? Ответьте себе на следующие вопросы.

Соответствуют ли выбранные товары тематике вашего сайта? Если ваш сайт посвящен винам, то вы можете с успехом продвигать разные сорта сыра, но при этом бессмысленно продавать чехлы для автомобильных сидений. Ведь посетители сайта приходят к вам не за этим.

Насколько профессионально представлен товар предпринимателем? Даже если вы собираетесь работать с мелким предпринимателем, все равно следует узнать его деловые качества. Важно знать, насколько он организован, насколько четко налажен его бизнес. Нужно быть уверенным в том, что вам заплатят заработанные комиссионные, и в том, что вам предоставят достоверную информацию. Но прежде всего вы должны позаботиться о защите клиентов, от которых зависит успех вашего бизнеса.

Приобрели ли вы себе лично выбранный продукт, и нравится ли он вам? Если вы счастливы в браке и решили организовать сайт знакомств, то, разумеется, не сможете опробовать предлагаемый продукт. Но придется собрать как можно больше информации о бизнес-партнере, поскольку, предлагая его товар посетителям своего сайта, вы ставите на кон собственную репутацию.

Оптимальна ли цена? Вы не сможете продать товар, если его цена чрезмерно завышена. Пользователи Интернета постоянно открывают для себя новые рынки и новые товары, но следует помнить, что большинство пользователей бережливы. У вас будет больше шансов на успех, если цены на предлагаемые вами товары будут конкурентоспособными и не будут завышенными.

Каков уровень обслуживания клиентов? Посетителям вашего сайта сложно разделить предоставляемые вами услуги и услуги вашего партнера по бизнесу. Если на сайте партнера к ним отнеслись неуважительно и они испытали отрицательные эмоции, то их недовольство выльется не только на вашего партнера, но и на вас.

Каков размер комиссионных? Вы будете удивлены тем, насколько может отличаться размер комиссионных, даже на одном и том же рынке. Прекрасным примером в этом плане являются сайты знакомств. Размер комиссионных за привлечение клиентов очень разнится.

Так зачем работать на того, кто платит мало? Выполните домашнее задание – изучите как можно больше предложений на этом рынке и выберите партнера, который выплачивает самые высокие комиссионные.

Как долго сохраняются файлы cookies? Файлы cookies – это небольшой фрагмент данных о предыстории обращений конкретного пользователя к данному серверу, автоматически создаваемый сервером на компьютере пользователя. Таким образом, если посетитель вашего винного сайта перейдет по ссылке на сайт туроператора, предлагающего поездку в долину Напа, то туроператор по файлу cookies (хранящемуся на компьютере пользователя) безошибочно определит, что этот посетитель пришел с вашего сайта. Файлы cookies могут сохраняться на компьютере 30 дней, год или целую вечность. Конечно же, пользователь может самостоятельно удалить файлы cookies из своего компьютера, но статистика показывает, что функцию поддержки файлов cookies отключают только 10 % пользователей. Поэтому в большинстве случаев файлы cookies являются отличным способом отслеживания сайтов, с которых пользователи переходят на сайт партнерской программы. И не менее важно задаться вопросом о том, как долго пользователь сможет вам доверять.

Подходите ли вы для участия в выбранной партнерской программе? В некоторых партнерских программах есть ряд ограничений, таких как минимальное количество посетителей, посещающих за месяц ваш сайт. Некоторые коммерческие сайты предлагают эксклюзивные договоры, которые запрещают вам представлять иные сайты той же индустрии. Не следует себя ограничивать подобными договорами, если только их условия нельзя назвать супервыгодными.

Является ли партнерская программа двухуровневой? Не все партнерские программы являются таковыми. В двухуровневой программе, если посетитель зашел на ваш винный сайт и перешел по ссылке, рекламирующей путешествие в долину Напа, то вы получаете комиссионные. Если этот посетитель оказался еще и владельцем туристического сайта и сам решил принять участие в партнерской программе по продвижению туров в долину Напа, то вы получаете дополнительные комиссионные. Данный пользователь регистрируется как партнер, которого подключили к программе именно вы, и в результате вы ежемесячно будете получать комиссионные еще и с партнерской деятельности этого пользователя.

Какова периодичность выплат? Комиссионные по партнерскому соглашению выплачивают только тогда, когда заработанная вами сумма составит 1000 долларов? Или не выплачивают первые три месяца? Никто не хочет ждать заработанных денег так долго. Вот почему люди любят сайты, подобные ClickBank, на которых комиссионные выплачивают каждые две недели и без задержек. Вы можете заработать 500 долларов, или 40 долларов, но все равно получите заработанную вами сумму. Все любят, когда с ними рассчитываются четко и вовремя. Это помогает сохранять мотивацию. Поэтому обязательно поинтересуйтесь периодичностью выплат комиссионных по партнерскому договору.

Путешествуя по просторам Интернета, вы непременно сталкивались с сайтами, предлагающими только ссылки на другие сайты. Их владельцы стараются заработать на партнерских программах. Однако подобные сайты способны принести лишь минимальный доход, поскольку поисковые системы никогда не выводят их на первые страницы результатов поиска, а к участию в серьезных партнерских программах их даже не допускают.

Содержимое сайта имеет значение

Вспомните, что особенно привлекает людей в Интернет? Мы говорили об этом в главе 2. Пользователям нужна *информация*. Именно содержимое веб-страниц ценится больше всего. Как вы узнаете из второй части книги, именно страницы с интересным, постоянно обновляемым содержимым наиболее популярны в поисковых системах. Благодаря содержи-

тому страницы люди задерживаются на вашем сайте, возвращаются на него вновь и иногда делают покупки. В терминологии интернет-маркетинга определяющим фактором уровня продаж веб-сайта является содержимое веб-страницы. Именно оно подготавливает посетителя к покупке (так называемый преселлинг). Ниже приведены адреса вебсайтов, реализующих партнерские программы, содержимое которых представляет огромный интерес для посетителей.

Сайт E-Commerce Confidential (www.ecommerceconfidential.com) – это сайт общего знакомого авторов этой книги Билла Хиблера. Он давно завоевал уважение как эксперт в области интернет-маркетинга, и пользователи ценят его информацию за целостность и последовательность. На этом сайте он предоставляет открытую и понятную информацию о продуктах интернет-маркетинга, основываясь на своем практическом опыте работы в данной сфере.

На сайте Билла можно найти множество товаров на продажу. Некоторые из них, такие как «The Rudl Report», Билл создал сам. Другие он продает в рамках партнерских программ. Репутацию в области Интернет-маркетинга он завоевал тем, что сам приобрел каждый из предлагаемых им товаров и проверил их качество на личном опыте. Прежде чем рекомендовать товар посетителям сайта, он лично проверяет, стоит ли он своих денег.

Сайт Go to Mexico (<http://www.go2mexico.com/>) предназначен для тех пользователей, которые хотят съездить в Мексику, но ничего не знают об этой стране. Они наверняка слышали о таких городах, как Канкун, Мехико и Косумель, но остальная часть Мексики остается для них белым пятном на географической карте. Они хотели бы знать, что посетить в первую очередь, их волнует безопасность и интересуют законы страны. Кроме того, они хотят знать места, где можно остановиться, перекусить, порыбачить и т. д. Сайт насыщен полезной информацией для туристов, и на первый взгляд даже не определишь, что сайт ориентирован на продажу товаров в рамках партнерских программ. Но, по сути, каждая из ссылок на этом сайте является партнерской.

Ранее мы упоминали о сайтах знакомств. Сайт Sage Hearts (www.sage-hearts.com) принадлежит Розалинде Гарднер, эксперту в области интернет-маркетинга, которая с помощью партнерских программ, в которых она участвует, зарабатывает в год семизначные суммы. На сайте Sage Hearts можно найти интересный блог и сетевые новости из сферы знакомств. На своем сайте Розалинда рассматривает множество сайтов знакомств, дает рецензии книгам и кинофильмам. Она всегда подскажет, куда пойти на свидание. Отдельная страничка на ее сайте отведена людям старшего возраста. Информация на этом сайте интересна посетителям, которые ищут через Интернет спутника жизни, друзей и просто новые знакомства. Реализуя эту задачу, Розалинда нашла сотни возможностей представить посетителям сайтов самые разнообразные партнерские ссылки.

Google AdSense

Google AdSense – сервис контекстной рекламы от Google. Программа автоматически размещает на веб-сайтах текстовые и графические объявления, подходящие по контексту. Владельцы сайтов, размещающие рекламу, получают доход за клики (переходы посетителей по рекламным ссылкам). Вам будут платить за клики, а не за продажи. Размер комиссионных зависит от стоимости ключевых слов, а также от времени суток, месяца и времени года.

Рекламные объявления написаны рекламодателями, которые выкупают трафик, делая ставки на ключевые слова в сервисе Google AdWords. Ключевые слова представляют собой слова или словосочетания, которые пользователи вводят в поисковые системы для поиска интересующих их тем. Например, пользователи, которые захотят найти в Интернете эту

книгу, в качестве ключевых слов могут воспользоваться названием книги, или фразой «заработок в Сети», или именем автора «Джо Витале».

Например, Джилиан использует в своем бизнесе почтовую программу от компании Google из пакета программ Google Apps. Многие из вас знакомы с этой почтовой программой – это gmail (www.gmail.com). Недавно в папке входящих сообщений Джилиан прочла письмо от клиента из Солт-Лейк-Сити (штат Юта). Просматривая это сообщение, в правом углу экрана она заметила подборку рекламных ссылок, связанных со штатом Юта. Одной из них была ссылка на мормонов (в этом штате очень много представителей этой секты), в другой предлагался отдых на горнолыжной базе в штате Юта, а третья рекламировала ресторан в Солт-Лейк-Сити. Такая целевая реклама возможна только благодаря совершенным поисковым механизмам Google, которые и сделали эту поисковую систему столь популярной.

Реклама от AdSense доступна в разных форматах. Это могут быть ссылки, баннеры, кнопки, вертикальные и горизонтальные блоки. Они могут представлять собой графические или текстовые элементы. Вы также сможете выбрать цвет текста, фона, рамки, ссылок и рекламных блоков. В системе AdSense доступен даже специальный фильтр URL-адресов, который поможет удостовериться в том, что вы не разместили на своем сайте рекламу конкурентов. Но имейте в виду: если вы сами станете щелкать по ссылкам своего сайта, то компания Google будет рассматривать подобные действия как обман. Поверьте, у компании достаточно серьезных инструментов, чтобы раскрыть подобные махинации.

В Интернете вы без труда найдете множество сайтов, все содержимое которых составляют лишь рекламные ссылки Google AdSense. Такие сайты практически не приносят дохода. Во-первых, как уже отмечалось, поисковые системы (такие как Google и другие) очень ценят именно текстовое содержание веб-сайтов. Во-вторых, Google довольно часто меняет индексную систему своей поисковой базы, для этого даже придумано название – танец Google (Google dance). Во время этого «танца» сайт, который до этого был прибыльным и популярным, может стать совершенно непопулярным. И владельцам сайта приходится подстраиваться. В любом случае, используете вы рекламу от Google AdSense или нет, лучше разместить на сайте такую информацию, которая будет для посетителей не менее ценной, чем рекламные ссылки.

В этой главе мы рассмотрели особенности работы партнерских программ. Но, как вы уже заметили, довольно часто наибольшую прибыль приносит не участие в партнерских программах, а совершенно другие виды деятельности. Если же вы твердо решили заниматься на сайте реализацией партнерских программ, то всю необходимую информацию для начала такого бизнеса вы найдете во второй части этой книги.

Резюме

В этой главе были рассмотрены следующие вопросы.

- Преимущества партнерских сайтов.
- Как зарабатывать на партнерских программах.
- Как выбрать партнера.
- Значение содержимого сайта.
- Как использовать сервис Google AdSense.

Глава 5

Маркетинг и социальные сети

MySpace, Facebook, В контакте, Одноклассники и другие вебсайты социальных сетей уже несколько лет являются наиболее популярными способами общения для тинейджеров и молодежи. Постепенно бизнесмены начинают осознавать выгоды от проникновения на этот новый рынок. Все началось с того, что музыкальные группы и отдельные музыканты создали собственные страницы MySpace. Вскоре к ним присоединились художники и писатели. В прошлом году в этот круг вошли владельцы интернет-компаний.

Сайт MySpace (русскоязычный аналог Мой Мир) и другие сайты социальных сетей позволяют пользователям создать собственную страницу. Пользователи, имеющие страницу на таких сайтах, рассказывают о себе и обсуждают интересующие их темы. Однако, как будет подробно рассказано в главе 9, успешный интернет-предприниматель отбрасывает свое эго и рассказывает о своих посетителях, об интересующих их темах и проблемах. Относитесь к страницам сайтов социальных сетей, как к страницам сайта продаж. Прочтите и соблюдайте условия для содержимого страниц сайта, но никогда не забывайте о своих целях пребывания в социальной сети.

На сайтах социальных сетей можно найти людей, которые имеют общие с вами интересы, и попросить их добавить вас в список друзей. Можно также создать собственный список друзей, число которых может достигнуть тысяч человек. На сайте MySpace на одной странице отображается информация о 24 друзьях с фотографиями и ссылками на их страницы. Также существуют форумы, где можно создавать темы и отправлять ссылки своим друзьям.

Страницы сайтов социальных сетей, предоставляющие информацию и возможность онлайн-общения, нередко определяются поисковыми машинами. Мы пригласили эксперта Адама Гинзберга, чтобы выслушать его ценные советы по использованию возможностей сайта MySpace. Адам специализируется в создании бизнеса на сайте eBay, но мы попросили его поразмышлять о том, как использовать предлагаемые им методы для развития любого интернет-бизнеса.

Статья приглашенного эксперта

Использование MySpace Для создания eBay-бизнеса

Адам Гинзберг

Интернет постоянно меняется, и сайт eBay вместе с ним. В современной конкурентной интернет-среде важно быть впереди конкурентов.

Чтобы заработать на сайте eBay, нужно понимать основы и принципы работы этого сайта. Прежде всего нужно понять, как лучше использовать заголовки и описания. Удачный шаблон страницы eBay и страница About me «Обо мне» повышают ваши шансы на успех.

А теперь рассмотрим стратегию, которой вы не научитесь на сайте eBay. Используйте социальную сеть MySpace для рекламы и роста вашего eBay-бизнеса.

Почему MySpace? Это самая крупная социальная сеть во всем мире, насчитывающая более 200 миллионов пользователей. На сайте MySpace ежедневно регистрируются более 200 тысяч новых пользователей. И что самое главное, эта сеть совершенно бесплатна!

Вначале нужно создать собственный профиль MySpace; это можно сделать по адресу <http://www.myspace.com>. Хорошая страница пользовательского профиля имеет большое значение. На сайте eBay пользователи могут создавать специальную страницу «About me» («Обо мне»), с помощью которой предоставляют дополнительную информацию о себе. Профиль MySpace можно сравнить с расширенной страницей «Обо мне», но без ограничений, которые задает сайт eBay. Например, в отличие от eBay, правила MySpace позволяют рекламировать другие сайты на личных страницах пользователей.

Во-вторых, можно настроить свою страницу MySpace, добавив собственные изображения и видео. Чтобы профиль выглядел нестандартно, можно воспользоваться одним из макетов MySpace.

Затем нужно добавить друзей на страницу MySpace. Для поиска друзей на сайте MySpace можно использовать любой демографический критерий: от возраста до пола.

Что такое друзья на сайте MySpace? Это пользователи MySpace, которые приняли запрос «добавить в друзья» и с которыми вы теперь можете обмениваться сообщениями и даже добавлять комментарии на их страницы MySpace.

При использовании MySpace можно искать или просматривать страницы других пользователей. Если вы нашли кого-то, с кем хотели бы пообщаться по Интернету, просто щелкните на кнопке «Add friends» («Добавить в друзья»), чтобы отправить этому человеку предложение дружбы. Если пользователь согласится с этим предложением, он будет добавлен в ваш список друзей MySpace.

На веб-сайте MySpace также существует возможность вести блог, или сетевой журнал, с помощью которого вы можете всему миру рассказать о своих последних действиях на eBay. В этом блоге можно разместить ссылки на ваш магазин eBay или непосредственно на конкретные листинги eBay.

Как часто следует добавлять записи в блог? Как минимум раз в неделю, а лучше всего три раза в неделю. На сайте MySpace можно отслеживать количество посещений вашего блога. Со временем, после того как вы найдете друзей, это количество будет постоянно возрастать.

Сайт MySpace был создан для непрофессиональных музыкантов как способ общения с членами других музыкальных групп, но быстро изменился, и теперь более 70 % пользователей сайта – люди моложе 25 лет. В большинстве случаев это идеальная аудитория для продажи товаров на сайте eBay.

В данном случае нет никакой скрытой рекламы или пропаганды. Используйте MySpace, чтобы рассказать о себе, о своем веб-сайте, о проводимых вами аукционах. Добавьте эту информацию не только в свой профиль MySpace, но также используйте блоги и комментарии, и вскоре количество обращений к вашим листингам на eBay начнет расти в геометрической прогрессии.

Адам Гинзберг – автор бестселлера «How to Buy, Sell, and Profit on eBay». Его интервью печатались в журналах Fortune, Entrepreneur и Kiplinger; он выступал на телеканалах CNBC и ABC. Более подробную информацию об Адаме Гинзберге можно получить на сайте www.AdamGinsberg.com.

Сэм Хейер прекрасно подходит на роль приглашенного эксперта для разговора о сайтах социальных сетей по множеству причин. Во-первых, он является великолепным интернет-маркетологом, который за очень короткое время добился впечатляющих результатов. Во-вторых, он вместе со своим партнером разработал бренд TuYu – новейший сайт социальной сети, который обещает стать революционной моделью этого бизнеса. И наконец, Сэму всего 21 год; его поколение начало это движение, поэтому он в курсе всех событий в социальных сетях. Пока мы размышляем об общей концепции, Сэм движется вперед и показывает дорогу нам.

Статья приглашенного эксперта

Новая модель социальных сетей

Сэм Хейер

Я хочу представить вашему вниманию краткий курс маркетингового принципа, который совершает революцию в бизнесе в эпоху новых технологий. Этот принцип называется «social proof» – «социальное доказательство».

Социальное доказательство представляет собой психологическое явление, отражающее состояние людей, которые не могут найти предпочтительный способ поведения в сложных ситуациях. Предполагая, что окружающие лучше знакомы с ситуацией, они считают их поведение предпочтительным и действуют по примеру других.

Понимание этого принципа и умение эффективно им пользоваться (то есть зарабатывать на нем) отличает хороший бизнес от великолепного и демонстрирует разницу между заработком, достаточным для жизни, и получением таких сумм, которые невозможно потратить.

Каждый из нас ежедневно использует социальное доказательство, не задумываясь об этом методе. В среднем 70 % наших разговоров за день касаются товаров, услуг и новостей. Мы обсуждаем с друзьями купленные нами великолепные товары, услуги, которыми не довольны, а также новости о компании X, вычитанные в газетах, на сайтах или услышанные по телевизору.

Мне всегда задают вопрос: «Можно ли манипулировать социальным доказательством?» Ответ: «Да», но не тем способом, о котором вы могли подумать.

Если вы попытаетесь использовать этот принцип, чтобы люди отзывались хорошо о том, что на самом деле плохо, то разговоры утихнут, когда люди выяснят правду, а ваша репутация будет подорвана.

Мы рассказываем что-то другим, чтобы завязать разговор, продемонстрировать наши знания и, самое главное, чтобы улучшить их жизнь, посоветовав им сделать (или не сделать) то, что сделали (или не

сделали) мы сами. Ваши слушатели доверяют вам, и вы не собираетесь подрывать это доверие, давая плохие советы.

Ключевое слово здесь – доверие.

Вот почему социальное доказательство имеет такое большое значение. Не вы сами рассказываете о своем товаре, а ваши клиенты. В этом нет ничего принципиально нового, но с помощью Интернета как никогда просто распространять информацию о товарах по всей планете. В то же время, если товар плохой, быстро разнесется весть о его некачественности.

Социальное доказательство открыло двери для бизнеса нового типа. Позвольте заглянуть немного в будущее и описать преимущества Интернета. Сейчас на сайте MySpace зарегистрировано 200 миллионов пользователей. Сайт YouTube является четвертым по величине. Это и есть наилучшее социальное доказательство.

Эти сайты стали настоящими феноменами Интернета, но это – только начало. Через несколько лет в Интернете произойдут большие перемены. Заходя на веб-сайт, вы больше не увидите рекламных объявлений с предложением что-то купить. Вы увидите сайт социальной сети, включающей в себя 100 тысяч пользователей, которым понравился этот товар. Вы можете присоединиться к этой сети и узнать аргументы за и против покупки этого товара. Скоро возникнет множество сайтов социальных сетей для каждой ниши на рынке, и их количество в дальнейшем будет увеличиваться.

Какие мысли возникают у вас как у потенциального клиента, когда вы заходите на сайт компании, где зарегистрировано огромное количество клиентов? «Не могут ошибаться все эти люди, поэтому я знаю, что меня не обманывают. Они не зарегистрировались бы на сайте, если бы это был плохой товар». У вас немедленно появляется доверие к компании, человеку, который продает товар или предоставляет услугу. Представляете, как это скажется на объеме продаж?

А теперь подумайте об этой концепции применительно к вашему товару или услуге. Что будет значить для вашего бизнеса, когда клиенты на сайте будут рекламировать ваш бренд и продавать товар вместо вас?

Преимущества использования социальных сетей, усиленные возможностями социального доказательства, поражают воображение интернет-предпринимателя. Вы можете создать более прочные связи с клиентами, чем когда-либо ранее. Вы сможете видеть, что обсуждают ваши клиенты, что им нравится в вашем товаре и чем он их не устраивает. Это позволяет найти пути для дальнейшего улучшения товара и увеличения продаж. А для полноты картины вы можете добавить на свой сайт уже знакомые пользователям возможности, реализованные на сайтах MySpace и YouTube, чтобы аудитория вашего сайта увеличивалась еще быстрее.

Каждый интернет-бизнесмен должен иметь страничку сайта социальной сети, связанную с его бизнесом. Если вы полагаете, что ваш бизнес не получит описанных преимуществ с помощью сайта социальной сети, значит, вы не пытались поставить себя на место клиентов.

Клиенты нашей компании, Long Run Marketing, заняты в различных сферах деятельности – от разработки нанотехнологий до продажи недвижимости и погребальных услуг. (Никогда бы не подумал, что существует социальная сеть, посвященная смерти людей. Я ошибался.) Для

каждой идеи, увлечения, ниши на рынке и отдельного товара существует более одного заинтересованного человека, и эти люди заинтересованы в том, чтобы найти других людей, разделяющих их увлечение.

В этом и заключается действительная значимость социального доказательства, которое легко применить для вашего бизнеса, товара, услуги или идеи. Преобразовать эту идею в реальные деньги намного проще, чем найти «рекламистов» для сайта, как это делается на MySpace, поскольку следующий этап будет включать в себя продажу товаров на сайте социальной сети.

Все, о чем вы прочли в этой статье, реализовано на сайте нашей компании TuYu, LLC. Вы можете создать собственный сайт социальной сети, настроив его по своему желанию с помощью одного щелчка на кнопке. На сайте уже создана электронная корзина, с помощью которой вы можете продавать свои товары, товары других производителей или получать вознаграждение за пользователей, посетивших ваш сайт за месяц.

Независимо от того, новичок ли вы в бизнесе или ваша компания входит в перечень богатейших компаний мира, сайт TuYu предоставляет технологии, которые позволят вам выиграть у конкурентов, взаимодействуя с клиентами недоступным ранее способом.

Эта технология – шаг в будущее. Через несколько лет привычные веб-сайты будут казаться устаревшими. С помощью TuYu вы можете стать частью будущего Интернета уже сейчас и продвинуть свой бизнес далеко вперед по сравнению с конкурентами.

Чтобы понять, какие преимущества предоставляет технология TuYu для вашего бизнеса, посетите сайт www.tuyu.com и испытайте его возможности.

Суть сказанного заключается в том, что использовать эту технологию в целях бизнеса очень просто, для этого не потребуются миллионы долларов, как в случае создания собственных сайтов социальных сетей.

Сэм Хейер и его партнер Ли Раито стали основателями компании TuYu, LLC после успешного использования социальных сетей для своей маркетинговой компании Long Run Marketing, Inc. Только за первую половину 2008 года эта компания продала через Интернет товары своих клиентов на сумму более 1 миллиона долларов. Доходы компании непрерывно растут. Опытные обозреватели интернет-маркетинга считают, что появление TuYu навсегда изменит социальные сети.

Резюме

В этой главе основное внимание уделено работе сайтов социальных сетей и их использованию для продвижения на рынке интернет-бизнеса. В ней также содержатся статьи приглашенных экспертов: «Использование MySpace для создания eBay-бизнеса» и «Новая модель социальных сетей».

Глава 6

Создание собственных информационных продуктов

Мы уже говорили о том, что большинство людей, которые пользуются Интернетом, ищут информацию. В Интернете доступны огромные объемы бесплатной информации, и нам, как и другим увлеченным пользователям WWW, это очень нравится! Но изучение любого вопроса, даже с помощью Интернета, требует времени и навыков, которых нет у многих людей.

Пользователи готовы платить за информацию, которую легко найти и просто использовать. Кроме того, интернет-пользователи, как и потребители в реальном мире, готовы платить за проведенную другими экспертизу. Поэтому интернет-предпринимателю следует воспользоваться этим свойством пользователей, создавая и продавая информационные продукты, действительно ценные для клиентов.

Что такое информационный продукт?

Информационные продукты могут существовать в разных формах. Эта книга – один из таких продуктов. Вы приобрели ее, поскольку она содержит информацию, которая вам интересна или необходима.

Статьи тоже являются информационным продуктом. Во второй части книги мы покажем, как с помощью статей привлекать пользователей на свой сайт. Кроме того, можно сделать выборку статей на любую интересную тему и продать эту выборку.

Руководства тоже пользуются большим спросом. Если вы знаете, как установить дверь в гараже, то можете написать об этом подробные инструкции, сопроводив их полезными советами на эту тему, и продать через Интернет. Любые навыки, которыми вы владеете, можно записать в виде руководства и продать. Вы представляете себе открывающиеся возможности?

Написанные руководства или инструкции тоже являются информационным продуктом. Например, многие люди, достигшие пенсионного возраста, подумывают о переезде в другую часть страны (возможно, в поисках приятного климата или низких цен). Вы можете создать обзор, сравнив в нем преимущества и недостатки проживания в разных населенных пунктах, городах и регионах. Если вы посетили конференцию, посвященную интересной теме, можете написать итоговый отчет с резюме представленных докладов и продать его тем, кто хотел, но не смог посетить эту конференцию.

Часто люди, которые планируют и спонсируют собрания и мероприятия, договариваются о создании их аудио– и видеозаписей, которые они могут потом продать через Интернет как информационные продукты. Участники конференций могут взять у докладчиков интервью, а затем продать эти интервью в виде письменного документа, в виде звуковой или видеозаписи как информационный продукт.

В главе 3 мы уже упоминали о создании информационных продуктов. Если вы – программист, то можете написать нужную программу и продать ее как информационный продукт. Но даже если у вас совершенно нет навыков программирования, достаточно просто придумать хорошую идею. Подумайте о том, что нужно пользователям, и представьте, какое программное обеспечение удовлетворит эту потребность. Затем наймите программиста, чтобы создать этот продукт.

Выявление запросов пользователей

Мы призываем, более того настаиваем, строить свой бизнес в той области, которая вам действительно нравится. Однако прежде чем потратить время на создание информационного продукта, определите его востребованность на рынке. Постарайтесь определить, заинтересован ли кто-нибудь в покупке созданного вами товара.

Чтобы определить востребованность товара, используйте поиск по ключевым словам. Вы, вероятно, уже знакомы с ключевыми словами, даже если никогда не использовали этот термин. На языке Интернета «ключевое слово» – это слово или фраза, которые используются при поиске в Интернете. Например, можно ввести фразу «лучший ресторан в Краснодаре», чтобы через мгновение поисковая машина выдала вам результаты поиска.

Какой бы товар или услугу клиент не искал в Интернете, он использует ключевые слова, с помощью которых он сможет перейти на соответствующий веб-сайт. Существуют интернет-службы, которые отслеживают частоту запросов по ключевым словам; эти сведения помогут вам найти потенциальный рынок. На нашем веб-сайте www.YourInternetCashMachine.com вы найдете бесплатное руководство, как определить популярность ключевых слов.

Доставка

В начале существования Интернета информационные продукты создавались в физической форме и затем доставлялись клиентам. В настоящее время большинство продуктов можно сделать доступными для немедленного скачивания.

Продукты, доступные для скачивания, удобны пользователям. Пользователю не приходится долго ждать, такой продукт он может сохранить на жестком диске или MP3-плеере, вместо того чтобы хранить его в офисе или на книжной полке. Еще больше преимуществ доступные для скачивания продукты дают интернет-предпринимателям, поскольку отсутствуют затраты на упаковку и доставку. Поэтому владельцы интернет-бизнеса, торгующие информационными продуктами, предпочитают электронные версии. Однако существует одно исключение. Если вы продаете дорогой и сложный продукт, следует учесть два аспекта. Первый – *возможность просмотра*. Пользователи остаются верны своей привычке держать купленный товар в руках и читать с бумажных страниц, а не с экрана. Если они покупают дорогой продукт, то хотят получить его в готовом виде. Второй аспект – *воспринимаемая ценность*. Коробка с руководством пользователя и красиво запечатанными DVD воспринимается как большая ценность, чем та же информация, предоставленная в виде скачиваемых файлов.

Преимущества информационных продуктов

Создание информационных продуктов не требует больших вложений финансовых средств. Вы уже владеете информацией (она у вас в голове или записной книжке), поэтому затрата на производство информационного продукта может оказаться только ваше время.

Благодаря низкой стоимости производства прибыльность информационных продуктов может быть очень высокой. Даже если вы решите выпускать и поставлять продукт физически, все равно стоимость изготовления остается низкой по сравнению с получаемой прибылью.

Платное скачивание продукта организовать достаточно просто. Просто загрузите созданный вами продукт на веб-страницу. Затем создайте страницу продажи продукта с соответствующей ссылкой. Когда покупка будет оформлена, пользователь перенаправляется на страницу, с которой можно скачать интересующий его продукт.

Наш следующий приглашенный эксперт, Тим Нокс, – юморист и весьма успешный интернет-предприниматель. Он создал сотни различных информационных продуктов.

Статья приглашенного эксперта

Какой товар лучше всего продавать в интернете? Конечно, информацию!

Тим Нокс

Как было бы хорошо, если бы мне давали по монетке всякий раз, когда спрашивают: «Тим, какой товар лучше всего продавать в Интернете?» Было бы еще лучше, если бы я получал еще по одной монетке за каждый озадаченный взгляд после услышанного ответа: «Все просто – информацию». Этим монеткам мне бы хватило на двухнедельный отпуск на Гавайях.

Все больше предпринимателей обращаются к Интернету в поисках возможности заработать состояние (это новая «золотая лихорадка»). Вопрос «Что лучше продавать в Интернете?» стал главным бизнес-вопросом десятилетия.

Следующий стандартный вопрос звучит так: «Почему информацию?» Потому что ни один другой товар нельзя создать так просто, так быстро вывести на рынок, так просто распространить. Кроме того, этот товар намного прибыльнее, чем материальные товары.

Существуют разные формы и виды информационных продуктов. Информационный продукт может быть электронной книгой, отчетом, программой, веб-сайтом, информационным бюллетенем, аудио– или видеофайлом, телесеминаром и т. д.

Информационные продукты также могут быть и не в электронном виде, а, например, технической документацией, руководством, компакт-дисками или DVD. Лично я предпочитаю использовать продукты в цифровом виде, но изобретательные предприниматели способны заработать миллионы долларов на продаже информации, которая будет доставляться клиентам с помощью курьеров.

Ниже перечислены шесть факторов, делающих информацию наилучшим товаром для продажи по Интернету.

1. Быстрое создание, быстрый выход на рынок. Забудьте о производственном цикле товара сроком в несколько лет. Забудьте о дорогостоящем дизайне и технологиях производства. Я создавал информационный продукт буквально за два часа, и через очень короткое время он начинал приносить прибыль. Если вы владеете информацией по интересной теме и у вас есть компьютер, подключенный к Интернету, значит, вы обладаете всеми необходимыми инструментами для создания

информационного продукта, который может продаваться миллионами экземпляров.

2. *Отсутствие складов.* Забудьте о необходимости хранить в своем гараже коробки с дешевыми часами и банки супервитаминов, которых вы никогда не продадите. Когда вы торгуете информацией, не нужно складировать товары. Ваш товар – цифровой (я называю такую торговлю «продажей электронного воздуха»), он не занимает места в гараже, а только немного пространства на жестком диске компьютера. Одним из моих наиболее прибыльных информационных продуктов стала электронная книга размером 30 Кбайт.

3. *Низкая стоимость создания предприятия.* Информационный продукт можно создать практически задаром. Если это электронная книга, то единственной необходимой инвестицией является время, затраченное на ввод текста. А если вы становитесь участником партнерской программы для продажи чьих-то информационных продуктов, то ваши собственные инвестиции будут равны нулю. Вы просто подписываетесь на эту партнерскую программу, получаете ссылку и начинаете продавать.

4. *Автоматизация продаж и операции доставки.* Благодаря интернет-технологиям вы можете продавать свой товар 24 часа в сутки и 7 дней в неделю, не пошевелив при этом пальцем. Я знаю многих успешных предпринимателей, продающих информационные продукты, которые стали богатыми, работая около часа в день. Они проверяют сайт и свою электронную почту, а затем идут играть в гольф или веселятся с детьми оставшуюся часть дня.

Продажи и процесс доставки можно полностью автоматизировать, чтобы веб-сайт выполнял всю работу вместо вас. Автоматизированный веб-сайт предоставляет потенциальному покупателю сведения об уровне продаж, дает возможность сделать заказ, принимает платеж и отправляет информационный продукт по электронной почте. Кроме того, спустя несколько дней сайт может автоматически отправить письмо с вопросом, удовлетворен ли покупатель и не желает ли он приобрести что-то еще.

5. *Немедленный доступ к информации или немедленная доставка.* Онлайн-покупатели не любят ждать. Они хотят получить продукт сейчас! Это такой тип людей, которые стоят перед микроволновкой и переминаются с ноги на ногу, поглядывая на часы. Продажа информации – лучший способ незамедлительно удовлетворить потребности клиентов. Как указывалось ранее, программное обеспечение веб-сайта способно обработать заказ и принять платеж, а затем немедленно отправить клиенту электронное сообщение, содержащее ссылку для скачивания продукта.

6. *Отсутствуют ручные операции доставки и транспортировки.* При продаже обычных товаров меня всегда раздражал процесс оформления заказа на бумажных бланках, пересылка перечня товаров посреднику, составление списка отправляемых товаров. Мне не нравилось искать коробки с товаром и упаковывать мелкие предметы, печатать ценники, связывать все и относить на почту. Каждая минута, потраченная на составление перечня товаров, никем не компенсировалась, поэтому мой доход снижался каждую минуту, потраченную на доставку и транспортировку товара.

Для информационных продуктов не нужны ручные операции доставки, упаковки и отправки товара – он доставляется по Интернету. Чтобы скачать информационный продукт, достаточно щелкнуть кнопкой мыши.

А если нет информационного продукта?

А теперь мы подошли к одному из наиболее привлекательных аспектов продажи информации. Если у вас нет информационного продукта, то создать его или найти намного проще, чем вы можете представить. Ниже перечислены мои любимые способы использования информационных продуктов, не требующие их создания своими силами.

– *Подпишитесь на партнерскую программу и продавайте информационные продукты других.* Существуют тысячи компаний, которые продают информационные продукты. Большинство (если не все) компании запустили партнерские программы, на которые можно подписаться. Я сам являюсь ярким приверженцем партнерских программ, поскольку они позволяют мгновенно начать собственный бизнес. Стать партнером – значит, стать торговым посредником компании. Вы рекламируете товар, увеличиваете количество продаж, компания поставляет товар, а вы получаете комиссионные.

– *Объедините свои усилия с кем-то, кто способен воплотить ваши идеи.* Мне постоянно жалуются: «Тим, тебе так легко написать электронную книгу. Ведь ты писатель.

А я не писатель. Мне сложно написать книгу». И я не могу с этим не согласиться. Но даже если вы не можете написать свое имя, вы все равно можете создать информационный продукт, пригласив так называемого «безымянного автора», который напишет книгу за денежное вознаграждение. Можно также просто найти писателя, который согласится стать соавтором книги без предварительной оплаты.

Один из лучших способов создать информационный продукт – работать с соавтором. Если вы разбираетесь в теме, но не обладаете писательскими задатками, найдите писателя, который бы стал соавтором вашего проекта. Вы можете нанять его почасово или на весь проект. Идея намного важнее способа ее реализации, поэтому, кто в этом тандеме важнее, – спорный вопрос. По моему мнению, специальные знания получить сложнее, чем навыки писателя. Я знаю многих экспертов, не умеющих красиво составлять тексты, и многих прекрасных писателей, которые не обладают знаниями для того, чтобы создать информационный продукт. Этот союз может оказаться волшебным.

– *Наймите писателя.* «Безымянный писатель» – это человек, которого вы нанимаете для создания продукта, но он остается анонимным. Вы платите вознаграждение за работу. Вы контролируете ее выполнение и проверяете результат. Безымянный писатель предает материалу нужную форму. Нет ничего зазорного в использовании услуг таких писателей. Я знаю многих великолепных специалистов в своей области, которые не могут связать двух слов на бумаге. Вы бы очень удивились, узнав, сколько популярных технических книг написано приглашенными писателями. Или вы действительно верите, что профессиональные спортсмены и голливудские звезды способны написать книгу в 300 страниц?

– *Создайте справочник.* Не можете придумать тему, в которой вы глубоко разбираетесь? Попробуйте составить справочник. Справочник представляет собой не более чем перечень специализированной информации для целевого рынка определенной прослойки покупателей. Например, моя компания публикует справочник оптовых и розничных продавцов в определенной сфере деятельности. В этом справочнике приведены названия, адреса, номера телефонов и веб-сайты компаний. Я просто взял несколько исследований по определенной отрасли и объединил найденную информацию в виде справочника, который продаю в Интернете по цене 27 долларов.

Основной принцип создания успешного информационного продукта следующий: информация должна стоить намного больше, чем цена электронной книги. Если вы просите за продукт 27 долларов, то его воспринимаемая ценность должна в разы превышать эту сумму.

Ниже представлено еще несколько советов по созданию прибыльного информационного продукта.

– *Максимально точно определите своих клиентов.* Убедитесь в том, что ваше предложение нацелено на определенную категорию пользователей. Не продавайте товар кому угодно. Вы можете заработать намного больше, демонстрируя страховым агентам, как найти покупателей полисов, чем продавая общие советы по увеличению объемов продаж.

– *Решайте проблемы.* Убедитесь, что ваш информационный продукт нацелен на решение важной проблемы, что представители вашей целевой аудитории готовы на многое, чтобы найти это решение. Чем сильнее боль, причиняемая проблемой, тем больше люди готовы платить, чтобы от нее избавиться.

– *Предоставляйте образцы.* Позвольте потенциальным клиентам «ощутить вкус» того, что вы предлагаете в своем информационном продукте, предоставив им бесплатный образец. Вы можете убедить людей в целесообразности приобретения вашей информации, позволив им прочесть первую главу книги или прослушать первые несколько минут аудиозаписи.

– *Удерживайте внимание.* Люди не любят скучных вещей. Увеличьте привлекательность своего продукта, добавив юмор, драматизм и другие театральные элементы, которые вызовут у покупателей желание узнать больше о вашем продукте. Это не только поможет увеличить объем продаж в будущем, но и сделает вам рекламу через «сарафанное радио».

– *Обновляйте свои товары.* Не создавайте необычный информационный продукт или продукт для временного рынка. Создавайте информационные продукты, которые легко обновить при минимальных усилиях. Это позволит вам, однажды создав продукт, сохранять высокий уровень продаж долгие годы.

Тим Нокс ведет рубрику в газете и программу на радио. Он владелец интернет-бизнеса и автор книги «Все, что я знаю о бизнесе, я узнал от своей мамы» («Everything I Know About Business I Learned from my Mama»). Сайт Тима Нокса – www.TimKnox.com.

Наш следующий приглашенный эксперт Нерисса Оден раньше занималась редактированием голливудских фильмов, а затем основала компанию *Video Codemaker*. Она выступает за бесплатные программы для пользователей и является экспертом в области доступных программ. Мы задали ей вопрос о создании информационных продуктов в форме видеозаписей.

Статья приглашенного эксперта

Как создать и продать видеопродукт, не потратив на это денег

Нерисса Оден

Каждый раз, делая видеозапись телесеминара, телеконференции или симпозиума, я получаю множество благодарностей от незнакомых людей. Многие из них понятия не имеют, что программное обеспечение для создания видео уже установлено на их компьютерах. Во время одного из телесеминаров какая-то женщина заявила, что купила компьютер Mac только потому, что в Windows-компьютерах нельзя редактировать видео. Мне часто пишут, что создали свое первое видео и разместили его в Интернете сразу после нашего разговора. Подобной реакции я ожидаю и от вас, после того как вы прочтете эту статью.

Ранее для создания профессионального видео использовалось громоздкое и дорогое оборудование низкого качества. До начала 1990-х не существовало дешевых высококачественных видеокамер и бесплатных программ для создания видео. А к 2003 году оборудование и программы стали *общедоступными*.

Сегодня каждый человек может создать видео с помощью бесплатных видеоресурсов. Не нужны даже видеокамеры и веб-камеры, поскольку продукт можно создавать, импортируя фотографии в программу по созданию видео. Можно даже создавать видеоруководства, сохраняя копии экранов монитора с помощью бесплатной программы CamStudio для редактирования видео.

Подготовка

Видео создается для визуального общения. При создании видео вы попытаетесь *вспомнить язык*, который понимали в прошлом, но никогда не использовали для общения. Подумайте об этом хотя бы минуту.

Работая внештатным видеоредактором, я бралась за редактирование видео низкого качества и неполного сюжета, поскольку знала, что могу превратить этот видеоматериал в нечто прекрасное, что позволит выразить какую-то идею. Но многие из моих коллег брались за работу только в том случае, когда исходные материалы были отсняты профессиональными операторами.

Зачем я это рассказываю? Важно понять, что при съемке видеокамерой вы играете *ограниченную коммуникационную роль* в общении со зрителями. Вы можете снять каждое действие, реакцию и малейшее движение людей. Вы можете удачно передать сцену, настроение или освещение. Но вы ограничены временем и случайностями, поэтому многие все равно снимают видео низкого качества, без последовательного сюжета. При создании же видео с помощью программ вы играете *активную коммуникационную роль*,

поскольку резко увеличиваются возможности для изменения и улучшения отснятого видео.

Существует три бесплатных программы для создания видео.

1. Программа Movie Maker добавлена по умолчанию в операционные системы Windows XP и Vista. Эта программа может захватывать видео из обычных видеокамер и вебкамер. Она также способна импортировать видео, аудио и файлы фотографий с жестких дисков, фотоаппаратов и цифровых видеокамер. Программа Movie Maker – достаточно простое и эффективное средство для редактирования видео. Руководства по использованию Movie Maker можно изучить на сайте www.windowsmoviemakers.net/Tutorials.

2. Еще одна простая, но эффективная программа для редактирования видео на компьютерах Macintosh – iMovie. Как и Movie Maker, программа iMovie может захватывать видео с кассетных видеокамер и веб-камер. Она также способна импортировать видео, аудио и файлы фотографий с жестких дисков, фотоаппаратов и цифровых видеокамер. Руководство по использованию Movie Maker можно найти на сайте www.apple.com.net/ilife/tutorials/imovie.

3. CamStudio – бесплатная программа для создания видео. С ее помощью можно записывать любые видео– и аудиоданные, воспроизводящиеся на компьютере (изображение на полном экране, на выделенной области или в выделенном окне). При этом создаются стандартные AVI-файлы и Flash-файлы. Эта программа не имеет функций редактирования видео, а только кнопкой пуска и остановки. Более подробную информацию об этой программе можно получить на сайте www.camstudio.org.

Нет ничего сложного в создании видео, и все можно сделать бесплатно. Однако выразить все, что вы хотите, немного сложнее. Есть несколько вопросов, на которые следует ответить во время этого творческого процесса.

- Какая фотография лучше всего выражает замысел?
- Сколько времени клиент сможет смотреть этот клип без скуки?
- Нужно ли сохранить аудио? Следует ли добавить музыку?
- Позволит ли добавление к видеоклипу какого-либо эффекта лучше выразить мой замысел?
- Следует ли добавить текстовую информацию к видеоклипу, чтобы пояснить его зрителям?
- Следует ли добавить дикторский текст?

Создание собственного видео

После того как вы приняли необходимые решения и завершили творческий процесс, ваше видео существует как файл проекта. Файл проекта представляет собой элемент программы по редактированию видео, им можно управлять и просматривать только на вашем компьютере. Как правило, это файл очень небольшого размера, в котором содержатся сведения о принятых творческих решениях и ссылки на все компоненты видео и аудио, которые использованы в вашем проекте.

Теперь на основе этого видеопроекта нужно создать готовый к распространению продукт. Видеопродукция, как правило, выпускается в одном из трех следующих форматов.

1. Диск Video DVD.
2. Скачиваемый видеофайл.
3. Потокое видео с оплатой за показ (PPV – Pay-per-View).

Диск Video DVD

Преобразование видеопрокта в видеодиск называют прожигом. Программы для прожига дисков в формате Video DVD добавлены по умолчанию в операционную систему Windows Vista и на компьютеры Macintosh. Пользователи Windows XP могут бесплатно скачать программу Video DVD Maker с сайта www.videodvdmaker.com.

Скачивание видеофайла

Видеофайл представляет собой ваш видеопроект, визуализированный в один файл. Программы для создания видео поддерживают создание файлов как минимум в трех разных форматах. Среди наиболее популярных форматов можно назвать AVI, MPG и веб-форматы, например WMV, MOV или SWF. Почему последние три формата видео я назвала веб-форматами? Потому что видеофайлы в этих форматах имеют меньший размер, что позволяет ускорить их скачивание из Интернета. Программа Movie Maker позволяет создавать файлы в формате WMV, программа iMovie – в формате MOV, а программа CamStudio – в формате SWF.

Совет. Чтобы найти бесплатную программу для преобразования файлов AVI и MPG в файлы нужного веб-формата, посетите сайт www.FreeMediaGuide.com.

Если у вас есть собственный веб-сайт, можно продавать доступное для скачивания видео с этого сайта. Одним из способов для этого является создание бесплатной учетной записи на сайте www.Clickbank.com.

Вам нужна помощь для загрузки видео на веб-сайт? Как вы хотите отображать свое видео на сайте? В большом или маленьком окне? В виде текстовой ссылки? Или как ссылку в виде изображения? Воспользуйтесь сайтом www.FreeVideoCoding.com, чтобы ваш видеофайл отображался должным образом на веб-странице.

Потоковое видео

Файлы потокового видео можно только просмотреть, но не скачать или сохранить на жестком диске своего компьютера. Этот тип видеопродукта не зря назвали «с оплатой за показ». Для просмотра потокового видео нужна специальная программа.

Как продавать потоковое видео? На сайте Google Video (www.video.google.com) доступны бесплатные учетные записи как для общедоступных, так и для частных видео. Владельцы учетных записей, загрузившие более тысячи видео, получают возможность продавать свои видео «с оплатой за показ». В качестве оплаты за предоставляемую услугу Google Video требует 30 % от полученной суммы. Клиентам часто предлагают заплатить за возможность скачать понравившееся видео.

Чтобы сразу предложить свое видео в качестве потокового «с оплатой за показ», скорее всего придется заплатить хостинговой компании, которая предоставляет такие услуги.

Если вы хотите самостоятельно действовать и поддерживать свой веб-сайт, можете организовать продажу потокового видео с этого сайта. Вам потребуются следующие компоненты.

- Веб-хост, на котором доступны веб-серверы потокового видео.
- Программное обеспечение, способное создавать потоковое видео.
- Возможность продавать пароли, устаревающие через 24 или 48 часов.
- Возможность шифровать URL-адреса видеофайлов для защиты от технически продвинутых пользователей.

Вы уже подпрыгнули от радости, прочтя этот раздел? Я каждый день радуюсь тому, что теперь можно создавать более качественное видео, чем в те времена, когда я изучала создание фильмов и видео в колледже. При этом вам не придется тратить на то, чтобы организовать продажу своего видео. В какое прекрасное время мы живем!

Нерисса Оден – автор нескольких книг и создатель компьютерных программ. Она уже 12 лет работает в области постпроизводства видео и фильмов. Она стала владельцем интернет-бизнеса в 2002 году, продолжает писать книги и разрабатывать видеоресурсы. Адрес ее основного сайта – www.TheVideoQueen.com.

Резюме

В этой главе рассмотрены следующие вопросы.

- Типы информационных продуктов.
- Варианты доставки информационных продуктов.
- Преимущества информационных продуктов.

В главе также можно прочесть статьи приглашенных экспертов Тима Нокса (на тему информационных продуктов) и Нериссы Оден (на тему создания видеопродуктов).

Часть II

Последовательность действий

Какую бы бизнес-модель вы не выбрали, чтобы быстро разбогатеть в Интернете, существует последовательность действий, которые необходимо выполнить, чтобы сделать бизнес прибыльным. При этом у многих новичков в области интернет-бизнеса возникает общая проблема, которую называют *избытком информации*. Существует столько товаров и так много методов, каждый из которых обещает получение большей прибыли, что очень трудно сделать правильный выбор и реализовать единственно верное решение. Как выяснилось, наиболее правильный путь – отбросить большую часть этой информации и сконцентрироваться на действиях, необходимых для старта интернет-бизнеса. При этом использовать следует только те методы и инструменты, которые доказали свою эффективность в вашем бизнесе.

Поэтому советуем тем, кто приобрел информационные материалы, касающиеся маркетинга, сложить их в отдельную папку и забыть на время. В данный момент сосредоточьтесь на своих действиях. На самых важных действиях. Выполните первое действие, а затем переходите ко второму. Выполните его и перейдите к третьему и т. д. Когда вы пройдете весь путь, то обнаружите, что создали бизнес, который позволяет зарабатывать деньги. Затем вернитесь назад, повторите все действия и заработайте еще больше денег.

Когда вы создадите стабильный, прибыльный бизнес, можете начать эксперименты с новыми идеями. Творчество высоко ценится, и есть много изобретательных интернет-предпринимателей, которые постоянно генерируют новые идеи. Вы можете стать одним из них. Но пока вы им не стали, мы гарантируем: *последовательное выполнение действий приносит успех*.

Глава 7

Создайте свой веб-сайт

Подготовьте все необходимое

Один из самых приятных аспектов создания интернет-бизнеса в том, что нужно совсем мало средств и оборудования. Конечно, у вас обязательно должен быть компьютер. Поскольку современные технологии развиваются очень быстро, рекомендуем приобрести компьютер, который был собран не более двух лет назад. Но если у вас есть более старый компьютер, который обладает нужными функциями, то вполне подойдет и он.

У нас есть друзья и родственники, отдающие предпочтение компьютерам Apple, и нам нравится творческий подход и гибкость, характерные для пользователей этих компьютеров. Тем не менее вы быстро обнаружите, что многие программы, полезные для интернет-бизнеса, работают только на компьютерах под управлением Windows. Убедитесь, что у вас установлена операционная система Windows XP или более новая версия.

Вам необходимо высокоскоростное соединение с Интернетом. Хотя мы начинали бизнес, используя коммутируемое соединение, но когда стало возможным высокоскоростное соединение, иного уже не представляем. В настоящее время в большинстве случаев интернет-бизнеса используются аудио- и видеофайлы, загрузка которых по коммутируемому соединению отнимет много времени.

Очень пригодится принтер. Хотя большинство операций выполняется в электронном виде, включая и сохранение документов, иногда понадобится что-нибудь распечатать. Сканер может пригодиться, но необязательно. Среди другого полезного оборудования можно назвать веб-камеру или видеокамеру и цифровой фотоаппарат.

Приобретите свою часть Интернета

Помните старую поговорку о том, какую недвижимость следует приобретать? При выборе недвижимости следует выбирать «расположение, расположение и еще раз расположение». В Интернете аналогом недвижимости можно считать URL-адрес (URL расшифровывается как унифицированный указатель сетевого ресурса). С технической точки зрения правильным термином для URL-адреса является указатель, то есть это указатель на веб-сайт, что делает возможным работу в Web. Еще одним синонимом URL-адреса является доменное имя.

URL-адрес, или доменное имя, используется как имя и адрес веб-сайта. Например URL-адрес веб-сайта этой книги – www.YourInternetCashMachine.com.

Первым шагом должно стать приобретение URL-адреса для вашего интернет-бизнеса; благодаря этому вы получите в собственность часть Интернета, недоступную никому другому.

В первой части URL-адреса содержится приставка «www» (World Wide Web), после этого следует выбранное вами доменное имя, а затем – расширение (это расширение называется доменным именем первого уровня). Среди доступных расширений существуют .com, org, net, gov, национальные домены, например .uk (Великобритания), .ru (Российская Федерация) и др. Среди новейших расширений доменного имени можно назвать .ws и .name.⁴

⁴ В конце 2009 года организация ICANN разрешила создание доменных имен на национальных языках, в том числе и

Наиболее популярным расширением доменного имени остается .com (произносится как «дот ком»), поскольку для большинства людей оно является само собой подразумеваемым в именах сайтов. Поэтому в поисках сайта потенциальные посетители будут предполагать окончание .com. Однако к настоящему времени уже зарезервировано столько имен сайтов с окончанием .com, что владельцы новых сайтов предпочитают отойти от этого стандарта. Например, наш друг Марк Джойнер использует сайт с названием www.MarkJoyneg.name. Расширение .org, как правило, используется неприбыльными организациями, а сайты с расширением .gov зарезервированы для правительственных организаций.

Ниже в этой главе будут даны рекомендации, где можно приобрести доменное имя. Однако прежде приглашаем прочесть статью нашего приглашенного эксперта Марсии Юдкин. Марсия приобрела известность в кругу интернет-предпринимателей за свое умение выбирать динамичные названия для бизнеса и товаров.

Статья приглашенного эксперта

Выгодное название для вашего интернет-бизнеса

Марсия Юдкин

Как только у вас появилась удачная идея для создания онлайн-бизнеса, следует подумать об адресе для него. Адрес должен соответствовать идее бизнеса и легко запоминаться. То есть нужно хорошее доменное имя.

Однако этот этап, в спешке или по незнанию, часто пропускают. В зависимости от сути бизнеса вы придумываете прекрасные, запоминающиеся имена сайта, а затем убеждаетесь, что эти имена уже кем-то зарезервированы. Или выбираете не совсем подходящее имя (по крайней мере, на первый взгляд), резервируете его и развиваете бизнес, не задумываясь о кажущихся недостатках доменного имени.

Критерии выбора доменного имени

Не стоит выбирать неудачное доменное имя. Ниже приведены рекомендации, которые позволяют сделать вам наиболее правильный выбор из возможных вариантов.

Удачное доменное имя легко прочесть

То есть такое имя легко прочесть вслух. Представьте, что кто-то по телефону говорит своему другу: «Я обнаружил классный сайт, ты должен его посмотреть! Это сайт...». Имя сайта, содержащее дефисы, не пройдет этот тест. Не говоря уж о названиях, где присутствует два или три дефиса. При попытке передать по телефону доменное имя с двумя или тремя символами дефиса его придется повторить не менее трех раз, и все равно велики шансы того, что человек на другом конце провода запишет имя неправильно.

Не забудьте также протестировать свое доменное имя, записав его без заглавных букв. Когда я увидела по телевизору имя *www.NoMoreAllNighters.com*, то улыбнулась, решив, что это лучший пример неудачного названия по этому параметру. Однако кто-то позже прислал мне ссылку на веб-сайт в таком виде: *nomoreallnighters.com* (как оно и отображается в большинстве браузеров), которое я прочла как *NomoReallNighters.com*, и, конечно, совершенно запуталась. Подобным образом многие годы я путала доменное имя сайта моего друга из Вермонта (*www.MaDriver.com* вместо *MadRiver.com*).

Хорошее доменное имя легко выговорить

Еще одной проблемой для названия сайта можно считать повторяющиеся буквы. Такое повторение может быть двух видов. Во-первых, в доменных именах, названных по фамилиям, например *PassarettiPhotography.com*, люди часто забывают, какие именно буквы повторяются. Поэтому моя подруга Дениз Пассаретти изменила доменное имя на *www.PhotosbyDenise.com*.

Многие ошибаются при написании имен сайтов, в которых последняя буква одного слова совпадает с первой буквой следующего слова. Как, например, написать доменное имя для фразы «The Energy Spot»: *www.theenergyspot.com* или *www.thenergyspot.com*? Люди теряются. Разумеется, в этом и в предыдущем случае можно приобрести права на все названия с возможными ошибками и перенаправлять запросы на свой «правильный» сайт, но не лучше ли избавить себя от лишних забот?

Удачное доменное имя быстро запоминается

Сейчас, когда я пишу эту статью, в Интернете доступен сайт *www.zyzyg.com* – яркий пример названия с использованием только шести букв. Но я не рекомендую использовать подобные названия, поскольку их никто не сможет запомнить. В таком названии отсутствуют зацепки, которые могут «засесть» в памяти; оно кажется строкой бессмысленных символов.

Существуют и менее очевидные способы запутать людей. Один из клиентов моей компании, специализирующейся в выборе удачных имен, решил сменить доменное имя существующего сайта, поскольку пользователи не могли запомнить, называется этот сайт *www.MyFastCashFactory.com* или *www.YourFastCashFactory.com*.

Как «раскрутиться» с помощью незанятого доменного имени

Воспользовавшись приведенными ниже советами, вы подберете доступное для резервирования доменное имя.

– Концентрируйтесь на результате. Какого результата или какой цели хотят достичь люди при покупке определенных товаров или услуг? Какое чувство у них возникает при завершении сделки? Название моей компании

*Named At Last*⁵ и сайта www.NamedatLast.com соответствует этому принципу выбора названий.

– *Используйте игру слов.* Составьте список подходящих ключевых слов, произнесите каждое вслух и поиграйте их звучанием. Вероятность того, что результат игры слов еще не зарегистрирован как доменное имя, намного выше. Например, имя Sitefaction для компании веб-дизайна стало финалистом в нашем первом конкурсе на лучшее имя и оказалось доступным доменным именем, несмотря на существование десятков тысяч зарегистрированных фирм веб-дизайна.

– *Используйте сленг.* Позвольте своему воображению и памяти поиграть приятными для слуха выражениями. Например, до сегодняшнего дня не зарегистрировано доменное имя www.BoyOhBoyToys.com для интернет-магазина детских игрушек.

– *Применяйте символы.* Предположим, вы специализируетесь на жанре ужасов и хотите создать платное интернет-сообщество для фанатов этого жанра. Доменные имена www.Horrorific.com, www.HorrorGate.com и www.HorrorNet.com уже зарегистрированы (во всех этих названиях присутствует слово «horror» – ужас). Но когда я впервые открыла список этих сайтов, мне сразу же на ум пришло менее очевидное и более яркое имя сайта www.FrightOwl.com, которое оказалось свободным.

– *Изменяйте слова.* В пресс-центре наиболее успешной в мире поисковой машины указано: «Имя Google является измененным словом googol (гугл), которое обозначает число с сотней нулей после единицы. Это слово было придумано девятилетним племянником математика Эдварда Каснера». Вот вам и еще один совет для создания творческих названий – посоветуйтесь с детьми.

Гуру в области маркетинга Марсия Юдкин является автором книги «6 шагов к свободному публицити» («6 Steps to Free Publicity») и еще десяти книг, отражающих ее яркое творческое дарование. Более подробную информацию о ее компании, специализирующейся на выборе названий для товаров и услуг, линеек товаров и названий для организаций, можно получить по адресу <http://www.NamedatLast.com>.

После того как вы выбрали имя для своего веб-сайта, следует приобрести URL-адрес. Существует множество компаний, продающих URL-адреса, и цены на услуги этих компаний очень сильно разнятся. Некоторые из этих компаний предлагают также услуги хостинга. Для удобства и экономии рекомендуем заказывать хостинг и покупать URL-адрес у одной компании. Такие компании предоставляют бесплатные доменные имена для своих клиентов.

Как выбрать лучшую компанию для хостинга сайта

Выбор надежной компании для веб-хостинга критически важен для бизнеса. Ваша работа намного упростится, если вы сделаете удачный выбор с самого начала. Если первоначально выбранная хостинговая компания не удовлетворит вас, возникнет множество затруднений. В частности, потребуются около 48 часов, чтобы переместить сайт с одного сервера на другой, и в течение этого времени клиенты не смогут получить доступ к сайту. Кто знает, сколько заказов вы при этом потеряете?

⁵ В переводе с англ. означает «Наконец-то назвали». – *Примеч. пер.*

Рассмотрим, как правильно выбрать компанию для хостинга веб-сайта. Во-первых, узнайте, какой объем данных может храниться на серверах этой компании? Удовлетворяет ли оборудование компании потребностям вашего бизнеса сейчас и обеспечит ли более высокую пропускную способность в случае его роста? Какой период безотказной работы гарантирует компания? Если серверы компании, предоставляющей услуги хостинга для вашего сайта, выйдут из строя, сайт станет недоступным. Обеспечивает ли компания безопасное резервное копирование данных и антивирусную защиту?

Еще одним важным фактором является уровень обслуживания клиентов. Выберите такую компанию, которая обеспечивает круглосуточную поддержку без выходных. Когда у нас возникает проблема, предпочтительнее поговорить с реальным человеком по телефону, даже если на часах полночь.

Предоставляет ли компания простой в использовании интерфейс управления? Предоставляется ли неограниченное количество доменов и ящиков электронной почты? Можно ли организовать на сайте общение посетителей в рамках форума? Хотя на первых порах это не требуется, со временем вы захотите воспользоваться функцией доски объявлений на своем сайте. Можно ли будет использовать блог WordPress? (Более подробную информацию о сайте WordPress вы найдете в главе 8.)

Будет ли вам предоставлен доступ к инструментам создания сайта? И если да, то обучает ли компания работе с этими инструментами? И, наконец, вопрос цены. Просто удивительно, насколько отличаются цены на услуги хостинга в разных компаниях.

Компания, предоставляющая услуги хостинга для сайтов Джиллиан, удовлетворяет всем перечисленным требованиям. Об этой компании и предоставляемых ею услугах можно получить подробную информацию на сайте www.CashMachineDomains.com. Этот веб-сайт существует с 1996 года и имеет высокие рейтинги. Бесперебойная работа и надежность гарантируются на 99,9 %. Высокопроизводительные серверы Хеон и регулярно выполняемые операции резервного копирования обеспечивают общую надежность. Кроме того, обеспечивается круглосуточная поддержка пользователей с помощью чата и по телефону. Пакет услуг хостинга предоставляется по цене 5,95 доллара. В пакет входят: большой объем дискового пространства, чрезвычайно высокий месячный лимит на прохождение трафика, хостинг для неограниченного количества доменов и почтовых ящиков электронной почты, а также возможность добавлять форумы, базы данных и блоги WordPress. Кроме того, компания предлагает инструмент для создания сайта, чрезвычайно простую панель управления сайтом и великолепные учебные руководства. Для клиентов компании предоставляется бесплатное доменное имя.

Разработка инфраструктуры

Заклучив договор на услуги хостинга, разработайте инфраструктуру своего бизнеса. В следующих разделах рассматриваются основные компоненты инфраструктуры, с которых следует начать построение бизнеса.

Платежная система

Вы должны иметь возможность получать от клиентов плату. Для этого нужна электронная корзина и учетная запись покупателя. Учетная запись покупателя позволяет принимать оплату с кредитной карточки покупателя через Интернет.

Электронная корзина должна быть объединена с учетной записью покупателя, а также с платежной системой (например, WebMoney или PayPal). Платежная система должна иметь защищенный сервер – как для того, чтобы обеспечить пользователям безопасную передачу

конфиденциальных данных, так и для того, чтобы защитить вас от неприятностей. Кроме того, платежная система должна обеспечивать клиентам возможность приобретать и скачивать электронные книги и другие товары в цифровом виде. Даже если вы не планируете продавать продукты в электронном виде сейчас, эта возможность пригодится в будущем.

Почтовые роботы

Почтовый робот – это программа, которая позволяет клиентам подписаться на почтовые рассылки, а также автоматически рассылает заранее созданные сообщения. Возможно, вы пользовались почтовым роботом в своем офисе для информирования клиентов о своем пребывании в отпуске в диапазоне указанных дат. Теперь вы должны использовать почтовый робот для того, чтобы добавлять в список имена посетителей и клиентов сайта и отправлять рассылки адресатам этого списка. В программном обеспечении вашего почтового робота должен иметься мастер; с его помощью вы создадите формы подписки для посетителей и другие формы на веб-сайте.

Поля для подписки на рассылку можно разработать таким образом, что пользователи будут вводить только свой адрес электронной почты, но поля можно расширить, фиксируя имя и фамилию пользователя, его адрес и номер телефона. Конечно, следует учесть нежелание большей части людей предоставлять конфиденциальную информацию. Требуя от клиентов как можно меньше личных сведений, вы заслужите их благосклонность.

Зачем пользователям сообщать вам свой электронный адрес? Для этого можете воспользоваться законной взяткой. Предложите посетителям что-нибудь ценное, если они подпишутся на вашу рассылку. Хорошим стимулом может оказаться полезная информация. Например, посетители сайта Джиллиан Уиллер, www.GrantMeRich.com, оформив подписку, получают бесплатные советы от Джиллиан. Если посетителей вашего сайта интересует его тематика, то шансы на то, что они оценят такой обмен (адрес за советы) как честную сделку, весьма высоки.

Как только посетитель сайта добавил себя в список рассылки, автоматизированная система начнет посылать ему заранее заготовленный набор сообщений электронной почты, каждое из которых содержит часть полезной информации. Также можно добавить нового пользователя в список регулярных широковещательных рассылок. Более подробно эта тема рассмотрена в главе 8.

Интернет-предприниматели обычно поддерживают несколько списков рассылки, в зависимости от интересов и статуса пользователей в этих списках. Например, можно составить список посетителей, которые еще не сделали у вас ни одной покупки. Затем можно составить список пользователей, которые приобрели на сумму, эквивалентную 100 долларам. В третий список можно включить пользователей, которые сделали более дорогие покупки. Можно создать отдельные списки для покупателей определенных товаров, особенно если эти товары не связаны друг с другом. Например, Джиллиан поддерживает один список рассылки для подписчиков, которые заинтересованы в получении грантов, другой – для тех, кто желает приобрести недвижимость, третий – для интернет-бизнеса и четвертый для подписчиков, интересующихся принципами успеха. Она даже создала специальную форму для регистрации новых подписчиков, чтобы пользователи сразу могли выбрать список, к которому хотят присоединиться. Эту страницу для добавления в список подписки можно увидеть по адресу www.GrantMeRich.com/nl.htm.

Действия почтового робота могут быть основаны просто на согласии пользователя или на подписке с подтверждением. В случае просто согласия пользователя на получение сообщений, он добавляется в список рассылки по своему желанию или в ответ на запрос владельца списка рассылки. При варианте подписки с подтверждением пользователь получает

письмо, на которое требуется ответить; в письме также может содержаться ссылка, щелкнув по которой, он будет добавлен в список рассылки.

Существует два способа добавить пользователей в списки рассылки. Способ на основе «просто согласия» пользователей дает возможность составить списки рассылки очень быстро. Что касается второго способа, то статистика говорит о том, что от одной пятой до одной трети пользователей не доводят до конца подписку с подтверждением. Однако второй способ подписки обеспечивает большую защиту от распространителей спама. Хорошие почтовые роботы обрабатывают жалобы клиентов на получение спама. В нижней части каждого отправляемого письма имеется ссылка, щелкнув по которой получатель может отказаться от рассылки.

Партнерская программа

Если у вас есть работающий бизнес или вы планируете производить, импортировать или создавать новые продукты, в том числе информационные, можно установить приложение партнерской программы. Участники партнерской программы получают процент от продаж товаров организатора партнерской программы. Программное обеспечение партнерской программы составляет список партнеров, отслеживает уровень их продаж и вычисляет заработанный процент. У вас должна быть возможность добавлять неограниченное количество партнеров, создавать и управлять различными партнерскими программами и использовать различные способы выплаты участникам программ. Программное обеспечение должно устанавливать взаимосвязь между различными товарами и соответствующими им партнерскими программами, что позволяет изменять выплачиваемое вознаграждение. Следует предоставлять партнерам возможность выбора товаров для участия в партнерской программе.

Спроектируйте веб-сайт

Теперь пришло время спроектировать свой веб-сайт. Это весьма интересное занятие. Рекомендуем потратить несколько дней на посещение различных сайтов и составление мнения о внешнем виде и возможностях этих сайтов. Записывайте, что вам понравилось на посещенных сайтах, а что нет. Независимо от того, являетесь ли вы творческой личностью, у вас в голове наверняка сложится картинка идеального сайта.

Цвета, использованные на страницах веб-сайта, оказывают на посетителей сильное психологическое воздействие. Графические дизайнеры и специалисты в области рекламы считают, что комбинация черного, белого и красного цветов создает у посетителей впечатление авторитетности, стабильности бизнеса сайта и вызывает к нему доверие. Присмотревшись, вы заметите, что на многих веб-сайтах крупных компаний используется именно это сочетание цветов. Похожий эффект достигается также благодаря сочетанию голубого и белого цветов с добавлением красного.

В нашем подсознании различные качества и внутренние состояния ассоциируются с определенным цветом. Зеленый цвет символизирует здоровье и рост. Желтый часто ассоциируется с интеллектом, а также напоминает нам весну и солнечный свет. Оранжевый обозначает энергию. Голубой цвет символизирует исцеление и спокойствие. Красный соответствует активным действиям. Розовый напоминает нам о любви и гармонии. Пурпурный цвет считается символом богатства и роскоши.

Ваш веб-сайт должен создавать ощущение профессионализма. Ведь вы просите посетителей сайта платить за предоставляемые вами товары или услуги, поэтому важно передать серьезность намерений и профессиональный подход к бизнесу. Человек, посетивший

сайт, будет принимать решение о деловом сотрудничестве на основе первого впечатления от вашего сайта, и хорошо, если это будет ощущение доверия и надежности.

Один из парадоксов интернет-бизнеса заключается в том, что Сеть остается средой сугубо личного взаимодействия. Несмотря на то что ваш сайт будет доступен миллионам посетителей всего мира, люди, с которыми вы никогда не пересеклись бы при других обстоятельствах, заинтересованы в личном взаимодействии с вами.

Наиболее успешные веб-сайты передают четкое ощущение своеобразия, неповторимой идентичности. Это может быть корпоративная идентичность, но в большинстве случаев это неповторимое личное своеобразие. Опыт свидетельствует, что наиболее успешной стратегией является непосредственное взаимодействие с людьми. То есть посетители вашего сайта должны знать его владельца. Среди посетителей сайтов авторов этой книги оказалось множество прекрасных людей, некоторые из которых даже стали нашими близкими друзьями. Конечно, большую часть посетителей мы никогда не видели, но они прониклись к вам доверием, потому что мы показали им себя как конкретные личности, живые люди, а не безликая организация. Мы поместили на веб-сайтах свои фотографии, рассказали о своей работе, мировоззрении. Мы держим посетителей сайтов в курсе важных событий собственной жизни, описываем свои путешествия, круг общения.

Но нужно сохранять разумный баланс, чтобы уберечь свою личную жизнь от посторонних глаз. Используйте юридический адрес. Даже если вы работаете дома, можно арендовать виртуальный офис и использовать его в качестве юридического адреса. В любом небольшом городе можно арендовать почтовый ящик и использовать его в качестве физического адреса для корреспонденции. Не рекомендуем публиковать фотографии своих детей или указывать их имена и возраст. Это общие правила предосторожности, поскольку существуют психически неуравновешенные люди. Однако это не относится к большинству людей – у нас есть тому доказательство в виде десятков тысяч читателей, которые обогатили нашу жизнь и увеличили наши банковские счета.

Если только ваш бизнес не заключается в поддержке тех или иных политических или религиозных течений, не рекомендуем затрагивать эти темы на страницах сайта. Ваша бабушка обладала мудростью, запрещая говорить за обеденным столом о политике и религии. Сегодня это правило только подтверждается. К сожалению, высказывая свое мнение, мы можем быть превратно поняты, поэтому не стоит отталкивать потенциальных покупателей.

Однако на темы политики и религии вы можете высказаться в своем блоге (более подробно тема блогов раскрыта в главе 8). Привнесите в блог чувство юмора и свою индивидуальность. Пишите о тех вещах, которые вас интересуют, и не бойтесь спорных утверждений. Ведь детскую молочную смесь нельзя назвать очень вкусной, то же самое относится к интеллектуальной пище. Заставьте читателей вернуться на ваш блог за новой порцией ваших остроумных и тонких наблюдений. Если друзья считают вас в каком-то смысле необычным и уникальным, то читатели тоже должны увидеть эти стороны вашей личности.

Проектирование сайта лучше всего начать с эскиза, сделанного на бумаге. Центральным местом сайта будет *главная страница*. Зайдя на ваш сайт, посетитель сразу должен понять идею бизнеса, которым вы занимаетесь. Не должно возникать никаких сомнений относительно того, какие товары и услуги вы предлагаете. На большинстве сайтов также создается страничка «О компании» или «О нас», страницы каталога товаров и страницы, посвященные интересам посетителей сайта.

Создавайте на сайте только те страницы, которые соответствуют теме сайта. Дизайн сайта должен быть простым и понятным, с большим количеством свободного пространства на страницах. Не смущайте посетителей разнообразными возможностями выбора. Максимально упростите доступ к информации и покупку понравившегося товара. Ограничьте использование необычных элементов дизайна, например Flash-технологий. Вы хотите,

чтобы сайт выглядел привлекательно, но вы ведь не участвуете в конкурсе художественных произведений. Сосредоточьте внимание посетителей сайта на основной идее вашего бизнеса. Исследования показали, что в среднем посетитель сайта готов потратить лишь несколько секунд на его загрузку, поэтому ограничьте количество графических элементов, аудио и видео до того объема, который загружается практически мгновенно.

Простота перемещения по сайту должна быть одним из основных принципов при его разработке. Зайдя на главную страницу сайта, посетитель должен сразу понять его структуру и найти ссылки на другие страницы. Один из следующих разделов книги целиком посвящен оптимизации поисковых механизмов, но важно учесть некоторые аспекты еще при разработке сайта. Ваш сайт будет значительно проще найти и выполнить его индексацию поисковыми машинами, если ссылки размещены в правой части страниц сайта. Информацию, которая должна быть обнаружена поисковыми машинами, следует разместить в верхней части страницы. Добавьте как можно больше ссылок между страницами сайта, за исключением страниц покупки товара. На странице покупки товара для посетителя не должно быть других возможностей, кроме щелчка на кнопке «Купить».

Если ваш сайт не участвует в партнерской программе, то не следует на его страницах размещать ссылки на другие сайты. Присутствие ссылок можно сравнить с ситуацией, когда к вам в дом пришел желанный гость, а вы первым делом показываете ему на дверь черного хода. Достаточно трудно удержать внимание посетителей на сайте, поэтому никогда не предлагайте им уйти! Если же вы продаете товары в рамках партнерской программы и это – часть вашего бизнеса, разместите ссылки партнерской программы на странице покупки товара. Если по какой-либо причине вы хотите поместить ссылки на другие сайты, соберите их на отдельной странице.

Установите авторские права на свои страницы и примените политику конфиденциальности. Более подробно эти темы рассмотрены в главе 13.

Уже достаточно много было сказано о необходимости сделать содержимое сайта интересным для пользователей, пришло время подробно поговорить о том, как продавать товары.

Рассматривайте свой интернет-бизнес как стол на трех ножках. Содержимое и продажи – две из них. Третья ножка – список рассылки. Одна из наиболее важных функций сайта, которая обязательно должна быть реализована, – сбор адресов для списка рассылки. Как уже было сказано, 95 % посетителей сайта просто посмотрят его содержимое и перейдут на другой веб-сайт. Некоторым понравится ваш веб-сайт, они даже могут добавить его в закладки. Сколько сайтов добавлено у вас в закладки? На сколько из них вы возвращаетесь? Другие поступают точно так же.

Но если вы соберете имена и адреса электронной почты посетителей сайта, то сможете написать им и напомнить, насколько прекрасным бизнесом вы занимаетесь. Своим пользователям вы можете давать новые и новые поводы для посещения сайта и предлагать выгодные сделки, которые невозможно игнорировать. Мы дали несколько практических советов по сбору адресов пользователей ранее в этой главе. В главе 8 мы более подробно обсудим составление и использование списков рассылки.

Физическая структура сайта

Если вы программист, то не нуждаетесь в наших советах по созданию сайта. Однако даже в этом случае просим вас внимательно прочесть этот раздел, чтобы получить полезные сведения, касающиеся маркетинга.

Если же вы не работаете в области информационных технологий, то воспользуйтесь способами, которые мы сейчас опишем. На веб-сайте www.CashMachineDomains.com вы получите прекрасный инструмент для создания сайтов. Он работает по принципу

WYSIWYG (What You See Is What You Get – что видишь, то и получаешь). Другими словами, вам не нужно знать язык HTML, который используется для создания веб-сайтов, чтобы реализовать команды по упорядочению текста и функций на веб-странице. Хотя язык HTML похож на обычный английский и не слишком сложен для изучения, но вам не нужно знать правил HTML, чтобы создать хороший сайт.

Еще одной очень популярной программой создания сайтов является FrontPage от компании Microsoft. Если вы знакомы с Microsoft Word, то программа FrontPage покажется вам простой. Более сложным, но не менее популярным приложением для создания веб-сайтов является программа Dreamweaver.

Мы подробно рассмотрим блоги в следующей главе, но сейчас удобный момент познакомить вас с WordPress. Программа WordPress представляет собой приложение с открытым программным кодом, используемое для создания блогов. Технология работы этой программы очень удобна для поисковых машин, поэтому специалисты предпочитают проектировать сайты с помощью WordPress. Например, Джиллиан Уиллер и ее семья управляют большим количеством сайтов партнерских программ, созданных в WordPress. И последней альтернативой создания сайта является приобретение готового шаблона (созданного с помощью FrontPage или WordPress) и настройка его в соответствии со своими потребностями.

Никого из родных Джиллиан нельзя назвать «технарем», хотя, конечно, они приобрели некоторые технические знания в процессе работы. Тем не менее Джиллиан самостоятельно создала большинство своих сайтов в программе FrontPage. Джо Витале заключил контракт с веб-мастером, который создал и поддерживает его сайты. Как вы могли убедиться, каждый из способов имеет свои преимущества. Наибольшим преимуществом создания и поддержки своего сайта является возможность немедленно вносить изменения, не прибегая к посторонней помощи.

Удачный компромиссный вариант заключается в том, чтобы нанять разработчика, который создаст шаблон веб-сайта и схемы нескольких веб-страниц. Затем вы можете просто заменить или обновить текстовое содержимое этих страниц или изменить фотографии и графику, чтобы создать новые страницы. К созданному шаблону можно добавить собственный заголовок, для самостоятельного создания которого можно использовать программу Adobe Photoshop.

Одностраничный сайт

Те, кто специализируется на продаже только одного товара, обычно начинают интернет-бизнес с сайта, состоящего из одной веб-страницы. Одностраничный сайт создать нетрудно, то есть появляется возможность быстро начать бизнес. Даже если вы создаете сайт, состоящий из нескольких страниц, рекомендуем продавать и рекламировать каждый товар на отдельной странице.

Создавая одностраничный сайт, следует руководствоваться иными принципами, чем при создании обычного бизнес-сайта. Содержимое одностраничного сайта должно быть полностью сконцентрировано на предлагаемом товаре. Кроме того, следует заинтересовать посетителей приобретением вашего товара. Отбросьте все лишнее. Например, откажитесь от сложной графики в заголовке. По мнению маркетологов, простой заголовок часто оказывается намного эффективнее.

Как уже было сказано, не размещайте на странице ссылок, по которым пользователи могут покинуть ваш сайт (можно создать совсем маленькие ссылки в нижней части страницы на страницы с информацией об условиях покупки, политике конфиденциальности и партнерской программе). Все на вашем сайте должно вести посетителя к кнопке «Купить».

При доступе к одностраничным сайтам теперь часто предварительно отображаются дополнительные страницы, которые называют «squeeze page»⁶. История этой технологии коротка и малоизвестна, но мы верим в идею, появившуюся у интернет-маркетолога Джанатана Майзела, которая была затем адаптирована и популяризована многими другими. Рассмотрим, как это работает.

Пользователь переходит по ссылке, чтобы получить информацию о товаре. Однако до отображения запрошенной страницы отображается дополнительная страница, где пользователю предлагается заполнить форму с контактными данными. Преимущества дополнительной страницы очевидны. Продавец собирает адреса электронной почты посетителей для формирования списка рассылки, который можно использовать для дальнейших продаж. Несложно заметить и недостатки. Покупатель может закрыть дополнительную страницу и купить товар на другом сайте, не желая добавлять себя в список рассылки.

Можно улучшить восприятие пользователей дополнительной страницы, добавив в нее звук или видеоклады. Например, можно добавить свою фотографию и через пять секунд показа вашей фотографии настроить воспроизведение звукового файла примерно такого содержания: «Поздравляю! Скоро вы узнаете больше об АБВ – лучшем подарке для вас и ваших близких. А сейчас потратьте несколько секунд и введите в соответствующее поле адрес вашей электронной почты. После этого мы немедленно предоставим вам более подробную информацию». Добавьте еще немного убедительного текста и сделайте весь процесс простым и понятным.

Исследования показали, что, некоторые посетители просто закрывают эту дополнительную squeeze-страницу, но многие из тех, кто перешел на страницу покупки товара, превращаются из посетителей в покупателей. Нам нравятся эти дополнительные страницы, и мы часто их используем. Убедиться в этом можно на сайте www.CashforWriters.com.

Наш следующий приглашенный эксперт – гуру интернет-маркетинга Марк Хендрикс. Он поделится своими великолепными формулами для создания одностраничных сайтов продажи товаров.

Статья приглашенного эксперта

Три секрета успешности рекламных рассылок

Марк Хендрикс

Классической формулой удачных рекламных писем можно назвать сумму четырех факторов: внимание + интерес + желание + действие. Мне удалось открыть три секрета создания писем с рекламными предложениями, которые действительно приносят результат.

Секрет № 1. Желание, предложение, действие

Люди *хотят* получить то, что вы продаете. Это большой секрет, ребята. Если вы расскажете о своем товаре людям, которые уже хотят его приобрести, можете быть уверены в успехе. Проблема в том, что большую часть времени вы пытаетесь заинтересовать людей, которые не

⁶ В русскоязычном Интернете это называют двустраничным маркетингом. – *Примеч. ред.*

хотят приобрести ваши товары или услуги. Даже не пытайтесь им что-то продать.

Второй элемент успеха рекламного письма – его *заголовок*, который должен привлекать внимание. Третий – *предложение* и четвертый – *действие*. Эта формула работает и на веб-странице, и в случае рекламных рассылок. Ее можно применять в видео- и аудиорекламе.

Принцип действия этой формулы следующий. Заинтересованным людям я предоставляю заголовок сообщения, чтобы привлечь их внимание. Затем я делаю им предложение. «Предлагаю вам приобрести это, и вот по каким причинам». Затем я предлагаю осуществить покупку немедленно.

Это упрощенная схема. Давайте раскроем ее детали, начиная с заголовка. Существуют простые способы составления заголовков. Например, можно просто заменить слова в заголовке, который привлек ваше внимание. Можно просто удалить одни слова и, сохранив шаблон, использовать его множество раз.

Давайте рассмотрим известный заголовок. «Как _____ и _____?». Название какой классической книги здесь использовано? («Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей?») Дейла Карнеги. В заголовке указано два преимущества: приобретение друзей и влияние на окружающих.

Секрет № 2. Пять составляющих предложения

Предложение должно включать пять составляющих.

1. *Обещание*. Это описание предоставляемых вами преимуществ.

2. *Товар*. Дайте подробное описание товара.

3. *Пакет предложения*. В пакет предложения входит все, что составляет ваше предложение, включая некоторые дополнительные товары или услуги. Эти бонусы должны иметь отношение к основному товару или хотя бы какую-то связь с ним.

4. *Цена*. Если это специальное предложение, то обязательно упомяните об этом.

5. *Наказание*. «Вот что произойдет, если вы не будете действовать немедленно». Это может быть временной стимул, ограниченное количество товара или любой другой фактор, ограничивающий продажу товара по этой цене.

Секрет № 3. Семнадцать психологических этапов

Это секрет моей формулы из 17 этапов для создания успешных рекламных писем и веб-сайтов. Я не всегда следую этой формуле, но всегда использую ее как ориентир, который не позволяет мне сбиться с верного пути.

Придерживаясь этого ориентира, я просто составляю тексты на заданную тему. В настоящее время я учитываю психологические факторы практически подсознательно. Научившись этому, вы всегда будете создавать удачные рекламные письма.

Не так давно мне позвонил один человек и сказал: «Я услышал о вашей идее с семнадцатью этапами и решил прочесть одно из составленных вами рекламных писем. К тому моменту, как я закончил читать письмо, у меня уже были ответы на все вопросы, касающиеся успешных рекламных рассылок».

Я ответил: «Что ж, я так и знал». Во время презентации продукта вы даете необходимую информацию в нужный момент. Не раньше и не позже. Вы хотите получать вопросы поочередно и поочередно отвечать на них.

Этапы № 1, № 2 и № 3 представляют собой тему, заголовок и подзаголовок рекламного письма. Эти заголовки должны привлечь внимание людей. Основному заголовку письма предшествует тема, немного ниже основного заголовка следует подзаголовок, вносящий необходимые пояснения.

Этап № 4 заключается в постановке проблемы. Вы привлекли внимание посетителей с помощью заголовка, теперь должны обратиться к их воображению. Вы хотите найти, высказать их проблему или цель, которой они хотят достигнуть. Вы также хотите заявить о себе как о профессионале в своей области. Покажите людям, что вы – специалист в своей области, и вам можно доверять.

Этап № 5 – представить решение проблемы. Предложите несколько вариантов решения. Можете даже указать альтернативы своему продукту. Не слишком ли это самоуверенно, если вы хотите выиграть у конкурентов? Представьте читателям свое решение как лучшее из доступных. Вы показываете им, что в курсе ситуации на рынке. Вы не пытаетесь ничего скрыть. «Вот мои конкуренты. Все они хороши, но есть и лучшее решение».

На этапе № 6 нужно предоставить образец или рассказать историю. Предоставив потенциальным клиентам бесплатный образец, вы реализуете принцип ответного действия – люди почувствуют необходимость дать вам что-то взамен, по крайней мере, у них появится желание выслушать вас. А зачем рассказывать истории? История вызывает эмоции и удерживает внимание. Кроме того, рассказанная история позволяет вам раскрыться, то есть вызвать к себе доверие.

В театральной среде существует понятие, называемое добровольным желанием поверить в иллюзию. Другими словами, некоторое время человек верит в правдивость рассказываемых вами историй. Поэтому когда вы рассказываете что-нибудь (я не имею в виду лжете) или травите байки, называйте это как хотите, люди расслабляются, ослабляют «оборону» и, по крайней мере, хотят услышать вашу историю.

Этап № 7 относится к преимуществам. Расскажите читателям, какие преимущества они получают при использовании ваших товаров, перечислив достоинства продукта в виде маркированного списка. Такой список выглядит, как несколько звучных мини-заголовков.

В заголовке рекламного письма вы указали несколько основных преимуществ, чтобы привлечь внимание и заинтересовать его содержимым. В маркированном списке следует указать дополнительные преимущества. Поэтому, если читатели не совсем уловили достоинства продукта при первом прочтении, то в расширенном списке должно содержаться нечто такое, что вдохновит их на продолжение сотрудничества.

Вероятно, вам приходилось присутствовать на презентации чего-либо, в чем вы были заинтересованы, но внезапно все ваше внимание оказывалось

прикованным к одному пункту в списке преимуществ? Может, у вас в этот момент возникла мысль: «О, еще и эта функция?» Тогда, возможно, вы поймали себя на мысли «Конечно, мне нужна эта вещь»? Именно такие события позволяют преодолеть пассивность людей и перевести их в режим покупки.

Этап № 8 предлагает социальное доказательство. Используйте отзывы тех, кто уже приобрел ваш товар и удовлетворен им.

Этап № 9 представляет собой *предложение*. Предложите потенциальным клиентам то, от чего они не смогут отказаться. Постройте предложение таким образом, чтобы клиент постоянно соглашался. Другими словами сделайте предложение таким выгодным, что только сумасшедший может отказаться от предлагаемого. Но при этом следует помнить: человек должен понять смысл предложения. Если оно не будет предельно ясным, товар не купят, что бы вы ни предлагали.

На этапе № 10 ответьте на незаданные вопросы. Скажите читателям, почему вы делаете столь выгодное предложение.

Наверняка у вас бывали в жизни ситуации, когда вы говорили продавцу: «Да, звучит действительно привлекательно, отличная сделка». Но в тот момент, когда вы уже были готовы к покупке, в голове вспыхивало предупреждение: «Одну минутку. Это слишком хорошо, чтобы быть правдой».

Поэтому вам как продавцу надо ответить на еще не заданный вопрос: «Вот благодаря чему мы можем сделать подобное предложение». Вы знакомите потенциальных клиентов со своим бизнесом, поэтому они знают, на основе чего вы можете заключать настолько выгодные для них сделки.

Этап № 11 касается бонусов. Подсластите сделку. Добавьте еще немного дополнительных преимуществ в виде бонусов. Однако не переусердствуйте. Вы когда-нибудь видели, чтобы после добавления бонусов сделка становилась в 10 раз выгоднее, чем первоначальная цена товара? Ведь в такой ситуации покупатель теряет доверие. Но обязательно подсластите сделку. Бонус должен дополнять или быть как-то связан с оригинальным товаром.

На этапе № 12 предоставляются гарантийные обязательства. Устраните все возможные риски клиента. Предоставьте им максимально возможные гарантийные обязательства. Чем продолжительней срок гарантии, тем лучше. Если вы дадите гарантию на три дня, догадаетесь, что будут делать клиенты следующие три дня? Они будут пытаться сломать купленный предмет или доказать, что он не работает. Они потратят на это все свободное время.

Но если предоставить клиентам гарантию на 30 дней, то весьма высоки шансы на то, что они забудут о покупке, сделанной две недели назад. Я не говорю о том, чтобы хитростью выманить деньги. Я лишь указываю на человеческую природу, в соответствии с которой люди потратят все свободное время и даже время сна на то, чтобы проверить, действительно ли они приобрели качественный товар, если дать короткий срок гарантии.

Поэтому увеличьте срок гарантии до 60, 90 дней или лучше даже до одного года. Вы можете вспомнить, что покупали год назад? Наверное, это были «какие-то вещи».

Этап № 13 заключается в создании ореола дефицитности. Если количество товара ограничено, то скажите об этом. Это повысит интерес к товару.

Этап № 14 заключается в просьбе сделать заказ, а этап № 15 – в описании последствий того, если заказ не будет сделан. Поясните читателям, как сделать заказ. Расскажите им, что случится, если они опоздают с заказом. Я научился этому при посещении врача. Вы не считаете врачей продавцами? Поверьте мне, они настоящие продавцы.

Я верю, что чаще всего врачи действуют в ваших интересах. Если при осмотре пациента у врача возникают сомнения в его здоровье (я не говорю о насморке), то он назначает обследования. После обследования вам приходится возвращаться в кабинет врача. Это не тот случай, когда вы можете позвонить по телефону, и вам скажут: «Все в порядке. Не беспокойтесь». Нет, вам обязательно скажут: «Когда вы придете...».

И вот вы вернулись в кабинет врача. Врач смотрит на результаты обследований и глубокомысленно произносит: «Хм-м-м». Отличный способ привлечь ваше внимание. И для этого достаточно всего лишь произнести: «Хм-м-м».

Затем врач объясняет вам суть проблемы: «Вот что показали результаты исследований». А затем следует вывод: «Если вы ничего не сделаете, то произойдет следующее». Это прекрасный пример использования рассматриваемого психологического принципа. «Вот, что я рекомендую сделать. Теперь вы знаете, в чем проблема. Но мы в силах все исправить». Распишитесь здесь. Купите товар сейчас, и все будет в порядке.

Вы начинаете сомневаться, и слышите голос врача: «Кстати, забыл сказать, что произойдет, если оставить все как есть». Вот теперь он действительно завладел вашим вниманием, правда? Затем остается только выяснить: «Когда мы можем начать, чтобы устранить все проблемы?»

На этапе № 16 следует добавить в свое рекламное письмо подпись. Сделайте подпись от руки. Как добавить подпись на веб-страницу? Фломастером или ручкой поставьте подпись на листе бумаги. Не следует ставить свою настоящую подпись, лучше воспользоваться именем и фамилией, поскольку люди бывают разные. Они могут скопировать вашу подпись и применить совершенно неожиданным образом. В качестве подписи на веб-сайте я использую свое имя.

Затем отсканируйте подпись и сохраните ее как JPEG-изображение. Поместите подпись на веб-страницу ниже слов «Искренне ваш».

На этапе № 17 можно добавить постскриптум. Используйте постскриптум для того, чтобы сделать резюме всему вышесказанному. Можно добавить два и даже три постскриптума: P. S., P. P. S. и так далее. В первом постскриптуме можно повторить свое предложение. Во втором – напомните читателям о том, как невыгодно отказываться от покупки. В третьем – призовите действовать немедленно.

Я рассказал о 17 психологических элементах рекламного письма. Если вы хотите прочесть одно из составленных мною рекламных писем и самостоятельно найти все эти элементы, удачные примеры доступны на сайте www.YouAskThem.com.

© 2007 Марк Хендрикс. Используется с разрешения автора

Марк Хендрикс – интернет-предприниматель, бизнес-тренер, автор книг и разработчик программного обеспечения. Среди его веб-сайтов можно назвать www.hunteridge.com, www.internet-success-system.com, www.market-soft.com, www.SwiftKickintheButt.com и www.ScientificAdvertisinginthe21stCentury.com.

Резюме

В этой главе были рассмотрены следующие вопросы.

- Оборудование, необходимое для создания интернет-бизнеса.
- Выбор URL-адреса.
- Как подобрать лучшие услуги хостинга.
- Дизайн веб-сайта.
- Физическая конструкция сайта.
- Как создать одностраничный сайт для продажи товара.

В этой главе также представлена статья приглашенного эксперта Марка Хендрикса, в которой он раскрывает секреты создания успешных рекламных рассылок.

Глава 8

Заявите о себе

Каким бы привлекательным ни был ваш сайт, сколь бы красноречивым ни был рекламный слоган и насколько бы увлекательным ни было содержимое вашего сайта, ничего не будет происходить до тех пор, пока потенциальный покупатель не найдет вас. Маркетинг в Интернете представляет собой процесс распространения информации о своем бизнесе с целью привлечения посетителей на сайт.

На языке интернет-сообщества совокупность переходов всех посетителей на ваш сайт называется *трафиком*. При умении этот трафик превращается в список постоянных посетителей сайта. А впоследствии люди из этого списка становятся вашими клиентами. В этой главе вы узнаете о действиях, которые необходимо предпринять для продвижения бизнеса в Интернете.

Маркетинг по электронной почте

В основе бизнеса в Интернете в большинстве случаев лежит маркетинг по электронной почте. Специалисты в области интернет-маркетинга любят повторять: «Ваши деньги скрыты в списке рассылки», но наш знакомый Крейг Перрин (www.MaverickMarketer.com) готов с этим утверждением поспорить. Крейг любит повторять: «Ваши деньги скрыты в отношениях с людьми, из которых состоит список». С этим нельзя не согласиться. От построения дружеских и доверительных отношений с людьми из вашего списка зависит успех бизнеса.

Электронные сообщения, которые вы будете отправлять адресатам из списка, должны отражать вашу индивидуальность. Пишите так, словно вы пишете своему лучшему другу, в свойственной только вам манере. В данном случае не стоит говорить о стиле письма в том смысле, который имеют в виду писатели. Но если вы спросите своих хороших знакомых, то они непременно выделят ряд свойственных именно вам фраз и оборотов речи.

Во-вторых, письмо должно говорить о вашей компетентности и авторитете. Вы – специалист в своей области и обладаете знаниями, которые надеются приобрести и ваши клиенты. Общайтесь со своими читателями, как с равными. Проявляйте к ним должное уважение, но не бойтесь позиционировать себя в качестве лидера.

В каждом письме членам вашего списка полезная информация должна быть окрашена вашей индивидуальностью и каплей юмора. Время от времени в письмах должны содержаться новости вашей личной жизни, а также упоминания о ваших новых статьях или рубриках в блоге. Но есть элементы, которые должны быть включены в 99,5 % всех писем электронной рассылки:

- 1) предложение;
- 2) призыв к действию.

Ваш бизнес в конечном итоге сводится к продажам. Клиенты это понимают, и вам также нужно об этом помнить. Раньше авторы этой книги не решались продавать что-либо в каждом письме электронной рассылки и стеснялись отправлять электронные письма несколько раз в неделю. Но за несколько лет многое изменилось, и мы многому научились. Теперь мы рассылаем электронные сообщения каждый рабочий день и продаем больше, чем когда бы то ни было. И никто не возмущается тем, что частота наших рассылок возросла. Наоборот, кажется, что наши клиенты благодарны нам за возможность узнать нас лучше и получать еще больше полезных предложений. Случайные посетители сайта отказываются

от рассылки, но большинство клиентов из нашего списка с удовольствием читают письма и покупают нашу продукцию.

О том, как написать идеальное электронное сообщение, можно узнать в главе 9.

Статьи

Статьи – великолепный способ привлечь посетителей на свой сайт. Подумайте, какие темы интересуют посетителей вашего сайта, и напишите по ним серии статей по 500–700 слов в каждой. Включите свое воображение и хорошенько поработайте над названием статей, поскольку посетители обычно читают только заголовок и лишь бегло просматривают саму статью. В заголовке обязательно должны присутствовать ключевые слова. В конце статьи обязательно разместите контактную информацию, указав свое имя, адрес веб-сайта и предложите читателю что-либо ценное.

Поместите статью на одном из сайтов, где публикуются материалы на различные темы. Подобные сайты найти несложно, если ввести в поле поиска словосочетание «каталог статей», «биржа статей» или «поместить статью» («article directory»). Полную информацию по этому вопросу можно найти на странице <http://vodnommeste.livejournal.com/3742.html>. Ниже перечислено несколько наиболее известных сайтов, публикующих статьи для раскрутки других веб-сайтов.

<http://www.seozavr.ru>

<http://seocity.net/>

<http://ibum.biz>

<http://seo-deluxe.ru/>

<http://www.miralinks.ru/>

<http://statiami.ru/>

http://seo-alabis.ru/seo/razmeschenie_statey.php

На многих сайтах имеются специальные приложения, которые упростят размещение и публикацию статьи.

В главе 7 мы познакомили вас с сайтом RentaCoder.com и другими сайтами для фрилансеров. На таких ресурсах можно найти талантливых авторов, которые напишут статьи для вас за приемлемую цену. От вас потребуется только задать тему и предоставить материалы. Можно посетить сайт RentaCoder.com, чтобы сориентироваться в ценах на написание статей и ознакомиться с отзывами о работе фрилансеров, которые выполняли заказы для других клиентов. Авторы часто дополняют написанные статьи материалами, которые удалось отыскать им самим.

Вы будете поражены эффекту от, казалось бы, простой статьи. Если статью примут в каталог статей, то вы и глазом не успеете моргнуть, как ее начнут публиковать разные сайты во всем мире. А вместе с ней они будут публиковать и вашу контактную информацию. Ссылки на ваш сайт в разных источниках укрепят ваши позиции в поисковых системах, и все больше пользователей будут подписываться на ваши электронные рассылки. Размещайте статьи и на собственном сайте, чтобы его содержимое было интересно посетителям.

Поисковая оптимизация

Для успеха бизнеса крайне важно, чтобы сайт хорошо зарекомендовал себя в поисковых системах и чтобы ссылки на него появлялись на первых трех страницах результатов поиска. До появления поисковой системы Google поисковые машины, например Yahoo! просто систематизировали сайты в соответствии с описанием, которое предоставлял владелец веб-сайта. Дизайнеры веб-сайтов наполняли страницы тегами и скрытыми ключевыми сло-

вами, видимыми только поисковым машинам. Пользователь вводил в строке поиска ключевое слово, и поисковая система выдавала ему список сайтов, соответствующих введенному ключевому слову и описанию.

Основатели Google поставили все с ног на голову. Механизмы их поисковой системы строго засекречены и охраняются не хуже Форта Нокса. Однако независимые исследователи, изучив принципы работы этой поисковой системы, сделали ряд важных выводов. На момент написания этой книги Google – наиболее популярная, хотя и не единственная поисковая система в Интернете. И справедливости ради нужно отметить, что сегодня все поисковые системы используют практически те же методы ранжирования веб-сайтов (определения места в списке найденных сайтов), что и поисковая система Google.

Google не просто сортирует сайты по главным страницам, а дает пользователю возможность осуществлять поиск по всем страницам сайта, открывая, таким образом, доступ к миллиардам веб-страниц. Согласно выводам исследователей Google, в этой системе используется двухэтапный процесс оценки веб-сайта. На первом этапе выполняется алгоритм, получивший название «Page Rank». Он сводится к попытке оценить каждый документ с учетом его веса в среде других проиндексированных документов, ссылающихся на оцениваемый. То есть, по сути, Page Rank – это попытка поисковой машины предсказать и использовать в качестве критерия вероятность того, что случайный пользователь попадет на ту или иную страницу. На втором этапе выполняется сортировка сайтов в соответствии с их значимостью (relevance rank). В Интернете этот процесс проще называется оценкой релевантности сайта, то есть соответствия ответа вопросу.

Поисковые системы используют программы, называемые червями, или пауками; они исследуют сайт с целью его ранжирования и оценки релевантности. Паук поисковой системы Google называется *Googlebot*. Чтобы быть на 100 % уверенным в том, что поисковые пауки регулярно посещают ваш сайт и обновляют информацию о нем, нужно постоянно изменять его содержимое, размещая ссылки на него на главной странице.

Если вы хотите заработать самый высокий рейтинг (а вы не можете этого не хотеть) в поисковой системе, то сайт непременно должен иметь блог. Но об этом мы поговорим подробнее в следующем разделе главы.

По адресу <http://Toolbar.Google.com> можно скачать панель инструментов Google. Этот бесплатный аксессуар отображает рейтинг популярности сайтов по шкале от 1 до 10. Если рейтинг сайта равен нулю, его не будет в базе данных поисковой системы. Популярные сайты обладают рейтингом от 8 до 10, хотя сайты с оценками 5–7 также могут похвастаться хорошим содержанием. Если же рейтинг сайта в диапазоне от 1 до 4, вам есть над чем поработать.

Наверняка вам приходилось получать сообщения от компаний, занимающихся поисковой оптимизацией, в которых они обещали поднять рейтинг вашего сайта в поисковой системе до немислимых высот. Мы считаем это пустыми обещаниями. Вы получите очень мало пользы из сотрудничества с такими компаниями. Следуйте лучше рекомендациям, олицетворяющим передовые идеи повышения рейтинга сайта в поисковых системах.

Содержимое и дизайн

Мы повторяемся, но делаем это ради вашего же блага. Мы искренне желаем, чтобы ссылки на ваши сайты появлялись на трех первых страницах результатов поиска. Так что повторимся еще раз: наполните сайт качественной информацией, уделяя больше внимания содержанию, а не дизайну. Старайтесь не использовать в оформлении сайта Flash и Java-технологии и другие излишества. Сделайте навигацию по сайту простой и понятной как для

посетителей, так и для пауков поисковых систем. Размещайте ссылки в правом верхнем углу главной страницы.

Заголовок страницы

Дайте каждой странице сайта соответствующий заголовок с учетом ключевых слов, непосредственно относящихся к их содержанию. Убедитесь, что заголовок на веб-странице совпадает с заголовком окна веб-браузера. Можно использовать в заголовке сайта название вашей фирмы или торгового бренда. В заголовках отдельных страниц сайта должно присутствовать это название и дополнительная информация, характеризующая конкретную страницу. Например, если ваша компания называется «Наш пластик», то на сайте могут быть размещены страницы с заголовками «Наш пластик – гарантия качества», или «Наш пластик – эксклюзивные технологии».

При создании заголовков страниц и рекламных слоганов используйте ключевые слова всюду, где это уместно. Если ключевые слова на страницах сайта будут повторяться в логической последовательности, то вероятность того, что поисковые пауки выберут вашу страницу как наиболее точно соответствующую поисковому запросу, значительно возрастает. Однако нельзя и увлекаться этим процессом, перенасытив страницы сайта ключевыми словами. В этом случае поисковая система может записать вас в штрафники, усмотрев в этом попытку использовать запрещенные технологии раскрутки сайтов. Старайтесь, чтобы текст на вашей странице был понятен и легко читался.

Убедитесь в том, что ссылки состоят из реальных и актуальных слов, а не построены по абстрактным принципам. Если паук поисковой машины натолкнется на бессмысленный заголовок веб-страницы, оценка релевантности сайта в поисковой системе отнюдь не повысится.

Обратные ссылки

Обратные ссылки, по которым пользователь может перейти на ваш сайт с других сайтов, значительно повышают рейтинг вебсайта в поисковых системах. Рекомендуем писать статьи со ссылками на свой веб-сайт. Достаточно написать несколько хороших статей, чтобы они разошлись по сайтам всего мира.

Желательно, чтобы сайты размещали на своих страницах не простые ссылки на ваш сайт с указанием URL-адреса, а описательные ссылки. Например, поисковые машины сочтут более релевантной ссылку «Узнайте, куда поехать летом!», чем обыкновенную ссылку «www.LetnieKanikuly.com». Чтобы помочь владельцам сайтов разместить подобные ссылки, предоставьте им HTML-код фразы, которую вы хотели бы использовать. Можете создать на своем сайте отдельную страницу с заголовком «Ссылайтесь на нас» и поместить на ней код для ссылок, который владельцы сайтов смогут просто скопировать и вставить на свои страницы.

Вы, очевидно, встречали в Интернете ссылки в графическом виде, т. е. в виде рисунков или фотографий. Для повышения рейтинга в поисковых системах графические ссылки менее полезны, чем текстовые.

Поисковые системы значительно выше оценят обратные ссылки, размещенные на веб-сайтах, тематика которых соответствует тематике вашего сайта, или на известных и популярных сайтах с высоким рейтингом. В данном случае ваш рейтинг зависит от репутации сайта, на котором размещена обратная ссылка на ваш сайт. Поэтому при выборе обратных ссылок нужно учитывать этот фактор. Рейтинг вашего веб-сайта существенно понизится,

если ссылки на него будут размещены в так называемых «фермах ссылок» (link farm), где содержатся десятки и даже сотни входящих ссылок.

Поскольку рейтинг сайта зависит от совокупности разных факторов, но не зависит от количества исходящих ссылок, можете разместить у себя ссылки на другие сайты, которые могут быть интересны пользователям. Однако не стоит забывать о том, что, размещая подобные ссылки, вы словно открываете своим посетителям черный ход, через который они могут уйти и никогда не вернуться. Поэтому еще раз рекомендуем размещать ссылки на другие сайты на отдельной странице.

Ваш блог

Мы уже упоминали о том, что главное – это содержимое вебстраниц. Надеемся, вы усвоили эту истину и наполнили свой сайт ценным содержимым и интересными статьями. Но наличие на сайте вашего блога не сравнится ни с чем. На то есть ряд причин.

Блоги очень привлекательны для поисковых систем. Содержимое блога постоянно дополняется, поэтому пауки поисковых систем возвращаются на них снова и снова, чтобы обновить свои данные. Кроме того, поскольку пользователи могут подписаться на ленту новостей RSS вашего блога (об этом мы говорили в главе 2), вы сможете установить и поддерживать контакты с многими читателями без помощи электронной почты.

Есть несколько популярных ресурсов для создания блогов. Это Blogger (www.Blogger.com) компании Google и Typepad (www.Typepad.com). Оба ресурса являются ведущими в Интернете. На Movable Type (www.MovableType.org), Blogsite (www.Blogsite.com) и WordPress (www.WordPress.org) вы найдете программное обеспечение, которое можете установить на своем сервере.

Авторы книги рекомендуют использовать открытый программный продукт WordPress. Это означает, что данная программа распространяется в Интернете совершенно бесплатно, и сетевое сообщество постоянно создает и распространяет все новые модули для этой программы, повышающие ее функциональность и удобство использования. Как было сказано в главе 7, шаблоны WordPress можно использовать не только для написания блогов, но и для создания веб-сайтов. Если компания – владелец серверов предоставит вам набор готовых скриптов Fantastico, вы сможете установить и использовать WordPress. Веб-хост, которому отдаем предпочтение мы (доступный через www.CashMachineDomains.com), окажет вам всестороннюю помощь в установке и использовании WordPress.

Владельцы многих сайтов не решаются завести блог, поскольку не считают себя писателями и не готовы обновлять содержимое блога раз в одну-две недели. Действительно, многие блоги написаны так талантливо и увлекательно, что их можно читать с таким же удовольствием, как увлекательную колонку в газете или журнале.

Большинство же блогов представляют собой совокупность коротких сообщений, которые по своей форме и стилю очень напоминают сообщения электронной почты. Чтобы получить представление о блогах, посетите блоги авторов этой книги по адресам www.MrFire.com и www.GrantMeRich.com. Можете зарегистрироваться, чтобы подписаться на рассылку новых публикаций блога в формате RSS.

Если вы работаете самостоятельно, у вас нет никаких препятствий для того, чтобы стать заядлым блогером. В противном случае для создания и ведения блога, посвященного вопросам бизнеса, вам придется убедить в его необходимости своих партнеров или работодателей. Если же у вас есть подчиненные, ведение блога можно делегировать кому-то из них. Многие компании поручают вести различные темы в блоге сотрудникам компании, что существенно разнообразит его содержимое.

Продвижение торговой марки

Ключевым аспектом сетевого маркетинга является продвижение торговой марки, или бренда. Придумав название для своей торговой марки, постарайтесь, чтобы о ней узнало как можно больше людей. Не менее важно, чтобы в памяти людей название вашей торговой марки сохранилось надолго. Используйте название вашего бренда повсеместно. Создайте электронную подпись с этим названием и заканчивайте этой подписью каждое письмо, отправляемое по электронной почте. Используйте название вашей торговой марки при посещении форумов и размещении сообщений в блогах. Наймите дизайнера-графика и закажите создание логотипа, дополняющего название вашего бренда. Совместите название бренда, написанное запоминающимся шрифтом, с логотипом в виде JPEG-файла и разместите его на всех страницах своего сайта, а также на упаковке каждой единицы выпускаемой продукции. Запоминающийся логотип сослужит отличную службу для продвижения вашей торговой марки.

Поместите логотип на визитках и стандартных бланках. Напечатайте его на поздравительных открытках, которые вы рассылаете клиентам. Если вам приходится выступать публично, давать интервью на радио и телевидении, непременно упоминайте название вашего бренда. Если вы – главное лицо компании или именно ваши услуги являются основным продуктом компании, можете, не стесняясь, назвать бренд своим именем. В этом нет ничего зазорного. Напротив, самореклама лежит в основе маркетинга. В конце концов, как говорила ваша мудрая бабушка, «если вы сами о себе не позаботитесь, кто сделает это за вас?».

Совместные предприятия

Под совместным предприятием в данном случае следует понимать соглашение между двумя предпринимателями, один из которых соглашается представлять и рекламировать товар и услуги другого. Последнего мы будем называть учредителем, а того, кто представляет бизнес учредителя, – *совладельцем*.

Многие представители интернет-бизнеса начали создавать свой список клиентов именно так, создав совместные предприятия с владельцами других сайтов. Например, когда Джиллиан решила организовать курсы, то заключила соглашение с Джо Витале. Она расслала электронные сообщения с предложением посетить ее курсы адресатам из списка рассылки Джо. В обмен на это она пообещала ему отчисления с каждого его клиента, который согласится пройти у нее курс обучения. Аналогичные совместные предприятия Джиллиан создала и с другими владельцами сайтов, а со временем создала собственный список клиентов. В совместном предприятии находят выгоду обе стороны-участницы.

Существуют разные виды совместных предприятий. Совладелец может использовать свой список рассылки, чтобы продавать товары учредителя. Подготовить совместное предприятие можно путем телеконференции или переписки по электронной почте. Совладелец беседует с учредителем и предлагает своим клиентам и пользователям веб-сайта присоединиться к просмотру или прослушиванию этой беседы. Совладелец может разместить на своем сайте баннеры или ссылки на товары и сайты учредителя. Он также может прилагать к своим товарам купоны со скидками на покупку товаров учредителя. В большинстве случаев учредитель собирает платежи и заказы, отправляет товары, если в этом есть необходимость, и после этого рассчитывается с совладельцем.

Некоторые партнеры по совместным предприятиям вместе создают новый товар или предлагают клиентам сопутствующие товары. Они могут объединять и продавать товары в

виде пакетов, или наборов. Разнообразие форм совместных предприятий зависит исключительно от творческого потенциала их создателей. Сферы деятельности в Интернете расширяются с каждым днем, и единственным препятствием для роста и развития является недостаток фантазии.

В совместном предприятии совладельца интересует в первую очередь прибыль и возможность предложить посетителям сайта новые товары и услуги. Клиентам и посетителям вашего вебсайта всегда интересно узнать о новых возможностях, если они непосредственно связаны со сферой и спецификой вашей деятельности. Наконец, совладелец получает возможность завести новые взаимовыгодные отношения.

Учредителя в первую очередь интересует доступ к новым потребителям, которые предварительно ознакомлены с его продуктом. Если вы торгуете товарами или услугами, непосредственно связанными со сферой недвижимости, и создадите совместное предприятие с владельцем веб-сайта, на котором размещены списки риелтеров и информация о недвижимости, то шансы на то, что ваш товар заинтересует кого-то из клиентов этого веб-сайта, очень высоки. Посетители сайта совладельца сами решат, покупать ли ваш товар, и составят собственное мнение о его качестве, после того как посетят ваш веб-сайт. Важно то, что эти пользователи подготовлены к восприятию вашего товара, поскольку они интересуются в Интернете именно недвижимостью.

В совместных предприятиях показатель эффективности значительно выше, чем в традиционной торговле. По данным статистики, показатель эффективности для стандартных продаж в Интернете составляет 2 %. Ранее уже говорилось, что показатель эффективности представляет собой отношение количества проданных единиц товара к количеству пользователей, которые посетили сайт. Другими словами, если вашу веб-страничку посетят 100 пользователей, желая ознакомиться с представленным на ней товаром, то в конечном итоге только двое из них сделают покупку. При проведении телеконференции в рамках совместного предприятия показатель эффективности достигает 15 %.

Выгодным для учредителя является также увеличение количества посетителей на его веб-сайте за счет привлечения посетителей сайта партнера по совместному предприятию. Чтобы не утратить связь с новыми посетителями, можно предложить им зарегистрироваться при переходе на ваш сайт. Если подойти к этому еще жестче, можно создать отдельную страничку, на которой посетителя попросят ввести адрес его электронной почты при переходе на ваш сайт. В этом случае, только оставив свою контактную информацию, пользователь получит доступ к интересующим его материалам.

Установившиеся в рамках совместного предприятия отношения очень важны для вас, поэтому старайтесь уважать интересы и особенности совладельцев. Владельцы сайтов по-разному ценят списки своих клиентов, и многие из них не захотят делиться ими непосредственно. Но даже не собрав контактную информацию клиентов вашего партнера по совместному предприятию, вы непременно приобретете новых клиентов уже после первых совместных конференций или других форм презентации товаров и услуг. Пользователи сайта партнера ознакомятся с вашей продукцией, и некоторые из них решат посетить ваш сайт, чтобы более детально ознакомиться с ассортиментом предлагаемых вами товаров.

В создании совместных предприятий есть общепринятая практика. Принято около 40–50 % выручки, полученной от продажи товаров в рамках совместного предприятия, отдавать совладельцу. Если учредитель несет дополнительные затраты по созданию и презентации товара, совладелец получает только 30 % от прибыли.

В большинстве случаев по итогам деятельности учредитель отправляет чек или денежный перевод по системе PayPal. Но иногда совладелец настаивает на том, чтобы стать партнером, соглашаясь зарегистрироваться в партнерской программе, которую предлагает на своем сайте учредитель. В этом случае совладелец может на специальной страничке сайта

посмотреть, сколько продаж он сгенерировал и какой процент от сделок заработал. Успешные совместные предприятия часто перерастают в очень крепкие партнерские отношения, в которых стороны долгие годы занимаются совместным продвижением товаров и услуг своих партнеров.

Способов найти партнера для создания совместного предприятия много. Найдите в поисковой системе сайты, посетители которых были бы заинтересованы в покупке предлагаемых вами товаров. Например, если вы продаете чехлы для автомобильных сидений, то в поисковой системе следует искать сайты, на которых предлагаются автомобили и аксессуары к ним. Когда вы найдете подходящий сайт, выясните, есть ли у его владельца список клиентов. Как ни странно, многие владельцы сайтов не ведут таких списков. В частности, владельцы сайтов, работающие исключительно по партнерским программам. Однако если на странице сайта вы видите поля для регистрации посетителей или предложение о рассылке новостей, то можете быть уверены в том, что владельцы этого сайта ведут учет своих клиентов, которых может заинтересовать и ваша продукция. Потенциальным рынком для сбыта продукции можно считать список клиентов, в котором насчитывается более тысячи имен. Определившись с сайтом, обратитесь к его владельцам с предложением подумать над тем, чтобы зарабатывать деньги совместно.

Следует учесть, что большинство людей настороженно относятся к любым деловым предложениям. Не всякий предприниматель предоставит вам доступ к списку своих 50 тысяч клиентов, чтобы рассказать им о вашем товаре. Однако если этот предприниматель знает вас лично или просто уверен в вашей репутации, то он будет более открыт для сотрудничества. Вы не ошибетесь, если сделаете первый шаг сами и обратитесь с просьбой: «Я хотел бы задать вам несколько вопросов, чтобы узнать от вас некоторые детали».

Опытные специалисты в области сетевого маркетинга более расположены к созданию совместных предприятий. Например, авторы этой книги всегда готовы откликнуться на выгодные и интересные предложения о сотрудничестве. Не время почивать на лаврах. Мы хотим зарабатывать еще больше денег в будущем, а организация совместных предприятий – отличный способ достичь этой цели. Но многие теоретики недооценивают эффективность такой формы ведения бизнеса. Важно уточнить, что мы не раздаем адреса из списка наших клиентов направо и налево, а лишь предлагаем им товары и услуги, которые непременно их заинтересуют.

В поисках подхода к владельцам успешных веб-сайтов вспомните, как вы ведете себя на свиданиях. (Если в последнее время вы ни с кем не встречались, то покопайтесь в памяти.) Если в переполненном зале совещаний вы заметили привлекательную особу, то не станете подходить к ней с предложением: «Не хочешь родить от меня ребенка?» Вы подойдете и спросите: «Не хотите ли выпить чашечку кофе после совещания?»

Найдя сайт, с владельцем которого вы хотели бы создать совместное предприятие, для начала зарегистрируйтесь на его сайте, став одним из посетителей, и узнайте его *уникальные торговые предложения*. Вникните в философию бизнеса. Что он делает? Какие ценности его интересуют? Каков его стиль общения? Прежде чем вступить в непосредственный контакт с человеком, узнайте его лучше. Подумайте, как вы сможете увеличить ценность его списка клиентов? Поставьте себя на его место и подумайте, чего бы вы на его месте ждали от партнера по бизнесу? Что нужно сделать для того, чтобы предложенная сделка была выгодна и будущему партнеру?

Подумайте также о том, как сделать сделку максимально простой и прозрачной для своего потенциального совладельца. Если вы представите все в четкой и понятной форме, он сразу поймет, как заработать на предлагаемой сделке деньги, и согласится на сотрудничество. Облегчите задачу второй стороны. Например, если вы захотите провести телеконференцию, то возьмите на себя все хлопоты по ее организации.

С разными людьми нужно вступать в контакт по-разному. Но наиболее общим и безопасным подходом считается такой. Сначала свяжитесь с человеком по электронной почте и предложите созвониться. В электронном сообщении представьтесь, опишите свой бизнес и подчеркните выгоды, которые принесет вашему потенциальному партнеру сотрудничество с вами. Постарайтесь заинтересовать человека, чтобы он с готовностью пошел на личное общение и сотрудничество с вами.

После этого предложите пообщаться по телефону. Не получив быстрого ответа, обратитесь с предложением о сотрудничестве в письменной форме, отправив письмо с помощью курьерской службы или по почте заказным письмом с уведомлением. Чтобы показать себя в лучшем свете, очень четко и доступно опишите свое предложение. Опишите свою идею понятным языком и продемонстрируйте, что вы уже серьезно изучили бизнес потенциального партнера, узнав его особенности. Желательно также подчеркнуть, что вам нравится стиль работы потенциального партнера. Если вы не дадите четких и понятных пояснений, ваше предложение никогда никого не заинтересует. В этом случае вы просто тратите свое и чужое время. Покажите человеку, что вы уже считаете его своим потенциальным партнером. После этого расскажите о себе, о своих товарах и услугах.

Приведите доступные статистические данные, в особенности показатель эффективности предыдущих ваших сделок. Изложить информацию нужно так, чтобы потенциальный партнер сразу понял, что на сотрудничестве с вами можно заработать реальные деньги. Подчеркните выгоды, которые взаимное сотрудничество принесет именно вашему партнеру, а не вам. Покажите, насколько понятным и простым является ваше предложение. Представьте партнеру бесплатные образцы вашей продукции. Он может сделать то же самое в отношении вас. Таким образом, обе стороны убедятся в том, что будут предлагать своим клиентам реальный товар хорошего качества.

В случае необходимости предложите партнерскую программу. Некоторые предпочитают просто получать чек от продажи, другие же хотят записаться в партнерскую программу. Составьте короткий договор, если вторая сторона требует этого. Если честно, мы видели очень мало примеров создания совместного предприятия, но многие предпочитают работать только таким образом.

В совместных проектах качество важно для обеих сторон. Одна сторона должна предоставлять товары и услуги высокого качества, а вторая – лично убедиться в уровне качества товаров и услуг, которые собирается предлагать своим клиентам. Если вы в рамках совместного предприятия решили предложить своим клиентам товары, которые хуже по качеству, чем ваши собственные, и несколько ваших клиентов, купив их, были разочарованы, то это чревато для вас неприятными последствиями. Во-первых, они могут вернуть товар и потребовать назад свои деньги. Во-вторых, как вы думаете, сможете ли вы когда-нибудь продать этим клиентам еще что-либо? Вы потеряли этих клиентов навсегда.

Всегда ставьте потребителя на первое место в своей работе. Работайте честно, поскольку на кону ваша собственная репутация и репутация ваших партнеров по бизнесу. Это в ваших же интересах. Если вам удастся построить хорошие отношения с партнером и дела пойдут хорошо, вы сможете совместно зарабатывать деньги долгие годы.

Партнерская программа

Как мы уже неоднократно повторяли, партнерские программы являются великолепным способом заработать в Интернете. Кроме того, партнерская программа может стать мощнейшим двигателем для развития вашего собственного бизнеса. Приложение для оформления партнерской программы предлагается на сайте www.CashMachineCart.com. Программа максимально проста в использовании, и к ней прилагается подробное руководство поль-

зователя. Вы сможете самостоятельно изменить настройки программы, которые касаются подтверждения участия в партнерской программе, выбора товаров, которые партнер сможет продвигать в рамках этой программы, и размера выплачиваемых комиссионных.

Достаточно много бизнесменов в Интернете пользуются услугами независимых менеджеров, которые за определенный процент ведут их партнерские программы.

Информационный бюллетень

Кроме общения с клиентами по электронной почте и в блогах, можете создать в Интернете информационный бюллетень (и не только сетевой, о чем вы узнаете далее из этой главы). Кто-то предпочитает рассылать информационный бюллетень по электронной почте, но мы рекомендуем создать отдельную HTML-страницу, предназначенную для публикации бюллетеня. Ежемесячный бюллетень Джо называется «News You Can Use» («Новости, которые можно использовать») и пользуется большой популярностью у его клиентов. Он размещает его в Интернете, а затем отправляет клиентам электронное уведомление о том, что новый бюллетень уже доступен.

Группы новостей

Чтобы как можно больше людей узнало о вашем сайте, желательно включиться в группы новостей (newsgroup), обсуждающие вопросы, непосредственно связанные с тематикой вашего сайта. Этикет поведения в таких группах запрещает рекламировать свои товары и заниматься саморекламой. Но никто не запрещает вам заканчивать сообщения личной подписью и указанием адреса своего веб-сайта. Когда вы заработаете хорошую репутацию в группе, ее участники, желая ближе познакомиться с вами, станут посещать ваш сайт.

Пресс-релизы и связи с общественностью

Пресс-релизы – отличный способ проинформировать людей о том, чем живет и как развивается ваш бизнес. Таким же способом можно сообщать постоянным и потенциальным клиентам о выходе новых товаров. PRWeb (www.PRWeb.com) – сетевой сервис, который занимается вопросами пресс-релизов, предлагая услуги разных уровней (как платные, так и бесплатные). Этот сервис может поместить ваш пресс-релиз в тысячах информационных источников – как сетевых, так и традиционных. Аналогичные услуги пользователям предоставляют такие сайты, как www.Press-Release-Writing.com и www.PRFree.com. А советы о том, как написать эффективный пресс-релиз, доступны на сайте www.YourInternetCashMachine.com.

Одна из особенностей ведения бизнеса в Интернете – это сравнительная легкость, с которой вы можете показать себя экспертом в своей области. Если посетители со всего мира будут заходить на ваш сайт и по достоинству оценят ваши идеи, вы приобретете авторитет. Всеми доступными средствами старайтесь укрепить мнение о себе как о специалисте. Этому может поспособствовать выпуск информационных продуктов в своей области. Например, написание книги может существенно укрепить вашу репутацию. Чтобы донести информацию о себе и своем бизнесе, можно с успехом использовать интервью на радио, телевидении и даже в печатных изданиях.

Статья приглашенного эксперта

Публичность как успех интернет-бизнеса

Энни Дженнингз

Что нужно знать, чтобы добиться успеха в интернет-бизнесе? Только одно: нужно быть везде и всегда. Если вы зарабатываете меньше денег, чем можете потратить, то вы ведете дела неправильно!

Именно публичность позволит вам быть всегда и везде. Именно с помощью публичности можно добиться того, что целевая аудитория будет слышать и видеть вас постоянно. Вы можете принять участие в шоу на радио больших городов или на общенациональных радиостанциях. Ваши интервью могут быть напечатаны в известных печатных изданиях с большими тиражами. Вы можете стать гостем на общенациональных телевизионных шоу и донести информацию о себе миллионной аудитории. Ключ к успеху заключается в том, чтобы с помощью всех этих источников информации регулярно обращаться к своей аудитории. *Секрет* в том, чтобы быть всегда и везде.

Интервью на радио

Интервью на радио позволяет обратиться к многотысячной аудитории слушателей. Для максимальной эффективности нужно договориться о трансляции интервью в 50 крупнейших городах страны. При выборе городов нужно учитывать, что самые населенные из них могут представлять для вас наиболее перспективные рынки для сбыта товаров и услуг. Эффект от трансляции интервью в небольших городах будет значительно ниже. Еще лучше высказаться на радиошоу, которые транслируются по всей стране на волнах сразу нескольких радиостанций. В этом случае охват аудитории намного шире.

В ходе беседы вы, конечно же, можете назвать свой сайт. И не только. Давая отличное интервью, вы сможете прорекламировать свою книгу или выпускаемую продукцию. Необходимо подготовить содержательное и интересное интервью, интересное для радиослушателей. Если оно их заинтересует, они обязательно посетят ваш веб-сайт. Еще одним преимуществом интервью на радио является то, что вы можете находиться в любой точке страны и давать интервью по телефону.

Телевидение

Если вы появитесь на национальном и региональном телевидении, то сразу повысите свой авторитет и статус. В случае успеха можете стать знаменитостью. Все это послужит отличным дополнением к вашей репутации и сделает ваш интернет-бизнес надежным и авторитетным источником товаров и услуг в глазах потребителя.

Печатные издания

К печатным изданиям относятся газеты, журналы и информационные бюллетени. В печатных изданиях можно поместить цитаты из ваших интервью со ссылками на веб-сайты, упоминаниями о вашей книге, товарах или услугах. Во многих печатных изданиях вы сможете опубликовать собственную статью, проявив свои таланты. При этом к статье разрешается добавить короткий раздел «Об авторе», в котором будет ваша контактная информация, номер телефона и адрес веб-сайта. Кроме того, у большинства издательств существуют электронные версии изданий, где можно поместить ссылки на ваши сайты, которые, без сомнения, приведут на них новых посетителей.

Интернет

Размещение своих текстов в Интернете также открывает доступ к широчайшей аудитории пользователей. Кроме того, если ваша ссылка окажется на первых страницах в результатах поиска, то авторитет вашей компании вырастет автоматически. Старайтесь размещать свои тексты на самых известных и посещаемых сайтах в Интернете. Многие сайты также принимают тематические статьи, в которых вы сможете поместить ссылки на свой веб-сайт. Это еще один способ увеличить количество переходов пользователей на ваш сайт. Подобные виды рекламы очень эффективны для популяризации бизнеса, а также для поисковой оптимизации сайта и привлечения большего количества посетителей.

Стратегия конверсии

Привлекая на сайт все больше посетителей, нужно выработать четкую стратегию конверсии, чтобы все посещения пользователей завершились реализацией поставленной вами цели. Эта цель может не сводиться только к продажам. Возможно, главная цель – завоевать доверие клиентов, когда посетители сайта самостоятельно осознают потребность в ваших товарах и услугах.

Подкастинг

Подкастинг – отличный способ освоения новых рынков. Стратегия подкастинга должна приводить пользователя обратно на ваш веб-сайт, где ему будут доступны самые разнообразные материалы. Важно не переусердствовать с рекламой в звуковых и видеопередачах (подкастах). Не забывайте о том, что одного или двух рекламных упоминаний на один подкаст вполне достаточно.

Телесеминары

Телесеминары должны быть содержательными. В них вы должны проявить все свои таланты и продемонстрировать профессиональный опыт. Зрители телесеминара должны извлечь для себя полезную информацию и получить новые знания. Чтобы достичь успеха, нужно завоевать авторитет у потребителя, поделившись с ним полезной информацией. И, конечно же, вывести на рынок востребованный товар или услугу, которые заинтересуют потенциальных клиентов.

Информационные бюллетени

У любого сетевого бизнеса должен быть информационный бюллетень, распространяемый с помощью электронных магазинов или электронной почты. Этот бюллетень не должен быть переполнен рекламной информацией, в нем должны преобладать полезные и интересные сведения. Для успеха важно завоевать уважение сообщества, помещая в бюллетенях актуальную информацию. Информировать читателей бюллетеней о своих товарах нужно обдуманно. Ваши клиенты знают, что вы продаете, и обратятся к вам, когда захотят купить вашу продукцию или услуги.

Статистика вашего веб-сайта

Чтобы знать реальное положение дел и вовремя откорректировать стратегию, нужно знать статистику своего сайта (количество посетителей, посещаемые ими страницы, с какой страницы они покидают сайт, какие ключевые слова используют для поиска). Может, посетители сайта уходят, просмотрев только одну страницу? Нужно подумать над тем, чем заинтересовать пользователя, чтобы он подольше оставался на сайте. А возможно, пользователи посещают сайт, но ничего не покупают? Необходимо знать эти и другие статистические данные.

Сбор данных

Посетители должны иметь возможность присоединиться к сообществу вашего веб-сайта, зарегистрироваться и оставить свои данные и адрес электронной почты, чтобы вы могли поддерживать с ними контакт с помощью рассылки электронных бюллетеней.

Хотите зарабатывать больше, чем можете потратить? Помните о том, что рынок сам подсказывает, что для этого нужно, – ваши товары либо покупают, либо нет. Если не удастся зарабатывать больше, чем вы можете потратить, пересмотрите стратегию маркетинга и рекламы. Подумайте над тем, какие области вашей деятельности нужно улучшить, изменить или обновить.

Как добиться успеха в области массовой рекламы? На сайте www.anniejenningspr.com вы найдете множество бесплатных материалов по этой теме, заказать компакт-диски с описанием стратегий и методов

рекламы, а также аудиозаписи с советами и рекомендациями для организации эффективной массовой рекламы!

Энни Дженнингз – основатель фирмы Annie Jennings PR, работающей в сфере связей с общественностью, а также известный публицист, специализирующаяся на продвижении авторов и специалистов в средствах массовой информации. В списке клиентов ее компании свыше 25000 авторов и специалистов. Хотите стать клиентом фирмы Annie Jennings PR? Расскажите Энни о себе и о своих целях в области PR на сайте www.anniejenningspr.com/experts.htm. В качестве благодарности вы получите бесплатный компакт-диск, на котором записаны советы и рекомендации по стратегии рекламы Optimal PR Strategy CD.

Телесеминары и вебинары

В разделе о совместных предприятиях уже отмечалось, что телесеминары являются мощнейшим инструментом рекламы и продвижения товаров и услуг. Телесеминары можно также использовать для информирования клиентов из вашего списка и из списка ваших партнеров. Их можно проводить как на платной, так и на бесплатной основе. Также можно предоставлять пользователям записи телесеминаров как отдельный информационный продукт.

Вебинар заключается в том, что пользователь звонит на указанный телефонный номер и при этом заходит на заданный веб-сайт, где просматривает презентацию, сопровождаемую комментариями по телефону.

Рекламируйте свои телесеминары и вебинары с помощью рекламы на eBay, через пресс-релизы и другие источники информации.

Наш приглашенный эксперт Джим Эдвардз верит в то, что полезную информацию можно и нужно подавать в развлекательной форме. Просматривая его видеоролик под названием «Friday Night Smackdown», мы и смеемся, и учимся одновременно. Джим – один из тех предпринимателей, которые максимально эффективно использует такую форму рекламы, как вебинар.

Статья приглашенного эксперта

Вебинар – будущее онлайн-маркетинга

Джим Эдвардз

Следующим логическим шагом в развитии Интернета должно стать применение интерактивного телевидения.

Люди любят смотреть телевизор, бродить по бескрайним просторам Интернета и получают массу удовольствия от общения в Сети.

А теперь представьте себе, что получится, если объединить все эти технологии в одну. Вы сможете собирать тысячные аудитории, проводить занятия, продавать, демонстрировать продукцию и общаться – и при этом пользователи не будут покидать свой дом или офис.

А теперь представьте себе, что такая технология уже существует, и называется она вебинар. Она существует уже около десяти лет, но до этого момента была доступна в основном только высокотехнологичным

компаниям. Но, как происходит со всеми сетевыми технологиями, с течением времени она стала доступна практически каждому.

С помощью этой технологии можно провести презентацию для тысячи человек, используя аудио– и видеосредства.

Несмотря на то что развитие технологий шагнуло далеко вперед, передача видео– и аудиоданных по Интернету все еще не очень стабильна и сопряжена с рядом трудностей и ограничений. На личном опыте я пришел к выводу, что звуковое сопровождение презентации лучше транслировать по телефонным линиям, чем использовать для этого Интернет.

В плане интерактивности вебинары позволяют общаться с пользователями онлайн, проводить опросы в реальном времени и точно знать, кто из пользователей или клиентов подключился к вебинару. Но вы не только знаете, кто из пользователей подключился к вебинару, а можете активно общаться с каждым из них, отвечать на вопросы и опрашивать аудиторию в реальном времени.

В последние месяцы мои подписчики все чаще задают вопрос: «Кто извлекает наибольшую пользу из вебинара?» И я отвечаю: «Все, кому по роду службы приходится проводить традиционные презентации в кабинетах и актовых залах для двух и более людей».

Следующие примеры наглядно демонстрируют, как вебинары помогают повышать продажи, создавать информационные продукты и экономить на поездках и командировочных.

– Торговый агент, который ездит по стране и в каждом городе проводит одни и те же презентации, сможет теперь проводить, их не выходя из офиса.

– Производители программного обеспечения могут демонстрировать свои разработки потенциальным клиентам и тут же получать интерактивные отзывы о представленном продукте.

– Консультант может подготовить вебинар для своих подопечных и записать его, превратив в ценный информационный продукт, который можно продать или сохранить для демонстрации в будущем.

– Лектор может подготовить серию вебинаров и провести их в прямом эфире. При этом он сможет в реальном времени ответить на вопросы слушателей и заработать деньги, не пользуясь услугами авиакомпаний.

– Предприниматель, реализующий партнерские программы, может в ходе вебинара продемонстрировать товары разных производителей и заработать комиссионные за продажу товаров, в производстве которых он не принимает участия.

Крупная или небольшая компания, которая продает товары и услуги в Сети, может усилить свои позиции на рынке, добавив в свой арсенал маркетинговых инструментов такой метод подачи информации, как вебинар. Скажу больше: тот, кто не сделает этого, утратит множество преимуществ и окажется в менее выгодном положении.

© Джим Эдвардз. Все права защищены. Напечатано с разрешения автора.

Джим Эдвардз – автор колонок в периодических изданиях, а также соавтор пошаговой программы, которая гарантированно научит вас тому, как, начав с нуля, научиться зарабатывать деньги с помощью такой формы рекламы, как вебинар. Многие из секретов своего успеха он открывает по адресу www.WebinarSecrets.com/special/.

Дополнительные способы привлечения пользователей на сайт и расширения списка рассылки

Аудио– и видеозаписи

Телесеминары и записи можно загрузить в Интернет в виде подкастов или даже записать специальные подкасты, которые пользователь сможет скачать с сайта или через iTunes. Информационные ролики можно также отправить на такие сайты, как www.YouTube.com, www.BlipTV.com, www.VideoEgg.com и www.DailyMotion.com.

Виртуальные продукты

Виртуальные продукты, такие как электронные книги, отчеты, программные продукты и т. п., просто созданы для распространения через Интернет. Они представляют собой немалую ценность, и пользователи с удовольствием пересылают их друг другу. Их распространение непосредственным образом связано с ведением бизнеса в Интернете.

Товары с правом изменения бренда

Приобретая товары с правом изменения бренда (rebrandable), покупатель может изменить их бренд, чтобы затем перепродать их или подарить от собственного имени. Такой механизм позволяет максимально расширить область сбыта продукции в Интернете.

Перекрестное продвижение

В последние годы многие специалисты в области интернет-маркетинга помогали друг другу в продвижении книг, новых товаров и услуг путем перекрестного продвижения. Покупая что-либо, человек может получить множество бонусов от других производителей. Чтобы получить бесплатный бонус, покупателю следует пройти этап регистрации на сайте бизнесмена, оставив там свою контактную информацию.

Собственный форум

Вы можете создать форум на своем веб-сайте, если его тематика актуальна и вызывает бурные обсуждения. Это один из способов привлечения новых посетителей на сайт. Если провайдер предоставляет вам набор готовых скриптов Fantastico, вы с легкостью сможете организовать форум на своем веб-сайте.

Рецензии и отзывы

Если вы хотите стать еще более известным в Интернете и увеличить количество переходов пользователей на сайт, можете писать рецензии и отзывы. Если вам понравился приобретенный товар или прочитанная книга, можете отправить отзыв, приложив к нему свою фотографию и информацию о сайте. Можете также написать рецензию на книгу для сайта Amazon (www.Amazon.com).

Покупка и продажа рекламы

Можете приобрести у других сайтов рекламные элементы в графической или текстовой форме, предложив для продажи аналогичные элементы с рекламой своего веб-сайта. Как мы уже отмечали, предпочтение следует отдавать текстовым, а не графическим баннерам.

Предложение для колеблющихся

Если посетитель, не зарегистрировавшись, решил покинуть сайт, отправьте его на дополнительную страницу регистрации и сделайте ему предложение, от которого он не сможет отказаться.

Предложение для отказавшихся от подписки

Специалист по интернет-маркетингу Марк Хендрикс придумал интересный подход к пользователям, которые решили выйти из списка зарегистрированных пользователей его сайта. Когда человек, решивший отказаться от рассылки новостей и всех прочих привилегий, которые получают зарегистрированные пользователи сайта, щелкает по соответствующей ссылке, то вместо прощальной фразы он видит сообщение о привлекательной скидке. Если это его не остановит и он подтвердит решение покинуть сайт, то только после этого на экране появится сообщение с прощанием и наилучшими пожеланиями.

Плата за переход

Чтобы максимально быстро увеличить количество переходов пользователей на сайт, нужно просто заплатить за это. Используйте для этого схему оплаты за каждый переход, подобную той, которую использует система Google.

Наш следующий приглашенный эксперт Саймон Люнг когда-то работал в Google, и ему хорошо известны все преимущества использования схемы оплаты за переход. И хотя он связан соглашением о неразглашении секретов компании, кое-чему он может нас научить.

Статья приглашенного эксперта

Создайте список клиентов, оплачивая каждый переход пользователя на ваш сайт

Саймон Люнг

Если вы уже какое-то время занимаетесь интернет-маркетингом, то, очевидно, поняли значение списка рассылки клиентов, с которыми можно наладить прочные взаимоотношения.

Создавая такой список, нужно хорошо подумать, каких именно пользователей вы хотите привлечь на сайт. Крайне желательно, чтобы эти пользователи относились к интересующей вас целевой аудитории. Значительно лучше, если пользователь сознательно и целеустремленно ищет конкретную информацию на вашем сайте.

Несложно попросить партнеров об отправке электронных сообщений клиентам из своего списка рассылки с предложением посетить ваш сайт. Но значительно лучше, когда пользователь находит ваш сайт самостоятельно в результате целенаправленного поиска нужной ему информации. Если человек самостоятельно нашел сайт в поисках ответов на интересующие его вопросы, он с большей готовностью обменяет свой электронный адрес на нужную ему информацию.

«Как же этого добиться?» – спросите вы. Ответ прост.

Думаю, все слышали о ресурсе *Google.com*. Возможно, вы даже пользовались его рекламой. А знаете ли вы, что тысячи рекламодателей используют *Google* себе во благо? Каждый день они привлекают на свои сайты множество пользователей именно из той целевой аудитории, которая их интересует. И это обходится им в копейки! Можете последовать их примеру.

Сервис *Google AdWords* представляет собой прекрасный и дешевый инструмент привлечения на сайт нужных пользователей. Но важно знать, как правильно организовать рекламную кампанию в рамках *Google AdWords*. Иначе вы рискуете потратить деньги на переход пользователей, которых ваш сайт совершенно не интересует. Кроме того, в случае нарушений система *Google* может даже наложить на ваш сайт штрафные санкции.

Компания *Google* разработала ряд критериев для владельцев веб-сайтов, которые хотят увеличить списки своих клиентов. *Google* вовсе не запрещает привлекать пользователей на свои сайты, но требует, чтобы это делалось корректно, этично и законно.

При подготовке рекламной кампании в рамках *AdWords* важно, чтобы ключевые слова соответствовали направленности бизнеса, реклама соответствовала ключевым словам, а содержимое сайта соответствовало духу рекламной кампании *AdWords*.

Google очень серьезно относится к релевантности информации, и именно этот параметр часто является определяющим при организации успешной рекламной кампании в Интернете. Кроме тщательного подбора информации для веб-сайта, следует не менее серьезно подойти к выбору стратегии создания списка клиентов.

При получении личной информации и контактных данных сделайте все, чтобы пользователи чувствовали себя спокойно. Обязательно разместите на странице регистрации заметную ссылку, с помощью которой можно перейти на страницу с условиями конфиденциальности. В этом документе должно быть четко указано, что вы не будете продавать или отдавать данные пользователя третьим лицам и не будете засыпать его корреспонденцией, навязывая ненужные информационные материалы.

На странице регистрации обязательно поместите пояснения, прочитав которые пользователь сразу поймет, какие преимущества, льготы, скидки и т. п. дает ему регистрация на сайте. Здесь же можно поместить изображения товаров, которые пользователь получит после регистрации. Если вы поведете себя корректно и предложите пользователю что-то ценное (электронные книги, программные продукты и т. п.) взамен на контактную информацию, пообещав обращаться с этой информацией соответствующим образом, посетители сайта с готовностью зарегистрируются и будут рады новостям и рассылкам от вас.

Если вы используете сервис AdWords для привлечения посетителей, то на ваш сайт будут направлены пользователи, ищущие в Интернете именно те ключевые слова, которые выбрали вы для раскрутки своего веб-сайта. Эти пользователи ищут именно ту информацию, которая представлена на вашем сайте, и они сознательно щелкнули по вашей рекламной ссылке, которую им предоставила поисковая система Google. Нет более удобного, надежного и доступного способа привлечения заинтересованных пользователей, чем этот.

Если вы решили коренным образом пересмотреть принципы работы в Интернете, начните с использования сервиса Google AdWords для рекламы своего бизнеса, чтобы привлечь пользователей из интересующей вас целевой аудитории уже сегодня.

Саймон Люнг (<http://SimonLeung.com>) оптимизировал в свое время сервис AdWords компании Google. Он описывает эффективные стратегии по привлечению новых пользователей на своем веб-сайте <http://AdWordslistBuilding.com>.

Одним из наиболее успешных и выдающихся специалистов в области интернет-маркетинга принято считать Венди Фрайзен. Если вы посетите ее блог, то сразу же заметите, что важнейшая составляющая ее имиджа – обаяние и чувство юмора. Свой опыт она подытожила для нас в статье приглашенного эксперта.

Статья приглашенного эксперта

Вы – творец своего имиджа!

Венди Фрайзен

Современный интернет-бизнес сводится к тому, чтобы любыми доступными средствами создать привлекательный имидж!

Я – одна из немногих специалистов по маркетингу, работающих в Интернете с 90-х годов; за это время я научилась привлекать внимание пользователей простым способом. Опытные интернет-предприниматели помнят, как легко в первые годы было привлечь внимание пользователей Интернета.

Реклама с платой за переход была практически беспроблемным способом привлечь клиентов. Я платила всего пять центов за переход и выкупала практически все ключевые слова в своей категории. Но количество предпринимателей в Интернете постоянно росло, и в конкуренции за место и за внимание пользователей всем пришлось принять другие правила игры.

Теперь недостаточно просто торговать в Интернете. Нужно еще и создать привлекательный и запоминающийся имидж.

Насколько ваш имидж запоминающийся?

Можно ли назвать вашу рекламную политику интересной, индивидуальной, уникальной и привлекательной? Все ли ваши действия эффективны? Кричит ли ваша реклама: «Эй, посмотрите на меня!»?

Я поражаюсь тому, как много предпринимателей в Интернете не задумываются над этим. На сайте без хорошего названия, без привлекательной графики, без черт неповторимости не задержится ни один пользователь.

Не важно, кто вы и что продаете, нужно быть запоминающимся и неповторимым. Совершенно верно утверждение о том, что плохой рекламы не бывает, и не важно, что говорится о вас в этой рекламе, если ваше имя в ней произносится правильно.

В большинстве случаев это действительно так. И если вам кажется, что ваша реклама недостаточно хороша, подключите свое творческое воображение, чтобы ее улучшить. Дискуссии и споры в Интернете – прекрасный способ стать известным. Не бойтесь поднять волну. Высказывайте свое мнение и отстаивайте его. Делайте все для того, чтобы не быть посредственностью.

С моей точки зрения, имеется только два варианта действий. Первый заключается в том, чтобы продавать то же, что и все, делать это так же, как и все. Не иметь собственного мнения, никого не обижать, никогда не рисковать и прислушиваться к советам каждого, кто хочет уберечь вас от неприятностей.

Или найти собственную, неповторимую нишу и провести запоминающуюся рекламную кампанию. Отстаивайте свое мнение. Бросайте вызов окружающим. Настаивайте на своем. И извиняйтесь, если оказались неправы. Заставьте людей думать, отвечать, смеяться и рассказывать о вас друзьям.

Все помнят яркие ролики телевизионной рекламы. Многие из них уже давно не транслируют, но вы их помните. А все потому, что они были запоминающимися.

Почему? Возможно, потому, что этот ролик был немного сумасшедшим или крикливым, или просто не таким, как все. Информация, которую вы из него почерпнули, общедоступна. Существует множество более профессиональных сайтов и рекламных роликов, но запомнили вы именно этот.

Что запоминаемого в вашем бизнесе? Что люди смогут и захотят рассказать о вас друзьям? Чем вы выделяетесь из толпы?

Вот в этом и заключается вся сложность. Если вы цените прежде всего безопасность, привыкли играть по правилам, не высовываться и поступать так, как все, то... найдите себе работу с начальником над вами. Интернет не для вас. Ниже представлено несколько способов, с помощью которых можно влиять на пользователей Интернета.

- Задавайте вопросы, которые требуют ответа.
- Создайте картину, притягательную для пользователя.
- Бросайте вызов своим посетителям.
- Используйте противопоставления.
- Нарушайте правила.

При регистрации на форумах, в чатах и других интерактивных ресурсах в Интернете не используйте кличек и псевдонимов. Используйте свое полное имя. Используйте каждую возможность для того, чтобы ваше *полное имя* как можно прочнее отложилось в памяти пользователей.

Будьте щедрыми. Давайте людям то, чего они не ожидают. Старайтесь превзойти ожидания пользователей, и они отблагодарят вас преданностью. В худшем случае люди просто запомнят ваши крупные маркетинговые промахи.

Овладейте гипнозом. Я не имею в виду буквально. Но знание того, что после щелчка пальцами люди будут слушать очень внимательно, лично мне всегда помогало. Один щелчок – и все внимание обращено на вас.

Я открыто предупреждаю клиентов о том, что буду использовать свои гипнотические способности против их воли и в своих целях. На своем еженедельном радишоу я так и говорю, что заставлю их снять все деньги с банковского счета и исполнять любые мои желания.

При создании нового сайта или организации рекламной кампании можно использовать мой метод гипноза. Я поделюсь им с вами.

– Встряхните пользователя. *Шокируйте* его, *спровоцируйте*, *откройте* свои секреты.

– Создайте *нишу* на рынке, которая до вас не существовала. *Привяжите* пользователя к себе так, чтобы он не мог без вас обходиться. Старайтесь быть игривым, сексуальным и даже пофлиртуйте в поисках подхода к пользователю.

– Вызовите у ваших клиентов *привыкание*. Покажите им личность, к которой они захотят возвращаться снова и снова. Задавайте им вопросы и заставляйте их думать. Дайте им больше, чем они ожидают. Общайтесь с пользователями таким образом, чтобы у них не было другого выбора, кроме как *думать* о вас и над вашими вопросами.

– И наконец, индивидуальность. Найдите что-то неповторимое в своей личности. В Интернете вовсе не нужен еще один скучный веб-сайт. *Сделайте* что-то новое! Узнайте, что делает вас сильнее и *могущественнее*. Очаруйте посетителей своим стилем и очарованием, проявляйте свои странности, которые делают вас неповторимым.

Что же сделало мой бизнес таким успешным? Я люблю снимать видеоролики. Моя команда была готова одеть меня в смирительную рубашку, но я сбежала и рассказывала непристойные шутки в объектив телекамеры.

Прямо перед камерой я съела лимон. И делала много других безумных вещей. Искренне надеюсь, что все эти видеоролики вы сможете вскоре увидеть на сайте <http://wendi.blip.tv>.

А теперь я расскажу о самом ярком и запоминающемся моменте моих маркетинговых кампаний. Я попросила пользователей записать на телефоны короткие ролики об одном из моих товаров. За самый креативный из них я пообещала заплатить автору 500 долларов. Уже на следующей неделе я разместила полученные материалы на сайте и предложила пользователям проголосовать за понравившиеся ролики. Великолепная идея, я знаю.

Найдите безумную идею, реализуйте ее и не забывайте об имидже!

Венди Фрайзен принадлежит несколько веб-сайтов в Интернете, например www.Wendi.com. Она – популярный докладчик на семинарах работников торговли, врачей и атлетов. Уэнди ведет собственное радишоу (www.WendiRadio.com) и неоднократно появлялась на телевидении и в средствах массовой информации.

Резюме

В этой главе были рассмотрены следующие вопросы.

- Маркетинг по электронной почте.
- Статьи.
- Поисковая оптимизация.
- Ваш блог.
- Продвижение торговой марки.
- Совместные предприятия.
- Ваша партнерская программа.
- Информационный бюллетень.
- Группы новостей.
- Пресс-релизы и связи с общественностью.
- Телесеминары.
- Аудио– и видеозаписи.
- Виртуальные продукты.
- Товары с правом изменения бренда.
- Перекрестное продвижение.
- Собственный форум.
- Рецензии и отзывы.
- Покупка и продажа рекламы.
- Предложение для колеблющихся.
- Предложение для отказавшихся от подписки.
- Плата за переход.

В этой главе приглашенный эксперт Энни Дженнингз пишет об использовании связей с общественностью, Джим Эдвардз обсуждает вебинары, Саймон Льюнг пишет об использовании рекламы с оплатой за переход, а Венди Фрайзен рассказывает об искусстве саморекламы.

Глава 9

Гипнотические рекламные тексты

Как вы вскоре узнаете, Джо Витале интересовался гипнозом с детских лет. Став писателем и маркетологом, он начал рассматривать объем продаж написанных книг с точки зрения гипнотического воздействия. За прошедшие годы он написал множество публикаций на тему создания *гипнотических рекламных текстов* и обучил многих интернет-маркетологов, включая Джиллиан, своим методам. В этой главе мы расскажем о его основных принципах и попытаемся вдохновить вас на применение этих принципов при создании рекламных текстов.

Сколько веб-сайтов вы посещаете в день? Если вы относитесь к большинству пользователей, то, возможно, посещаете около десятка сайтов. В зависимости от возраста или наличия времени вы можете посещать до сотни сайтов в день.

А теперь вопрос на миллион долларов: как часто вы подписываетесь на рассылку новостей или что-нибудь покупаете в результате посещения этих сайтов?

По моему мнению, не так часто, по крайней мере не на каждом из этих сайтов.

А почему нет? Почему вы посетили сайт и ушли с него, не предприняв никаких действий? Почему вы не подписались на рассылку новостей, не закатали что-нибудь или не купили чего-то прямо здесь и сейчас? Возможно, вы добавили страницу в закладки, чтобы вернуться к ней позже. Но известно, что немногие возвращаются к страницам, добавленным в закладки. Почему так происходит?

Дело в том, что большинство веб-сайтов не выполняет тех функций, для которых они разработаны. Люди тратят слишком много времени, пытаясь сделать веб-сайты красивыми. Они добавляют графику, звук и даже видео, чтобы восхитить посетителя. Проблема в том, что эти украшения не вдохновляют на действия.

Что же побуждает к действию? Что побуждает людей подписаться на рассылку новостей, скачать бесплатную программку, поделиться деньгами или купить что-нибудь онлайн? На этот вопрос можно ответить в двух словах – гипнотические тексты.

Десять лет тому назад невозможно было предвидеть, что создание удачных текстов станет двигателем продаж в Интернете. Слова – вот что побуждает людей к действию. Даже опытные веб-дизайнеры признают этот факт.

«Моя компания участвовала в создании примерно 10 тысяч вебсайтов» – недавно признался Джо Витале один веб-дизайнер. – Я могу создавать веб-сайты, могу научить других создавать веб-сайты и даже могу обеспечить большое количество обращений к этим вебсайтам, но если на сайте отсутствуют убедительные слова, вы не сможете превратить посетителя в покупателя. Такие сайты бесполезны»

Согласны. Но если вам нужно больше доказательств, проведите следующий эксперимент: создайте веб-сайт без текстового наполнения. Используйте только привлекательную графику, звуки и видео, вообще отказавшись от текста. Посмотрите, что получится. Некоторые выполнят какие-нибудь действия из любопытства, но без текста вы не получите желаемых результатов. Слова становятся мотивирующим фактором. Слова заставляют покупать. Слова управляют людьми.

«Слова изначально были магией и до сегодняшнего дня сохранили многое от прежней волшебной силы», – сказал Фрейд в 1915 году.

Конечно, это не могут быть любые слова. Сами по себе слова могут существовать только в словаре. Но это скучно. Вам нужны слова, которые будут объединены в таком порядке, чтобы привлекать внимание посетителей сайта, удерживать это внимание и побуждать к действию. Это яркие и запоминающиеся слова, но их не так трудно придумать. Это

и называется гипнотическим текстом. Вот чему мы учим вас в этой главе. Прочитав ее, вы будете с легкостью создавать гипнотические тексты для своих веб-сайтов.

Представьте себе, что на ваш веб-сайт будут не просто заходить многочисленные посетители, но и выполнять нужные действия! Вы готовы?

Что такое гипнотические тексты?

Недавно Джо Витале выступил на крупнейшем мировом семинаре на тему гипноза. Профессиональные гипнотизеры всего мира собрались, чтобы услышать его рассказ о гипнотических текстах. Он поведал собравшимся, что гипнотический текст вводит в состояние гипнотического транса. Это не магия и не волшебство. Нет никакой разницы, были ли вы заморожены хорошим фильмом, увлечены интересной книгой или после долгой поездки по скоростному шоссе перестали следить за дорогой. В каждом случае вы находитесь в состоянии гипнотического транса.

В 1956 году анонимный гипнотизер в своем знаменитом курсе по гипнозу «Dynamic Speed Hypnosis» писал: «Все, что заставляет слушателей реагировать на *воображаемые картины*, созданные вами в их умах, можно назвать *гипнотическим трансом*».

Замените «слушатели» на «читатели» и «гипнотический транс» – на «гипнотический текст», и вы получите определение термина «гипнотический текст». Результат будет выглядеть так: «Все, что заставляет читателей реагировать на *воображаемые картины*, созданные вами в их умах, можно назвать *гипнотическим текстом*».

Повторяю: гипнотический текст вводит в состояние гипнотического транса, основной характеристикой которого является полное внимание. Это состояние транса, в которое вы впадаете бодрствующим, но при этом сконцентрированы исключительно на том, что читаете. Гипнотический текст позволяет ввести читателя в такое состояние благодаря правильному подбору слов, создающих яркие впечатления. Другими словами, люди настолько заинтересуются вашим веб-сайтом, что ничто другое не будет иметь значения. Если вы сделаете это правильно, гипнотический текст подтолкнет посетителей к действиям.

Все изложенное станет понятнее после того, как мы пройдем этапы обучения созданию гипнотических текстов. Создав такие тексты, вы привлечете на сайт посетителей, которые будут действовать. Что они будут *делать*? Это зависит от вас. Если вы хотите, чтобы они подписались на рассылку новостей, они это сделают. Если вы захотите, чтобы они что-то скачали, они скачают. Если вы захотите, чтобы они купили что-то на вашем сайте, они сделают и это.

Как? С помощью гипнотического текста. Почему? Потому, что гипнотический текст действует на подсознание человека.

Разрешите показать простой способ для осуществления ваших целей.

Формула действия

Как вы, вероятно, знаете, существует два способа заставить людей действовать. Один из них жестокий и болезненный, второй – сплошное удовольствие. В истории эти способы известны как два основных стимула для человеческих поступков. Попросту говоря, заставить людей двигаться можно либо с помощью кнута, который бьет их по спинам, либо с помощью сочной морковки, которая болтается у них перед носом.

Большинство специалистов в области маркетинга и философии согласны с тем, что первый мотивирующий фактор – боль – намного эффективнее. Хотя мы согласны с этим утверждением, но считаем, что первый фактор не подходит для человека. Зачем увеличивать количество страданий в мире? Давайте изменим его к лучшему и сконцентрируемся на

удовольствию. Давайте сделаем людей счастливее. Мы считаем, что это отличный способ помочь людям и самим себе. Можете ли вы представить, насколько прекрасной будет жизнь, если мы сконцентрируемся на своих желаниях, радостях, целях, а не на страданиях?

Но давайте начнем с основной формулы для побуждения людей к действиям, в которую обычно добавляют мотивирующий фактор «кнута». Благодаря этому мы сможем доходчивей объяснить, как использовать обновленную систему Джо Витале на веб-сайте. Эта стратегия, состоящая из четырех этапов, наверное, существует уже 2500 лет и уходит корнями к временам Аристотеля и древних греков. Упрощенная версия этой системы выглядит так.

1. Проблема.
2. Обещание.
3. Доказательство.
4. Цена.

Не так уж сложно, правда? Давайте рассмотрим каждый пункт по отдельности.

Проблема

Заголовок веб-сайта должен призывать интересующую вас аудиторию сосредоточиться на проблеме, которая волнует этих людей. Например, если вы продаете лекарственное средство, скажем, от пяточной шпоры, почему не озаглавить сайт «У вас пяточная шпора?». Или, например, вы продаете средства для снижения веса. Можно использовать заголовок: «Хотите похудеть?». В данном случае вы объединяете людей, которые хотят сделать у вас покупку, концентрируя их внимание на волнующей их проблеме. Другими словами, вы создали веб-сайт, и пользователи заходят на него, но пока вы не привлечете их внимание гипнотическими текстами, удержите это внимание и превратите его в действие, ваш сайт бесполезен.

И еще один пример. Предположим, вы – массажист, и у вас есть сайт. Тогда заголовок сайта может выглядеть следующим образом: «У вас стресс? Хотите снять напряжение за 30 минут или быстрее?».

Я думаю, к этому моменту вы уже поняли, чем мы занимаемся. Спросите себя: «Какая проблема у посетителей моего сайта?». Какой бы она ни была, заголовок веб-сайта должен указывать на эту проблему.

Обещание

Итак, на первом этапе вы привлекли внимание. Теперь пришло время пообещать. Под основным заголовком сайта добавьте соответствующее обещание: «Новые травы позволяют уменьшить или полностью удалить пяточную шпору за 30 дней». Для второго примера, в котором продаются средства для снижения веса, обещание может выглядеть так: «Новый метод без использования диет – обращение к вашему разуму, а не желудку. Вес сбрасывается намного быстрее». А обещание массажиста может быть таким: «Мои руки улучшили самочувствие 3500 человек с таким же телом, как у вас. Я помогу и вам». А на втором этапе мы объясняем, как решить проблему, обозначенную на первом этапе. Это заставит людей продолжить чтение. Если вы действительно сконцентрированы на их проблеме, то сможете ввести их в гипнотический транс с помощью гипнотических текстов.

Доказательство

Затем необходимо предъявить доказательство. Мы живем в эпоху скептицизма. Люди, которые часто посещают веб-сайты, уже привыкли к необоснованным обещаниям и ко всему относятся с подозрением. Этим людям нужны доказательства, предоставить которые вам вполне по силам.

Поэтому третье слагаемое в формуле действия – доказательство или подтверждение. Это доказательство может быть в форме гарантии, рекомендаций или чего-то, что, по вашему мнению, способно убедить людей в вашей честности по отношению к ним. Примеры доказательства: «Ваша пяточная шпора исчезнет через 30 дней, или мы вернем вам деньги», «По результатам исследований, с помощью нового метода вес людей уменьшается в среднем на 15 кг», «Во время моего массажа вы будете настолько расслаблены, что заснете на массажном столе».

И так далее. На данном этапе вы даете обещание. То есть вы делаете очевидным для людей то, что выполните свое обещание.

Цена

Наконец, вы должны попросить то, чего хотите. Если вы хотите, чтобы подписались на рассылку, так и скажите. Если вы хотите, чтобы приобрели ваш товар, не стоит этого скрывать. Если вы хотите, чтобы вам позвонили, тоже скажите об этом прямо. Люди хотят, чтобы ими руководили. Но они не предпримут никаких действий, пока вы не объясните все очень подробно и не назовете цену. Примеры могут выглядеть следующим образом: «Если вы не вылечите пяточную шпору сегодня, то как вы будете ходить завтра? Закажите наши особые травы прямо сейчас по цене всего 19,95 доллара».

Обновленная формула

Согласно философу Вернону Говарду, «если мы верим в необходимость одержать верх над другими людьми, то мы также верим в необходимость составлять скучные планы и схемы».

Давайте не будем составлять планов и стратегий. Давайте не будем пытаться одержать верх над другими людьми с помощью веб-сайтов. Давайте сосредоточимся на их удовольствии, а не на боли. Чем больше вы сделаете добра для людей, тем больше их почти бессознательно обратятся к вашему веб-сайту.

Помните, мы сказали, что не стоит добавлять жестокости в этот мир. Давайте же наберемся храбрости и удалим одну из составляющих формулы успеха.

Если вы будете концентрироваться на боли и проблемах, то, разумеется, привлечете внимание людей. Ведь вы рассказываете о том, что их беспокоит больше всего. Вы замечали, как часто в телевизионной и газетной рекламе делается упор на боли или проблеме, чтобы привлечь ваше внимание? И этот метод дает результат. Но мы не хотим добавлять боли в этот мир. Поскольку истина заключается в том, что люди получают еще больше того, на чем они сконцентрированы, не стоит упоминать о боли и проблемах. Давайте составим основную формулу гипнотического успеха только из трех элементов:

- 1) обещание;
- 2) доказательство;
- 3) цена.

Рассмотрим, как действует эта формула. На первом этапе вы можете заинтересовать аудиторию, концентрируя внимание на ее желаниях. Например: «Хотите быстро и без усилий научиться играть на гитаре?». Затем можно перейти ко второму этапу и предложить доказательство данного обещания.

Например; «Благодаря упрощенному методу Эрика обучения игре на гитаре вы научитесь играть любимую песню за выходные». Наконец, на третьем этапе вы просите сделать заказ, указав цену: «Всего за 20 долларов вы сможете играть на гитаре к окончанию этих выходных. Для этого щелкните по этой ссылке...».

Готово! Вам удалось создать гипнотическое сообщение, читая которое люди не испытывают отрицательных эмоций. Окончательная версия этого сообщения может выглядеть так: «Хотите научиться играть на гитаре за одни выходные? С помощью электронной книги «Упрощенный метод обучения игре на гитаре» любой человек способен на это. Результат гарантирован, или мы вернем вам деньги. Щелкните здесь, чтобы скачать эту книгу за 20 долларов прямо сейчас».

Неплохое объявление для нескольких минут работы. Но будет ли его достаточно для вашего веб-сайта?

И как вообще использовать это объявление на вашем вебсайте? Читайте дальше...

Как насчет вашего веб-сайта?

Вы уже выучили формулу, которая позволяет создать небольшой гипнотический текст. Этот навык пригодится вам при составлении рекламного объявления, почтовой открытки, телеграммы и сообщения электронной почты. Но как насчет полномасштабного веб-сайта? Как применить гипнотическую формулу Джо Витале для своего веб-сайта?

Ответ очевиден. Использовать эту формулу при создании вебсайта очень просто. Достаточно расширить каждый из элементов этой миролюбивой формулы.

1. Обещание. Заголовок сайта должен быть коротким и приятным. Но почему не сделать таким же подзаголовок ниже первого заголовка? Это тоже дает результат.

2. Доказательство. Оно может быть в виде рекомендации, гарантии, научного исследования, цитат авторитетных специалистов, статистических данных или чего-то еще, что поможет убедить людей в правдивости вашего обещания.

3. Цена. Призыв к немедленному действию можно оформить в виде уточнения, например пояснить, как выполнить покупку, где для этого нужно щелкнуть и в какие сроки выгоднее сделать приобретение. Вы хотите, чтобы люди действовали сейчас, а не завтра, поэтому в вашу цену могут входить бонусы за немедленное действие, например: «Сделайте покупку прямо сейчас, и в подарок вы получите три электронные книги».

Давайте рассмотрим пример использования этой формулы для создания сайта www.strippeddownguitar.com. Этот сайт использован в качестве примера, поскольку Джо Витале знаком с автором этого сайта и помогал в его создании. Внимательно изучив содержимое сайта, можно обнаружить, что его автор использовал расширенную версию каждого из трех элементов формулы гипнотического текста. Давайте рассмотрим отдельные цитаты.

Обещание оформлено в виде следующего заголовка.

Как научиться исполнять любимую песню на гитаре всего за одни выходные?

После заголовка следует подзаголовок, поясняющий текст основного заголовка.

Как удивить друзей и самого себя, научившись играть любимые песни за одни выходные, даже если вы до этого не держали в руках гитару, плохо знаете ноты и боитесь публичных выступлений!

В следующей части сайта предоставляется *доказательство*.

Я обещаю, что, обучаясь игре на гитаре с помощью книги «Упрощенный курс обучения игре на гитаре», вы будете удивлены и восхищены тем, насколько приятным и результативным может быть этот процесс. И когда вы поразите друзей и членов семьи исполнением любимых песен, вас охватит полный восторг!

Упрощенный метод обучения игре на гитаре прост, последователен и дает быстрые результаты, что позволит вам сохранить увлеченность и радостное возбуждение, вызванное своими способностями.

В предлагаемой электронной книге рассматриваются такие секреты.

– Поэтапный, упрощенный метод овладения игрой на гитаре, на изучение которого достаточно одного уик-энда.

– Два аксессуара для гитары, без которых не может обойтись начинающий.

– Лучший сайт в Интернете, где можно найти бесплатные аккорды.

– Главное правило при выборе первой сыгранной песни.

– Поэтапные инструкции для изучения наиболее распространенных гитарных аккордов.

– Секрет того, как заставить пальцы обучаться быстрее.

– Главное, что следует знать о сайтах с гитарными табулатурами, чему я научился на своем горьком опыте.

– Техника очищения разума, благодаря которой можно учиться быстрее.

– Малоизвестный факт, который способен превратить каждого человека в неплохого певца, и секрет, позволяющий улучшить ваше исполнение любой песни!

– Четыре важных приема для преодоления страха сцены.

– Что делать с неблагоприятным к вам слушателем?

И наконец, цена. Обозначается четко, с указанием привлекательных гарантийных обязательств, перевешивающих любые возражения или сомнения.

Щелкните здесь, чтобы заказать книгу «Упрощенный курс обучения игре на гитаре» прямо сейчас!

Стопроцентная надежность результата, отсутствие риска и беспроигрышность покупки при «железной» гарантии возврата денег.

Если по какой-то причине вы не будете удовлетворены своей покупкой, просто обратитесь ко мне в течение 30 дней, и я верну вам деньги.

То есть я предлагаю вам не принимать решение о приобретении книги «Упрощенный способ обучения игре на гитаре» прямо сейчас.

Можете просто проверить ее содержимое без всякого риска потери денег.

Если эта книга не поможет вам преодолеть преграды, мешающие исполнять на гитаре прекрасные песни, если она не расскажет, как выбрать песню, выучить ее и подготовиться к выступлению на публике, если не научит вас правильно ставить пальцы и владеть голосом (даже если вам «медведь на ухо наступил»), если вы не добьетесь таких успехов, о которых даже не мечтали, и если книга не вдохновит вас на дальнейшее обучение игре на гитаре, то мне не нужны ваши деньги. Я с радостью верну их вам.

Вы ничего не теряете!

Сколько будет стоить вам этот эксперимент? Стандартная цена книги «Упрощенный метод обучения игре на гитаре» составляет 40 долларов. Однако в данный момент мы делаем рекламное предложение и устанавливаем скидку. Цена книги составит всего 20 долларов. То есть скидка равна 50 %, но действовать нужно прямо сейчас!

Кроме того, скачав книгу, вы получаете всю интересующую информацию немедленно и можете приступать к обучению игре на гитаре уже сегодня! Пусть даже сейчас 2 часа ночи!

Щелкните здесь, чтобы купить книгу «Упрощенный метод обучения игре на гитаре» прямо сейчас!

Автору сайта удалось успешно воплотить в виде простых фраз три составляющих формулы гипнотических текстов Джо Витале: обещание, доказательство и цена. Если вы хотите быстро научиться играть на гитаре, то непременно купите эту электронную книгу!

Но сколько текста на вашем сайте будет достаточно, а что считать лишним?

Когда «много» становится «слишком много»?

Вы убедились в том, что можно создать достаточно объемный веб-сайт, придерживаясь формулы из трех составляющих. Но это не означает создание сайта, текст которого будет бесконечным. Вы должны потратить время, чтобы передать посетителям смысл вашего послания. Люди прочтут на веб-сайте любое количество слов, если им будет интересно их читать. Эта хитрость позволяет из бедняка превратиться в миллионера.

Помните об основном правиле, согласно которому, *чем больше вы расскажете, тем больше продадите*. То есть не нужно бояться длинных текстов. Веб-сайты, которые содержат много слов, как правило, лучше веб-сайтов с короткими текстами. Но это не могут быть любые слова. Если посетителям станет скучно, они мгновенно покинут сайт.

Наше основное правило звучит так: *«Чем больше денег вы просите, тем больше слов нужно использовать»*.

Если вы просите всего лишь подписаться на бесплатную рассылку, будет достаточно нескольких тщательно подобранных слов. Если вы просите сделать покупку ценой в несколько долларов, то и в этом случае можно быть немногословным. Но если вы продаете спортивные тренажеры по цене выше 15 тысяч долларов (которые предлагаются на сайте <http://www.FastExercise.com>), то потребуется много слов для пояснения. И лучше, чтобы это были гипнотические слова.

То есть объем текста на веб-сайте будет зависеть от того, что вы продаете. Если людям знаком ваш товар или услуга, то, возможно, не стоит писать слишком много. Если покупателям легко понять, почему вы установили именно такую цену, не стоит повторять известную информацию. Но если необходимо описать товар или пояснить цену, то используйте столько слов, сколько посчитаете необходимым.

Главный принцип заключается в том, чтобы всегда держать в центре внимания интересы людей, которые посещают ваш сайт. Повторим, что люди с удовольствием читают длинные тексты (например, книги, статьи, газеты), пока эти тексты для них интересны. Если материалы вашего сайта не читают, значит, вам не удалось написать текст с учетом интересов посетителей.

Давайте подробнее рассмотрим вопрос о том, как заинтересовать людей.

Как думают люди

Как мы уже говорили, содержимое стандартного веб-сайта часто ужасает. Владелец сайта рассказывает о себе и просит сделать покупку от своего имени. Чтобы выделиться, нужно написать такой текст, который будет совпадать с ходом мысли посетителей сайта. Нужно создать гипнотический текст в наиболее привлекательной форме – в форме увлекательного рассказа.

Роджер Шенк в своей заставляющей задуматься книге «Расскажи мне историю» («Tell Me A Story») утверждал: «Трудно вспомнить, о чем нам рассказывали, если этот рассказ не был оформлен в виде истории. Мы способны учиться на историях других людей, но только

тогда, когда слышим что-то, тесно связанное с уже известной нам информацией». «Людам легче всего облекать свои мысли в форму рассказов или историй».

Короче говоря, если вы хотите создавать на своем веб-сайте гипнотические тексты, которые соответствуют основной формуле, то самой лучшей формой этого текста является рассказ или история.

Мы любим слушать истории. В наиболее успешных статьях, книгах, веб-сайтах и даже аудиоматериалах содержатся истории. Они представляют собой мощное средство для четкого изложения идеи. Люди редко возражают против того, чтобы выслушать историю. И, как заметил Шенк, люди даже думают в форме историй.

Если вы помните определение, которое мы дали ранее («Все, что заставляет слушателей реагировать на *воображаемые картины*, созданные в их умах, можно назвать *гипнотическим трансом*»), то поймете, что с помощью историй можно создавать воображаемые картины, погружающие читателя в состояние гипнотического трансa.

Когда люди читают рассказанную вами историю, она находится в их уме. Это очень перспективное место. Вы оказываетесь в «панели управления» человека. Чем больше вы заставите человека мыслить образами воображаемых картин, тем ближе вы к тому, чтобы заставить его выполнить нужные действия на вашем веб-сайте. Короче говоря, истории представляют собой очень мощное средство.

Но как придумать историю, состоящую из гипнотических текстов, которая действительно подтолкнет людей к действию? Рассмотрим этот вопрос в следующем разделе.

Как создавать гипнотические истории?

Это проще, чем может показаться. Нужно лишь вспомнить реальную историю, которая произошла в результате приобретения вашего товара или услуги. Эта история должна быть правдивой, ведь мы стремимся к распространению честности и доброжелательности в мире Интернета. Используя правдивые истории, вы не рискуете подвергнуться проверкам со стороны контролирующих органов. Кроме того, правдивые истории всегда легче писать.

Например, не так давно Джо Витале записал набор компакт-дисков на основе материала Роберта Энтони «Больше, чем позитивное мышление», который Джо считает священным граалем философии самосовершенствования. Когда Джо Витале создавал веб-сайт для распространения набора записанных компакт-дисков (доступный по адресу www.BeyondPositiveThinking.com), то попросил Энтони рассказать несколько историй о том, как люди использовали его знаменитую книгу, чтобы добиться успеха. Одна из этих историй, предоставленных Робертом Энтони, сейчас доступна на сайте (и используется с его разрешения). Прочитаем эту историю.

История о Рамоне

Доктор Роберт Энтони

Много лет назад я встретил человека по имени Рамон. Я посвятил этому человеку целую главу в книге «Занимайтесь тем, что вам нравится – любите то, чем занимаетесь» («Doing What You Love – Loving What You Do»). Рамон – один из наиболее успешных бизнесменов Калифорнии и один из наиболее духовно богатых людей, которых я встречал.

Я встретился с Рамоном после того, как кто-то из друзей дал ему аудиокнигу «Больше, чем позитивное мышление». Рамон покупает все записи на тему самосовершенствования.

У него есть все товары компании *Nightingale-Conant* и другие подобные записи. В его Роллс-ройсе никогда не играет радио. Во время ежедневных поездок из дома в офис и из офиса домой он слушает аудиокурсы развития личности. И это притом, что он уже мультимиллионер.

Рамон сказал мне: «Ваша запись “Больше, чем позитивное мышление” – лучшая на тему самосовершенствования. Я точно знаю это, поскольку у меня есть все эти записи. Он был настолько впечатлен тем, насколько эта запись способна помогать другим людям, что приобрел 25 наборов компакт-дисков и положил в багажник своего «Роллс-ройса». Встречая человека, нуждающегося в помощи, он дарил ему набор этих компакт-дисков. Он часто повторял мне о потрясающих результатах, которых люди добились с помощью этих записей, навсегда изменив свою жизнь.

За несколько лет Рамон приобрел 300 наборов моих компакт-дисков и до сегодняшнего дня считает, что никогда не видел ничего, что настолько кардинально меняло бы жизнь людей.

Как видите, эта история незаметно сообщает почти гипнотическое послание: *«Записи Роберта Энтони помогают добиться нужного результата»*.

Если бы мы просто сказали вам: «Метод Роберта Энтони дает хорошие результаты», то вы могли бы отбросить это мнение. Вы бы могли подумать, что вам стремятся что-то продать. Но когда кто-то другой что-либо утверждает, по сути, не озвучивая этого утверждения, то смысл послания транслируется непосредственно в подсознание людей.

Конечно, где-нибудь на вашем веб-сайте может быть указано, что «Методы Роберта Энтони дают хорошие результаты». И это правильно. Утверждения тоже могут действовать гипнотически. Поэтому гипнотизеры говорят своим пациентам: «Вам хочется спать, вы засыпаете», а не спрашивают у них: «Вам еще не хочется спать?» Команды действуют сильнее. Но в данном случае советуем создавать историю, которая дополнительно выражает то же самое утверждение. Благодаря этому вы обращаетесь как к сознанию, так и к подсознанию людей.

Истории имеют большое значение еще по одной причине. Следующий раздел может расцениваться как усовершенствованный метод создания гипнотических текстов, но мы хотим, чтобы, создавая веб-сайт, содержащий гипнотические истории и тексты, вы понимали, насколько мощное средство находится в ваших руках.

Слова как ассоциации

Вы когда-нибудь пробовали анализировать состоявшийся разговор? Что обычно происходит, когда кто-то рассказывает вам о том, что с ним случилось? Он хочет поделиться с вами своей историей. В этом нет ничего сложного. Но потом вы обращаетесь к своей памяти, чтобы найти в ней нечто подобное тому, что только что услышали. Вы можете сказать: «Со мной тоже случилось нечто подобное!» И начинаете свой рассказ. Слушая вас, собеседник тоже обращается к своим воспоминаниям. И когда мысль или воспоминание вспыхнет в его сознании, он может настолько возбудиться, что, прервав вас, начнет рассказывать свою следующую историю.

Что происходит в данном случае?

Роджер Шенк в своей книге «Расскажи мне историю» («Tell Me A Story») утверждает: «Очень интересно, как на ум приходят мысли в ответ на чей-то рассказ».

Короче говоря, истории содержат элементы, а точнее, особые слова, которые вызывают в памяти людей определенные воспоминания. Когда Джо Витале, рассказывая о сегодняшнем обеде, упоминает привлекательную молодую блондинку, которая флиртовала с ним, то заставляет вас в воображении отклониться от предмета разговора. Слово обед может вам напомнить о том, что вы давно не ели, а теперь внезапно вспомнили об этом. Упоминание Джо о привлекательной молодой женщине может напомнить вам о сексе, и ваш разум внезапно посетят другие мысли.

Куда же «направился» ваш разум?

То есть истории вызывают ассоциации. Шенк называет такие ассоциациями *напоминаниями*. Это ассоциации и напоминания о предыдущих мыслях. Эти ассоциации уносят к воображаемым событиям, которые могут сослужить вам хорошую службу. Если вы хотите, чтобы люди подумали о еде, то упомяните в разговоре об обеде. Желая, чтобы люди подумали о сексе, расскажите о привлекательной молодой девушке. Но будьте готовы к последствиям. Ваши слова приводят к определенным воспоминаниям другого человека. Именно это и происходит во время разговора. Сказанное одним человеком вызывает воспоминания и ассоциации у другого, который, в свою очередь, что-то отвечает. Первый собеседник слышит сказанное вторым и высказывает следующую мысль. То есть во время разговора два человека постоянно пользуются воспоминаниями.

Все сказанное можно считать многообещающим для вас и вашего веб-сайта. Хотите сознательно управлять воображением посетителей сайта с помощью гипнотических текстов? Выражайте главную мысль, рассказывая истории. Но не забывайте, что использованные в этих историях слова будут вызывать ассоциации и воспоминания у других людей. Если хотите, чтобы о веб-сайте хорошо думали, не говорите ничего негативного. Удерживайте внимание посетителей на том, что они получают, купив ваш товар или услугу, и делайте это с помощью историй, которые напомнят им об их желаниях.

Прочитав эти слова, вы начнете вспоминать истории, оказавшие на вас влияние. Позвольте продемонстрировать пример. В следующей статье Джо Витале показывает, как рассказать историю, чтобы подчеркнуть свою идею и убедить людей в том, что для вас важно. Обратите внимание, как в начале этой истории доказывается реальность действия гипноза.

Статья приглашенного эксперта

Покупательский транс. главный секрет гипнотических продаж

Джо Витале

Я не мог вывести Билли из транса.

Это случилось более 30 лет назад. Я был подростком и восхищался возможностями разума. Я много читал о духовности, психических феноменах, НЛЮ, прошлых жизнях, современных проблемах, чудесах веры и даже о гипнозе.

Вот почему я ввел своего лучшего друга Билли в состояние глубокого транса в подвале дома моих родителей в Огайо. Мне удалось в состоянии

транса вернуть Билли из его 16 лет к 5-летнему возрасту. В этом не было никакого смысла. Но мне было любопытно, и Билли был частью моей игры.

Это было прекрасное утро, пока не произошел этот кошмар.

Я щелкнул пальцами (заранее условленная команда для пробуждения Билли), но он остался сидеть в кресле с закрытыми глазами и громко смеялся.

«Сколько тебе лет?» – спросил я, чтобы проверить, помнит ли он свой истинный возраст.

«Мне пять, а сколько тебе?» – ответил он, хихикая. Трудно представить, как я испугался.

«Когда я хлопну в ладоши, ты проснешься», – приказал я. Билли рассмеялся долгим и громким смехом. Он смеялся все громче и все дольше.

Вот тогда я запаниковал. Мне едва исполнилось 16 лет. Я ввел своего лучшего друга в транс, с помощью гипноза «изменил» его возраст и теперь не мог привести его в сознание. Я вообразил гнев моих родителей и отчаяние родителей Билли. Я уже представлял себя в тюрьме, и все потому, что занимался гипнозом вместо того, чтобы, как другие дети, играть в бейсбол или монополию.

Я ждал, затаив дыхание. Я щелкал пальцами, хлопал в ладоши. Меня прошиб холодный пот – Билли не выходил из транса. Он застрял в другом возрасте. И в этом была моя вина.

Некоторые подростки берут без спроса автомобиль соседа и, покатавшись, возвращают с царапинами. А я воспользовался разумом моего друга и бросил его далеко от дома.

Что мне оставалось делать?

Не знаю, сколько прошло времени, прежде чем я решил позвать на помощь. Помню, как нашел телефонную книгу и в отчаянии перелистывал страницы, разыскивая номер телефона гипнотизера, который мог бы мне помочь. Я нашел гипнотизера в Кливленде, то есть в нескольких сотнях километров от моего дома. Я позвонил гипнотизеру и постарался говорить как можно внушительней.

«Доктор, меня зовут Джо, и я учусь гипнозу. Мне просто интересно, что произойдет, если ввести кого-нибудь в транс и этот человек ммм... не сможет выйти из этого состояния?»

Некоторое время в трубке была тишина.

Затем я услышал голос человека, который орал на меня.

«Ты что, занимаешься практическим гипнозом?»

«Нет, что вы, – солгал я, – мне просто любопытно, что случится, если ввести своего друга в состояние транса, из которого он не сможет выйти. Насколько это плохо?»

«Твой друг сейчас там?»

Гипнотизер раскусил мою хитрость.

«Ну... да».

«Он может подойти к телефону?»

«Он не сможет сделать ничего, что бы я ни просил», – ответил я. Мой голос меня выдал. Я был испуган, и это было очевидно.

«Не бойся за него, – сказал гипнотизер, – он или сам вскоре проснется, или заснет и проснется позже».

«Но он думает, что ему пять лет».

«Ребята, вы не должны играть такими вещами», – закричал гипнотизер.

«Но я хочу стать гипнотизером», – оправдывался я.

«Сначала нужно научиться!»

«Хорошо, хорошо, я буду учиться, – ответил я, – но что делать с Билли сейчас?»

«Дай ему трубку.»

Я с трудом дотащил Билли до телефона. Гипнотизер сказал Билли что-то, и он проснулся. До сих пор не знаю, что он тогда сказал. И поскольку я не виделся с Билли более 20 лет, не имею ни малейшего понятия, сколько, по его мнению, ему сейчас лет. Знаю, что сейчас он патрульный в Огайо, поэтому, думаю, что с ним все в порядке.

Покупательский транс

В тот день в подвале дома моих родителей я получил хороший урок. Я научился тому, насколько серьезным может быть состояние транса. Состояние транса вполне реально. И все мы находимся в этом состоянии.

Это правда. Вы находитесь в трансе. Да, прямо сейчас. Как и я. Мы знаем, что нам не пять лет, и считаем себя писателями, маркетологами, менеджерами или кем-то еще. До тех пор пока мы верим в транс, в котором находимся, мы будем играть свою роль безукоризненно. Когда мы проснемся, то просто окажемся в другом трансе. И даже транс «теперь я проснулся» является еще одним трансом.

Оставайтесь со мной. Согласны вы с этим или нет, но из этого можно извлечь ценный урок, который поможет увеличить объем продаж и уровень доходов.

Я скажу это другими словами: все потенциальные клиенты находятся в трансе. Если вы подключитесь к их трансу, то сможете вывести их из него и ввести в транс, в котором они будут совершать покупки (именно то, что вам нужно).

Попробую пояснить это на примере. Допустим, вы хотите продавать новую программу, которая помогает предпринимателям объединить бизнес. Как вы собираетесь это делать? Обычный человек отправил бы рекламное сообщение, в котором бы сообщалось: «Новая программа делает слияние бизнеса простым, как щелчок пальцами». Этот метод позволит продать несколько экземпляров программы, особенно тем, кто уже давно планировал объединение бизнеса.

Но по-настоящему гипнотический метод заключается в создании такого, например, заголовка: «Устали платить высокие налоги? Узнайте об удивительном способе выхода из лабиринта налогов». Этот транс совпадает с трансом многих бизнесменов. Другими словами, бизнесмены находятся в трансе «налогов» и трансе «малый бизнес притесняют». Согласитесь с двумя этими трансам. Объединитесь с этими людьми. Рассматривайте их транс как дверь для себя. А затем направьте людей к тому, что вы хотите им продать, связав этот продукт с трансом, в котором они находятся.

Разделим этот процесс на три этапа.

1. Во что верят потенциальные клиенты сейчас? (Текущий транс.)
2. Согласитесь с их мнением. (Взаимопонимание.)

3. Направьте их мысли в сторону своего предложения. (Новый транс.) Вот и все. Это и есть секрет гипнотических продаж.

Рассмотрим еще один пример. Предположим, вы хотите продать брюки. Как для этой цели использовать трехэтапный процесс гипнотических продаж?

1. Что думают ваши потенциальные клиенты сейчас относительно такого предмета одежды, как брюки? Здесь поможет небольшое исследование. Например, они считают все брюки одинаковыми. То есть находятся в транс «все брюки похожи друг на друга». Это их текущий транс, или текущий настрой ума. Не очень-то разумно спорить с ними. Лучше согласиться с их мнением и перейти к этапу 2.

2. Согласитесь с потенциальными клиентами. По телефону или в заголовках веб-сайта скажите нечто такое, что убедит этих людей в том, что вы пребываете в том же транс. Используйте такие утверждения: «Я тоже думал, что все брюки похожи» или «Между брюками нет никакой разницы – зачем смотреть на эти?» Это приводит к взаимопониманию. Нельзя ничего продать, не достигнув взаимопонимания. Поэтому на втором этапе вам предстоит установить контакт с людьми на базе того мнения, которого они придерживаются в данный момент. Сознательно присоединяйтесь к их бессознательному трансу. Затем переходите к следующему этапу.

3. Теперь пришло время направить мысли людей в сторону вашего предложения. Вы можете заявить что-то вроде этого: «Чем эти брюки отличаются от остальных? Вот чем». Это приводит людей в состояние нового транса: «Некоторые брюки отличаются». Это покупательский транс. Поскольку вы знаете о новом транс, в котором находятся потенциальные клиенты, и вы нашли с ними взаимопонимание, то находитесь в очень выгодной позиции – в этой позиции можно продавать.

Существует множество способов обнаружить транс, в котором пребывают люди, объединиться с ними на основе выявленного транса, а затем направить их в новый транс «купите у меня». Невозможно рассмотреть все способы в рамках короткой статьи. Здесь я показываю только вершину айсберга. Давайте, однако, рассмотрим существующие транс, в которых могут находиться потенциальные клиенты, получая ваше рекламное сообщение. Вот краткий перечень этих транс.

- «У меня проблемы с деньгами».
- «Я одинок».
- «Я болен и устал от своей работы».
- «Я устал от детей».
- «Мир ужасен».
- «Я голоден».
- «Мне нужно похудеть».

Вы заметили, что каждый из транс направлен на потребности человека? Это естественно. Человек прежде всего заинтересован в своем благополучии. Люди озабочены собственными потребностями, желаниями, проблемами и т. д.

Любое внутреннее состояние является трансом. Естественно, каждый пребывает в том или ином транс, и ваша задача – обнаружить эти транс, согласиться с ними и вывести людей из этих транс.

Для того чтобы сделать этот процесс более понятным для вас, давайте рассмотрим пример. Предположим, вы хотите продавать записи классической музыки на компакт-дисках. Выполните следующие действия.

1. В каком трансе люди находятся в настоящее время? Вы можете себе представить, как они, вернувшись с работы, обнаруживают во входящей почте рекламное сообщение, которое совершенно не соответствует их настроению. Поэтому заголовок рекламы может выглядеть так: «Только что вернулись домой после работы?».

2. Добейтесь взаимопонимания благодаря знанию того транса, в котором пребывают ваши потенциальные клиенты. Можете написать: «Вероятно, вы только что вернулись с работы, устали и готовы отправить это письмо в корзину, но подождите секунду, прежде чем сделать это».

3. Теперь пришло время рассказать о новом трансе. Можете написать: «Представьте себе, как вы ставите на компакт-диск, и душа наполняется мягкой, расслабляющей и целебной музыкой... теми райскими звуками, которые помогают вам унести далеко-далеко...»

В завершение напомним о том, чему научил меня Билли, когда я был подростком. Каждый человек находится в трансе, и каждого можно вывести из этого транса. Идея в том, чтобы не игнорировать это проявление человеческой природы, а использовать себе во благо, в том числе и для увеличения доходов.

Статья Джо Витале доказывает, что истории – наилучшая форма гипнотических текстов для веб-сайта. Поэтому находите интересные истории. Записывайте их на диктофон или на бумагу. А затем помещайте эти истории на свой сайт, чтобы оживить его с помощью гипнотических текстов.

А можно ли преобразовать содержимое существующего вебсайта в гипнотический текст? Как изменить существующие предложения таким образом, чтобы они содержали больше энергии? Как добиться *этого*?

Давайте рассмотрим этот вопрос.

Преобразование обычного текста в гипнотический

Раскроем один секрет. Когда Джо Витале нанимают, чтобы изменить веб-сайт, он запускает в голове «службу перевода текста». Он читает текст на веб-сайте заказчика так, будто он написан на иностранном языке. Иностраный язык в данном случае представляет собой *эгоистическую копию* текста. Такой текст написан владельцем сайта и, как правило, содержит множество незначительных и бесполезных сведений. Джо занимается тем, что «переводит» эгоистическую копию в *копию для читателя*. То есть Джо берет идеи владельца и превращает их в такие слова, которые соответствуют интересам посетителей сайта.

Попробуем пояснить это на примере. Практически на каждом сайте, который вы посещали, можно найти местоимение «мы». Как правило, это такие выражения: «Мы работаем в этом бизнесе уже пять лет» или «Мы любим делать пончики» (или что они там еще делают). Все это примеры эгоистических копий. Это текст на иностранном языке, и он совершенно не привлекает посетителей сайта.

Джо Витале «переводит» эти эгоистические утверждения в пользовательскую копию. Он может изменить фразу «Мы работаем в этом бизнесе уже пять лет» на «Можете быть уверены в том, что вы получите купленный товар вовремя и в надлежащем качестве, поскольку мы безукоризненно выполняем свои обязательства, работая на рынке уже пять лет». Он

может преобразовать утверждение «Мы любим делать пончики» в «Вам понравятся наши сочные пончики, поскольку любовь, с которой мы их делаем для вас, наполняет энергетикой каждый из них».

Вы заметили разницу? На большинстве сайтов все внимание сконцентрировано на человеке, который создал этот сайт. А следует сконцентрироваться на интересах людей, которые посещают ваш сайт. Короче говоря, отбросьте свое эго и постарайтесь удовлетворить эго ваших посетителей. Говорите об их интересах.

В рамках этой книги невозможно в совершенстве научить вас преобразовать содержимое своего веб-сайта в гипнотические тексты. Поэтому давайте рассмотрим несколько главных советов. Следующий раздел взят из электронной книги Джо Витале «The Hypnotic Writing Swipe File», узнать о которой подробнее можно на сайте <http://www.HypnoticWritingSwipeFile.com>.

Гипнотические заголовки

Можно быстро создать заголовки для веб-сайта, используя слова из следующего списка. Просто добавьте их к названию своего товара или услуги, утверждению или гарантийным обязательствам и убедитесь в том, насколько просто создавать гипнотические заголовки.

многообещающий
удивительный
новейший
волнующий
эксклюзивный
фантастический
восхитительный
первый
бесплатный
гарантированный
невероятный
оригинальный
улучшенный
любимый
в ограниченном количестве
впечатляющий
мощный
феноменальный
раскрывающий
революционный
особый
успешный
супер
современный
уникальный
крайне необходимый
прекрасный
предлагающий
новаторский
внедряющий

новый
обучающий

Например. «Внимание: бесплатный гарантированный новый способ найти свою любовь прямо сейчас!»

С тех пор как заголовки стали предметом исследований, гуру маркетинга обнаружили, что при удалении баннеров в верхней части веб-страниц объем продаж увеличивается почти в два раза. Только представьте: *в два раза!* Почему? Вероятно, баннер отвлекает от того элемента сайта, который служит для привлечения и продаж, – от заголовка.

Еще раз повторим: для онлайн-торговли, мотивации людей предпринять действие нужны слова.

Гипнотические вступления

Гипнотические вступления помогут без особого труда начать любой текст. Гипнотические вступления можно назвать суфлерами и стимуляторами мозга. Достаточно вставить их и заполнить пробелы информацией, соответствующей ожиданиям вашей целевой аудитории. Например, в первом предложении расскажите читателям о том, чему они научатся или какие ощущения получат, читая материалы вашего веб-сайта.

– Как только вы начнете читать эту статью, вы окажетесь...

– Как только вы приступите к чтению этого отчета, вы почувствуете, что...

– Прочитав каждое слово этого отчета, вы будете (восхищены, ошеломлены и т. д.) тем, как...

– Когда вы проанализируете каждое слово этого документа, у вас возникнет чувство... (радости, возбуждения и т. д.).

– Благодаря этой веб-странице вы откроете для себя новые способы...

– Прочитав эту короткую статью, вы почувствуете...

– Можете ли вы представить, что...

– Представьте самого себя через пять лет...

– Просто вообразите...

– Помните, когда вы учились в институте...

– Представьте, как бы изменилась ситуация в случае...

– Разве не было бы прекрасно, если бы...

– Подумайте, что было бы, если бы вы могли...

– Вообразите себя...

– Вспомните запах...

– И вы непременно заметите...

– Вы помните звук...

– Вы не забыли, что означает чувствовать...?

Совет. В начале текста используйте такие утверждения, в справедливости которых уверены ваши потенциальные клиенты. Это позволит сразу завоевать доверие. Благодаря доверию люди совершают покупки и делают все, чего вы от них хотите. Например.

– Вы, вероятно, знаете...

– Вы достаточно образованы, чтобы знать...

– Разумеется, вы слышали о том, что...

– Всем известно...

– Вы, очевидно, уже осведомлены...

– Умные люди, подобные вам, уже знают, что...

Психологические связки текста

Психологические связки представляют собой способ соединить ваши предложения и абзацы в единое целое, чтобы создать веб-сайт, стимулирующий людей на нужные вам действия.

Расскажите читателям о том, что они думают или чувствуют при чтении вашего текста. Большинство людей начнут думать или чувствовать именно это, поскольку вы об этом сказали. Достаточно просто подталкивать людей к мыслям, которые приведут их к приобретению вашего товара.

- А что, если вы...
- Шаг за шагом вы начинаете...
- И как только вы осознаете эту информацию...
- Как только вы задумаетесь о..., вам станет действительно интересно...
- Теперь вы начинаете понимать, почему...
- Внимательно прочитав это письмо...
- Вы уже заметили, что...
- А теперь мне бы хотелось помочь вам испытать на своем опыте...
- Разве это не здорово, когда...
- Вы начнете получать все больше удовольствия от...
- Чем ближе к завершению этого отчета, тем ваша проблема постепенно...

Рекомендации по использованию советов

Разумеется, использование представленных выше советов целиком зависит от вас. Но позвольте дать несколько рекомендаций. Например, красной нитью по вашему сайту проходит мысль: «Мой интернет-продукт дает хорошие результаты». Вы можете изменить эту мысль таким образом: «По мере того как вы будете углубляться в материалы веб-сайта, все яснее будет становиться, что мой интернет-продукт позволяет получить хорошие результаты». Видите разницу?

Первое выражение «Мой интернет-продукт дает хорошие результаты» звучит слишком слабо. На любом посредственном вебсайте содержатся подобные слабые тексты.

Второе выражение («По мере того как вы будете углубляться в материалы веб-сайта, все яснее будет становиться, что мой интернет-продукт позволяет получить хорошие результаты») представляет собой гипнотический текст. Оно содержит в себе команду и предположение. Сочетание команды и предположения направляет к действию.

Просмотрите материалы своего веб-сайта с учетом этого. Ищите места, которые следует переписать, добавьте гипнотические фразы или постарайтесь привлечь внимание посетителей другим способом. Не забывайте, что для создания гипнотических текстов вы должны быть сконцентрированы на интересах посетителей, а не на своих.

Гипнотическая задача

Не хотите немного развлечься? Давайте с помощью небольшого теста убедимся в том, насколько просто добавлять перечисленные выше фразы к тексту. Вернитесь к началу этого раздела и попробуйте найти все случаи добавления гипнотических фраз в текст.

Выводы

К этому моменту вы, вероятно, уже поняли, что есть простой способ создавать гипнотические тексты для своего веб-сайта. Вы достигнете нужных результатов, придерживаясь нескольких правил.

1. Используйте основную стратегию трех элементов: обещание, доказательство и цена. Раскрыв три этих элемента на своем сайте, вы добьетесь успеха. Ваш веб-сайт будет выделяться на фоне миллионов скучных сайтов.

2. Рассказывайте истории. Пишите об удовлетворенных клиентах. Предоставляйте свидетельства о состоянии клиентов «до и после». Не забывайте, что истории позволяют поднять уровень продаж, поскольку наши мысли имеют форму рассказов.

3. Текст должен быть максимально энергичным. Используйте короткие предложения, энергичные слова и всегда говорите об интересах читателя, а не о своих. Основное правило: *отбросьте свое эго* и постарайтесь удовлетворить эго посетителей сайта.

А теперь можете приступать к гипнозу ваших посетителей. Помогите им, и они помогут вам. Короче говоря, гипнотизируйте и становитесь богатыми.

Резюме

В этой главе были рассмотрены следующие вопросы.

- Что такое гипнотические тексты?
- Формула действия.
- Обновленная формула действия.
- Формула действия по отношению к веб-сайту.
- Когда «много» становится «слишком много».
- Как думают люди.
- Как создавать гипнотические истории.
- Ассоциации как воспоминания.
- Транс во время покупки.
- Преобразование обычного текста в гипнотический.
- Гипнотические заголовки.
- Гипнотические вступления.
- Психологические связки в тексте.
- Рекомендации по использованию советов.

Часть III

Развивайте свой бизнес!

Итак, вы подготовлены морально и физически. Вы выбрали модель для своего бизнеса и реализовали ее. Какими должны быть последующие шаги? Начав зарабатывать первые деньги, вы испытываете непередаваемые ощущения. Хотя прошло много лет, авторы помнят это ощущение. Нет ничего лучше, чем открыть утром электронную почту и увидеть длинный список оплаченных заказов!

Многие интернет-компании начинали работу со своего рода авантюры. Возможно, и ваша компания не стала исключением. Вы увидели возможность заработать деньги и воспользовались ею. Разумеется, в этом нет ничего предосудительного. Надеемся, теперь вы уже поняли, что можете создать солидный долгосрочный бизнес, который будет развиваться и обеспечивать вашу семью до конца жизни. Благодаря ему у вас будут деньги на высшее образование ваших детей, а возможно, и внуков. Вы можете заработать целое состояние и обеспечить себе безбедную старость. Поэтому давайте поговорим о возможностях развития вашего бизнеса.

Глава 10

Позаботьтесь о качестве

Мы оба живем неподалеку от тexasского города Остин, численность населения которого на текущий момент превышает миллион человек, продолжая стремительно расти. Когда в 1960-х годах Джиллиан училась здесь в колледже, в Остине насчитывалось 175 тысяч жителей. Здесь были озера и заливы, очень красивая природа, университет мирового уровня, около десятка баров, где можно было послушать Вилли Нельсона и Дженис Джоплин, а также несколько превосходных мексиканских ресторанов. Вот и все. Город с прекрасным качеством жизни, но все же провинциальный. Куда бы вы ни пошли, вы повсюду встречали знакомых.

Сегодня Остин стал большим городом. В нем есть компьютерные компании и театры, опера и балет. Есть автострады, а вскоре начнет работать скоростной трамвай. Новые районы и многоэтажные торговые центры раскинулись на холмах, где еще недавно паслись коровы. И все же в чем-то главном Остин остался небольшим городком. Невозможно пойти в ресторан, на концерт или спортивный матч, не встретив кого-то из знакомых.

Интернет в чем-то похож на этот городок. Сотни миллионов людей подключены к Интернету, где уже работают миллионы компаний и еще миллионы непременно появятся. Тем не менее каким-то непостижимым образом Интернет остается единым сообществом, в рамках которого существуют сотни тысяч более мелких сообществ, объединенных общими интересами.

Спрятаться негде

Как владелец интернет-компании вы представляете собой заметную часть этого сообщества. Чем больше вы занимаетесь бизнесом, тем больше на виду. Продавая фотоаппараты, вы присутствуете в нескольких сообществах: покупателей электроники, коллекционеров фотоаппаратов и фотографов. Если вы продаете товары и услуги высокого качества, о вас заговорят. Безусловно, сперва о вас расскажут родственникам и друзьям, но в конце концов о вашей компании заговорят на форумах. Пользователи, которые читают форумы, станут заходить на ваш сайт и покупать продукцию. И наоборот, если вы не оправдываете ожидания покупателей, об этом также станет известно окружающим. В Интернете спрятаться негде.

Оставить у покупателей хорошее впечатление о компании – одна из основ бизнеса. Вы знаете свой ассортимент и можете определить, какие товары и услуги стоит предложить покупателям. Ваш веб-сайт должен иметь удобную навигацию, на нем должно быть приятно делать покупки. Создав эффективную и надежную систему продаж, вы обеспечите легкость и безопасность покупок своим клиентам. Еще один важный аспект – обслуживание покупателей.

Обеспечьте высокий уровень обслуживания

Один из самых неприятных аспектов для клиента интернет-компании (авторы не раз испытывали это на себе, поскольку оба совершают множество покупок в Сети) заключается в том, что при возникновении какого-либо вопроса или проблемы нет возможности пообщаться напрямую со знающим человеком. Позаботьтесь, чтобы на вашем сайте была указана контактная информация и чтобы кто-нибудь мог быстро ответить на вопросы и решить проблемы клиентов. К сожалению, на многих веб-сайтах указывается электронный адрес, куда

можно направлять вопросы, но письма с вопросами остаются без ответа. Указывая номер телефона, постарайтесь, чтобы сотрудник компании (или вы лично) своевременно отвечали на сообщения и принимали звонки.

По мере развития бизнеса улучшайте обслуживание клиентов. Если необходимо, наймите сотрудника, который будет поддерживать связь с клиентами. Возможно, придется заключить договор на предоставление услуг мгновенного обмена сообщениями и круглосуточной телефонной поддержки.

Четко сформулируйте правила выплаты комиссионных и неукоснительно следуйте им. Рекомендуем создать счет для комиссионных выплат и направлять на него часть выручки от продаж, чтобы своевременно осуществлять расчеты. Обычно интернет-посредники требуют от 2 % до 10 % комиссионных, поэтому учтите эти цифры, планируя свою деятельность.

Превзойдите ожидания покупателей

Образно говоря, в интернет-бизнесе вы находитесь по одну сторону прилавка, а ваш посетитель, читатель или покупатель – по другую. Хотя бы один раз в месяц выделяйте несколько часов на то, чтобы перешагнуть этот воображаемый прилавок. Поставьте себя на место посетителя веб-сайта. Чего вы хотите? Удовлетворяет ли эта (то есть ваша) компания потребности и желания клиентов?

Как создать о себе позитивное впечатление у посетителя, читателя или покупателя?

Время от времени предлагайте клиентам что-нибудь бесплатно. Это могут быть актуальные материалы или электронные книги, бесплатные телеконференции, аудиодиски и видеоклипы. Поделитесь со своими читателями интересными новостями. Дайте им рекомендации, как улучшить свою жизнь и бизнес.

Иногда теряешь терпение с некоторыми клиентами, несколько раз мы были вынуждены в одностороннем порядке удалять клиентов из списков рассылки. Но в целом нужно любить своих клиентов. Любите посетителей сайта и читателей – многие из них станут вашими покупателями. Они дают вам возможность жить той жизнью, которая вам нравится. Со своей стороны также старайтесь находить способы улучшить их жизнь. Пытайтесь принести людям как можно больше пользы не только для того, чтобы они оставались с вами, но и просто потому, что они вам небезразличны. Каждый день думайте о них, отправляйте им свою позитивную энергию и желайте добра. И вы будете приятно удивлены результатами.

Нашего следующего эксперта зовут Билл Харрис. Билл внес огромный вклад в нашу жизнь и в жизни других людей при помощи разработанной им технологии Holosync. Он создал очень успешный интернет-бизнес и стал миллионером.

Статья приглашенного эксперта

Клиенты должны получать обещанное

Билл Харрис

Итак, пристегните ремни. Я буду учить вас тому, чему, насколько мне известно, не учит ни один гуру в области маркетинга. Это поможет вам увеличить продажи вдвое, а то и больше. Могу сказать, что в 2006 году это принесло моей компании не менее 6 миллионов долларов. Это так просто и так очевидно, что, когда я раскрою вам секрет, вы удивитесь, что не догадались об этом сами.

Вот в чем секрет: необходимо следить за тем, чтобы клиенты получали обещанное.

Вот и все. Подумайте, как гарантировать клиентам получение того, что заставило их обратиться именно в вашу компанию.

При этом, конечно, предполагается, что товар или услуга имеют определенные достоинства. Если это не так, пересмотрите предлагаемую продукцию. Не смейтесь, ведь это наиболее частая причина неудач в бизнесе: продукция, не представляющая ценности для покупателей.

Подумайте об этом. Если ваши клиенты действительно получают все достоинства товара или услуги, они вернутся к вам снова. Они купят у вас все, что вы им предложите. Получив обещанные выгоды, они с энтузиазмом будут рассказывать об этом окружающим. Если проданные вами семена травы украсили их лужайку, они сообщат об этом соседям. Если ваша книга спасла им жизнь, об этом, несомненно, узнают все.

В наши дни, купив какой-то товар и действительно получив обещанное, люди так удивлены и обрадованы, что с удовольствием делятся информацией с окружающими. Если в разговоре всплывет тема, касающаяся вашей продукции, они расскажут о вашей компании с превеликим удовольствием.

Так что же я имею в виду, призывая вас следить, чтобы клиенты на самом деле получали обещанное? Но разве сейчас вы не заботитесь о том, чтобы они получали все, что им было предложено?

Конечно, это так. Однако я говорю о том, что покупатель должен получать все преимущества, а это совсем другое дело. Итак, что же это значит и как этого добиться?

Во-первых, как я уже говорил, ваша продукция должна обеспечивать эти преимущества. Если ваш товар покупают потому, что вы создали у людей иллюзию его преимуществ, которых на самом деле нет или они незначительны, нужно что-то менять. Невозможно построить серьезный бизнес, продавая бесполезную продукцию.

Если предположить, что ваш товар действительно качественный, почему потребитель не ощущает его преимуществ?

Все верно! Если продукт не используется, его преимущества не могут быть оценены! Поэтому в первую очередь вы должны добиться, чтобы потребитель его использовал. Может, для этого придется держать покупателей в ожидании появления товара.

Возможно, следует отправить покупателям письмо, в котором еще раз описать преимущества приобретенного ими продукта с призывом немедленно достать его из коробки и использовать! Я бы использовал не электронную, а обычную почту, потому что это будет иметь большее воздействие, и вероятность прочтения письма больше. Поверьте мне, если вы прямо скажете это сделать, большинство людей так и поступят. И в этом случае у них больше шансов убедиться в преимуществах вашей продукции.

Вы даже можете позвонить покупателю спустя несколько дней, чтобы проверить, как у него обстоят дела, и ответить на возникшие вопросы. Если вы решите написать письмо, укажите номер телефона, по которому человек может при необходимости позвонить.

Вы можете направить покупателям по почте либо разместить на сайте полезные рекомендации по использованию своей продукции.

Всегда подчеркивайте преимущества, полученные покупателем, ведь это интересует людей в первую очередь и является основной причиной приобретения вашего товара.

Вы можете отправлять своим клиентам напоминания раз в несколько недель на протяжении 6 месяцев после совершения сделки, повторно рассказывая о преимуществах и призывая опробовать вашу продукцию на практике.

Мои слова могут показаться бессмысленными, но знаете ли вы, что большинство людей, купивших какую-либо вещь, либо вообще никогда не используют ее, либо пользуются ею несколько раз, чтобы потом навсегда забыть о ней? Не все открывают купленные книги, а те, которые открывают, не всегда читают дальше первых глав.

Люди, покупающие тренажеры, редко пользуются ими после первой недели или двух. Большинство людей никогда не проходят до конца программу самосовершенствования, заниматься по которой они начали. И это справедливо для любой области. Уверен, вы понимаете, о чем я говорю.

Если вы продаете услуги, то, возможно, следует рассказать клиентам об их преимуществах. Если вы занимаетесь покраской домов, пройдитесь вместе с клиентом вокруг дома и покажите, с какой тщательностью вы обработали подоконники, какое внимание уделили небольшим деталям, как позаботились о том, чтобы краска не попала на окна, и так далее. Кроме того, вы можете раз в полгода заехать к клиенту и проверить, что краска хорошо держится, или позвонить и узнать, в каком состоянии дом.

Видите, насколько этот подход отличается от того, что ожидает большинство людей? Вы убедились, насколько хорошо будете выглядеть, следуя этим простым советам? Я знал, что вы поймете!

Еще почему люди могут не ощущать преимуществ вашей продукции?

И снова вы угадали! Потому, что перестали ею пользоваться! Молодцы. Вы начинаете мыслить, как настоящий предприниматель.

Итак, почему покупатели перестают пользоваться купленным товаром? Причины могут отличаться в зависимости от конкретного случая, но ведь вы можете узнать о них, спросив об этом покупателей. «Вы пользуетесь своей покупкой? Нет? Расскажите, почему?» Узнайте причину, после чего постарайтесь решить проблему, какова бы она ни была.

Возможно, клиенты перестали использовать продукт потому, что необходима запасная часть, или потому, что что-то сломалось. Если вы свяжетесь с ними как раз в тот момент, когда это произошло, и предложите простой вариант замены или ремонта, вы решите возникшую проблему, и люди продолжат пользоваться купленной вещью. Можно продавать товар с запасными деталями, вложив в упаковку номер телефона технической поддержки. Можно предпринять любые действия, которые подходят для вашего конкретного случая.

Тщательно все проанализировав, вы поймете, почему ваша продукция лежит без употребления. Остается найти способ решить проблему.

Основной продукцией компании *Centerpointe* (www.centerpointe.com) является аудиопрограмма, которая при прослушивании через стереонаушники вызывает состояние глубокой медитации, обеспечивая ментальные, эмоциональные и духовные преимущества медитации, многократно усиленные благодаря музыкальному фону. Одна из

причин, заставляющая людей прекратить использование программы, – эмоциональные проблемы, возникающие при использовании данной технологии.

Поэтому я забочусь о том, чтобы мои клиенты осознавали, что такое может случиться; объясняю, почему это происходит и как следует поступить. Я демонстрирую преимущества решения выявленных проблем и указываю, как минимизировать возможный дискомфорт.

Лично я каждые две недели на протяжении шести месяцев после покупки рассылаю клиентам письма. Кроме того, я высылаю бесплатный экземпляр своей книги «Граница разума» («Thresholds of the Mind») и набор компакт-дисков с записями моих семинаров в Centerpointe. И книга, и диски содержат информацию, которая стимулирует клиентов пользоваться программой. Кроме того, у меня есть штат сотрудников, которые целыми днями общаются с клиентами, помогая им понять происходящее.

Другими словами, я обучаю клиентов, я держу их за руку, чтобы они не сошли с намеченного пути!

Еще одной причиной того, что продукт не используется, может стать нехватка времени для ознакомления с ним. Действительно, ведь нужно некоторое время, чтобы прочесть книгу или пройти курс самосовершенствования. Некоторые покупают товар, но не находят времени для его использования. Придумайте, как решить эту проблему, и вашу продукцию будут использовать (и ощущать ее преимущества) больше людей.

Если у нас возникает ощущение, что кто-то из клиентов намерен прекратить пользоваться продукцией Holosync из-за нехватки времени, у нас есть несколько вариантов решения этой проблемы. При этом мы, конечно же, постоянно напоминаем о преимуществах, которые можно получить, используя программу, и насколько эти преимущества более значимы по сравнению с небольшим количеством времени, необходимым для ознакомления с нею.

Бывает, что потребители перестают пользоваться вашим продуктом из-за плохого самочувствия, которое они связывают с его использованием, либо из-за других побочных эффектов. Узнайте, о каких побочных эффектах идет речь, и решите проблему.

Еще одной причиной, по которой покупатели могут не оценить достоинств вашей продукции, может заключаться в неправильном использовании или затруднениях при его применении. Необходимо выяснить, в чем дело, и предотвратить нежелательные последствия. Если существует хотя бы один способ использовать ваш товар неправильно, покупатели, несомненно, найдут его.

Инструкции по использованию должны быть предельно просты. Сделайте все, что в ваших силах, чтобы исключить возможность запутаться, неправильно использовать продукт или не оценить его преимуществ. Наймите специального сотрудника, у которого клиенты смогут получить помощь по телефону. Напоминайте людям как можно чаще, что такой человек работает и готов их выслушать.

Сделаю одно признание. Когда компания Centerpointe только начинала работать, для поддержки клиентов я стал использовать почту, горячую телефонную линию и другие приемы. Я хотел быть уверен, что покупатели получают выгоды от приобретаемой продукции. Мне все говорили, что я

сошел с ума, что все эти письма будут стоить мне слишком дорого, а на телефонные разговоры с клиентами будет тратиться много времени.

Но мне было все равно, потому что я верил в технологию HoloSync и ее действие, и мне очень хотелось, чтобы все на собственном опыте убедились в ее достоинствах. Кто-то может сказать, что мои действия объяснялись расчетом, но это не так. Только спустя некоторое время я понял, насколько удачной была моя идея в коммерческом отношении.

Как же удалось оценить значимость идеи в коммерческом плане? Оказалось, что половину продукции я продаю благодаря рекомендации, хотя никого не просил рекламировать мои товары и услуги. (Сейчас я это делаю, советую и вам.) Когда владельцы других компаний узнавали, сколько покупателей приходит ко мне по рекомендации, их удивлению не было предела! Я не знал, как обстоит дело у других, поэтому считал свою ситуацию нормой.

Поверьте, советам, которые я даю, стоит следовать, однако мало кто это делает. На этом можно заработать кучу денег, гарантирую.

Воспринимать именно так свой бизнес и покупателей – прекрасный пример того, что я и мой деловой партнер Бред Энтин называем «мыслить, как настоящий предприниматель». То, о чем я говорю, – это не просто техника продаж. Это долгосрочная стратегия, которая обеспечит вам громадные преимущества перед конкурентами.

Хотя многие этого не осознают (к сожалению), задача предпринимателя состоит в том, чтобы давать покупателям преимущества. Маркетинговая составляющая этой задачи – показать людям, каковы эти преимущества, убедить их в том, что вы действительно сможете их обеспечить, и доказать, что они стоят тех денег, которые вы за них просите, или даже намного больше. Но вы убедились, насколько легко это становится, если делать все возможное для того, чтобы люди действительно получали эти преимущества?

Когда покупатель рассказывает кому-то о полученных им преимуществах, это вызывает намного большее доверие, чем когда об этом говорите вы сами. И когда вы рассказываете покупателю, который уже убедился в достоинствах вашей продукции, о других товарах, повторные продажи идут как по маслу.

Поэтому предлагаю вам сесть и подумать о моих словах применительно к своему бизнесу. Проанализируйте, как заставить покупателей использовать вашу продукцию и как добиться того, чтобы они не переставали ею пользоваться. Задумайтесь, как избежать неправильного использования продукта, в результате чего покупатель не получит обещанных преимуществ. Решите для себя, как заставить людей замечать достоинства продукта, которые вы действительно обеспечили.

Сделав это, вы начнете мыслить, как настоящий продавец. И тогда ваш бизнес будет развиваться, а доходы – расти.

Билл Харрис является одним из разработчиков программы HoloSync Solution, в которой применяется принадлежащая компании Centerpointe аудиотехнология HoloSync – использование успокаивающей музыки и звуков природы для достижения глубоких медитативных состояний, благодаря которым мозг переходит на более высокий уровень функционирования.

На данный момент Билл является президентом и директором Исследовательского института Centerpointe (www.Centerpointe.com).

Резюме

В этой главе были рассмотрены следующие вопросы.

- В Интернете спрятаться негде.
- Обеспечьте высокий уровень обслуживания.
- Превзойдите ожидания покупателей.

Наш эксперт Билл Харрис поведал о том, как важно, чтобы покупатели всегда получали обещанное.

Глава 11

Заручитесь поддержкой единомышленников

Управление интернет-компанией может приносить огромное удовольствие тем, кто чувствует в себе предпринимательскую жилку. Если вам нравится быть в одиночестве, то вы обнаружите, что интернет-бизнес имеет для вас безусловные преимущества. Однако иногда это оборачивается недостатком с практической точки зрения, поскольку рядом нет никого, с кем можно было бы поделиться идеями и обсудить возможные пути решения проблем. Члены семьи могут выразить желание помочь, но это окажется действенным только в том случае, если они знакомы с областью вашей деятельности.

Эффективность мастер-групп

Авторам повезло, что у нас есть друзья в сфере интернет-бизнеса, и мы общаемся с ними по телефону и по электронной почте. Но самую большую поддержку оказывают нам участники наших мастер-групп. На протяжении нескольких лет Джиллиан и Джо каждую неделю посещали одну мастер-группу. В 2006 году Джо Витале в соавторстве со своим другом Биллом Гибблером написал очень популярную книгу на эту тему; внесла вклад в ее написание и Джиллиан. Это книга «Встречай и богатей» («Meet and Grow Rich»), и мы рекомендуем вам приобрести ее. Найти книгу можно в Amazon и других интернет-магазинах. Мы попросили Билла выступить нашим экспертом по вопросам мастер-групп.

Статья приглашенного эксперта

Мастер-группы для владельцев интернет-компаний

Билл Гибблер

Преуспеть в интернет-бизнесе нелегко. Иногда можно почувствовать себя уставшим и одиноким. Но представьте, что у вас есть группа единомышленников, которые дают вам советы, поддерживают и помогают сосредоточиться на ваших целях. Если эта группа образует крепкий союз для работы над совместными проектами, обмена ресурсами и эффективного развития бизнеса? Хотели бы вы быть участником такой группы?

Подобные группы формируются во всем мире. Они называются *мастер-группами*. Такие группы объединяют людей со схожими интересами для достижения личных и коллективных целей – богатства, здоровья и т. п. Основной темой мастер-группы «Siglo IV», в которую я сейчас вхожу, является интернет-маркетинг.

Мастер-группы могут принести пользу любому человеку, но людям, зарабатывающим себе на жизнь в Интернете, они дают дополнительные преимущества. Люди, которые занимаются интернет-бизнесом, обычно работают дома, поэтому часто оказываются в изоляции. Во всем мире у нас есть покупатели и партнеры, но мы редко встречаемся с ними лично. Чаще всего единственной возможностью личного общения для нас являются выездные семинары. Поэтому, помимо других выгод, мастер-

группы представляют собой наше социальное окружение. Но и помимо этого они имеют много преимуществ для владельцев интернет-компаний.

Участники нашей группы вместе создают товары и услуги, выступают друг у друга на выездных семинарах и телеконференциях, а также продвигают продукцию ее членов среди своих клиентов. Можно не только организовывать совместные проекты, но и обмениваться сведениями о таких человеческих и технических ресурсах.

- Разработчики веб-сайтов.
- Художники компьютерной графики.
- Услуги автоматизации веб-сайтов.
- Виртуальные помощники.
- Предприятия-производители.
- Издательства.
- Услуги по проведению телесеминаров и веб-конференций.
- Сетевые аудио– и видеопрограммы и услуги.
- Программисты.
- Услуги автоответчика.

Этот список можно продолжить. Вместо использования дешевого хостинга коллективного доступа участники могут размещать свои сайты на выделенном сервере. Тогда, вместо того чтобы платить около 20 долларов в месяц за размещение сайта на сервере вместе с тысячами других, приблизительно за те же деньги пятеро или шестеро человек смогут совместно использовать быстрый современный веб-сервер. Благодаря этому посетители смогут быстрее загружать ваш сайт, уменьшится вероятность неисправностей. Кроме того, вы можете поделиться с другими участниками информацией о совместных проектах, партнерских программах, приложениях для создания и продажи электронных книг, курсах интернет-маркетинга и многом другом.

Итак, какова оптимальная численность мастер-группы? Идеальное количество участников – пять или шесть человек. При большей численности встречи группы могут слишком затягиваться. Если на каждое выступление отводится 20 минут, встреча шести участников продолжается два часа. Еще полчаса уходит на открытие и закрытие заседания и на короткий перерыв. Получается два с половиной часа. Выделять на встречи более продолжительное время уже затруднительно, особенно если они происходят каждую неделю. Поэтому если в группе больше шести участников, рекомендуем сократить время выступлений до 10–15 минут.

Однако если число участников группы меньше пяти человек, заседания группы проходят непродуктивно, когда один или два участника отсутствуют. В итоге вам придется либо отменять заседания, либо исключать отдельных участников.

Как часто следует встречаться группе? У меня были группы, которые встречались еженедельно или раз в две недели. Я предпочитаю проводить заседания раз в неделю либо раз в месяц. Многим больше нравится встречаться каждую неделю, потому что это создает некий постоянный ритм. Встречаясь раз в две недели, вы можете слишком много времени тратить на обсуждение того, чем были заняты с момента последней встречи. Кроме того, если вы пропустите одно заседание, то выпадете из обоймы на целый месяц.

Приходилось видеть группы, которые встречались раз в месяц и при этом работали достаточно успешно. Вы можете попробовать какое-то время проводить заседания каждую неделю, а затем сделать их реже, если группа почувствует, что расписание встреч слишком плотное.

Где встречаться? Заседание мастер-группы требует тихого, уединенного места, где люди будут чувствовать себя комфортно на протяжении двух-трех часов. Выберите место с парковкой, безопасное и удобное для всех участников группы. Это может быть комната для переговоров в офисном здании либо отдельный кабинет в библиотеке, доме культуры или ресторане. Некоторые мастер-группы проводят встречи у участников дома. Можно проводить заседания либо в одном и том же месте, либо каждый раз у другого участника. Если вы выберете последний вариант, удостоверьтесь, что эта идея по душе всем участникам группы.

Как подобрать участников мастер-группы? Я считаю, что не следует пытаться найти сразу всех партнеров, начните с поиска одного. Найдите человека, с которым у вас схожие цели и интересы. Встретьтесь один-два раза, начните строить отношения и убедитесь, что вы хорошо находите общий язык. Затем вдвоем приступайте к поиску третьего участника мастер-группы.

Найдя нового претендента, пригласите его на испытательный период. Если новый участник удачно впишется в группу, пригласите его стать постоянным членом. Если же в течение пробного периода вы будете ощущать дискомфорт в общении с этим человеком, поблагодарите его за время, которое он вам уделит, и приступайте к поискам другого претендента.

Когда у вас появится постоянный третий участник, вы уже втроем можете начать поиски четвертого. Продолжайте эту процедуру до того момента, пока не сформируется постоянно действующая группа из пяти-шести человек.

Мастер-группы доказали свою эффективность в различных аспектах – от моральной поддержки до финансовой. Многие финансово успешные предприниматели в разное время использовали мастер-группы. Для вас эта практика также может оказаться эффективной.

Билл Гибблер является соавтором (вместе с Джо Витале) книги «Meet and Grow Rich». Больше информации о том, как формировать мастер-группы, вы можете найти на сайте www.MeetandGrowRich.com. Если вы хотите прочесть рекомендации, советы, ознакомиться с товарами и услугами интернет-компаний, подпишитесь на бесплатную рассылку новостей Билла на сайте www.EcommerceConfidential.com.

Делегирование полномочий

Один из наиболее ценных уроков, который должен усвоить предприниматель, особенно занимающийся бизнесом в Интернете, – делегирование полномочий. У каждого человека есть ряд ключевых способностей. Определите, с чем хорошо справляетесь вы, и сосредоточьтесь на этом. Выполнение остальных задач делегируйте другим.

Например, Джиллиан мыслит концептуально и может придумывать новые товары и услуги. Она талантливый писатель и предприниматель, способный видеть общую картину. При этом она «плавает» в технических вопросах, и у нее отсутствуют организаци-

онные навыки. Ее муж Демпси прекрасно разбирается в технической стороне бизнеса. Поэтому он обеспечивает работу сайта (кроме того, ему принадлежит музыкальный сайт www.DempseysMusic.com и ряд партнерских сайтов). Сын Джиллиан Мэт учится на факультете кинематографии. Он размещает видеоматериалы на сайте родителей (по крайней мере, до того момента, пока не станет богатым и знаменитым в своей сфере) и управляет собственным сайтом www.MattColemanFilms.com. Племянницы Британи и Калим выполняют офисную работу, параллельно учась в колледже. За годы работы Джиллиан собрала отличную команду единомышленников, в которую входят консультанты по вопросам грантов, виртуальные помощники, художники-графики, копирайтеры и директор по маркетингу, ответственный за партнерские программы и совместные проекты.

Джо Витале по натуре стратег и предприниматель; кроме того, он много пишет. Его команда состоит из Сюзанны – лучшего специалиста по связям с общественностью и личного ассистента, которого можно себе представить, веб-мастера, виртуальных помощников, художников-графиков, копирайтеров, а также тренеров по гипнотическому маркетингу, обучением которых он занимался лично. Кроме того, он сотрудничает с компанией, которая занимается распространением его товаров и услуг, а также взаимодействием с партнерами. Разумеется, авторы также участвуют в ряде совместных проектов.

Главная идея сказанного – не пытайтесь делать все самостоятельно. Занимайтесь тем, что можете сделать только вы, и делегируйте другим работу, которую они могут выполнять без проблем. Хороший практический способ: оцените, какая деятельность приносит деньги. Если вы занимаетесь чем-то, что отнимает ваше время и не приносит прибыли, поручите эту работу другому. Если приходится выбирать между двумя делами, занимайтесь тем из них, которое принесет больше денег.

Мы оба могли бы вести телефонные переговоры и организовывать совместные проекты. У нас обоих хорошо получается продавать себя и результаты своей работы. Однако это не самое эффективное использование нашего времени. У нас есть люди, которые успешно с этим справляются. При этом никто другой не может получить доступ к нашим мыслям и записать их. Никто не создаст концепции товаров и услуг, которые приходят нам в голову, хотя способны помочь в их реализации.

Иногда у сотрудников наших компаний также возникают прекрасные идеи, и мы воплощаем их совместно. Мы – творческие люди и всегда поощряем творчество. Практика подтвердила правильность следующего уравнения: $ТП + Э + ЗК = \$$, что означает: творческий подход плюс эффективность плюс забота о клиентах равняется прибыли.

В наших командах имеются специалисты в области бизнеса. Рекомендуем также найти хорошего юриста и бухгалтера. Потратьте время на исследование рынка и найдите лучших консультантов по налогообложению и праву. Следующие две главы книги посвящены именно этим вопросам.

Резюме

В этой главе рассмотрены следующие вопросы.

- Эффективность мастер-групп.
- Делегирование полномочий.

Наш эксперт Билл Гибблер пишет о том, как организовать мастер-группу для поддержки интернет-бизнеса.

Глава 12

Соблюдайте законы Интернета

За жизнь в цивилизованном обществе мы платим необходимостью соблюдать определенный свод законов. Хотя владельцы интернет-компаний ограничены в гораздо меньшей степени по сравнению с традиционными предпринимателями, но тоже должны соблюдать законы. Конечно, ни один из авторов не является юристом, и мы не консультируем вас профессионально. Однако результаты нашего исследования свидетельствуют о том, что есть основная информация, которую вы должны знать.

Спам

Спам – широко используемый термин, обозначающий принудительно рассылаемые сообщения электронной почты. Обилие спама в Интернете создает проблемы для всех, кто занимается интернет-бизнесом. Письма, которые мы отправляем, должны конкурировать с сотнями миллионов ежедневно рассылаемых нежелательных писем. Наши читатели могут не распознать наши сообщения или будут настолько раздражены потоком рекламы порно-сайтов и медикаментов, что просто удалят все сообщения вместе со спамом. Или, что еще хуже, они пометят наши письма как спам, и интернет-провайдер заблокирует наши электронные адреса до тех пор, пока мы не докажем, что читатель подписывался на нашу рассылку.

В 2003 году правительство США даже приняло специальный закон для борьбы со спамом. Этот закон применяется к интернет-компаниям, но не касается личной переписки. Согласно закону, владельцы интернет-компаний должны обеспечить, чтобы каждое посылаемое ими сообщение содержало четыре следующих обязательных элемента:

- 1) ссылку, перейдя по которой получатель может отписаться от рассылки;
- 2) тему сообщения;
- 3) правильный адрес электронной почты отправителя;
- 4) указание на то, содержит ли сообщение информацию только для взрослых.

Конечно же, отъявленные спамеры игнорируют этот закон. Судебным преследованиям за нарушение упомянутого закона подверглись лишь несколько человек, что оказалось абсолютно неэффективным в борьбе со спамом. Однако законопослушные владельцы интернет-компаний должны действовать очень осторожно. Если вы пользуетесь услугами профессионального почтового робота (например, www.CashMachineCart.com), то можете не сомневаться, что ваши электронные сообщения будут иметь надлежащую структуру и требования законодательства будут соблюдены.

Авторские права

Интернет обеспечивает легкий доступ к такому количеству информации (как печатной, так и графической), что может возникнуть соблазн воспользоваться всем этим. Однако закон о защите авторских прав применяется к Интернету в такой же степени, как и к другим видам распространения информации. Использование текста третьей стороны без ее разрешения либо прямого указания на источник цитирования влечет за собой правовую ответственность. Позаботьтесь о том, чтобы содержание сайта было оригинальным. То же самое относится к фотографиям и рисункам. Как только текст или изображение впервые записываются на жесткий диск, создается авторское право. Вы можете купить программное обеспечение с бесплатными фотографиями и рисунками. Кроме того, существуют веб-сайты, предлагаю-

щие графические изображения для многократного использования по лицензии, однако многие из них стоят немалых денег.

Торговые марки

Использование торговых марок для идентификации продуктов на веб-сайте не является незаконным, однако были случаи, когда владельцы торговых марок пытались агрессивно их защищать, заявляя о нарушении своих прав. Создавая новые торговые марки, следите за тем, чтобы они не походили на существующие или не вводили в заблуждение потребителей, поскольку это может нарушить права третьих лиц.

Создавая название собственной торговой марки, лучше придумать новое слово или четко использовать уже существующее. Затем необходимо проверить в соответствующих органах, не существует ли марка с таким названием. После этого советуем заняться регистрацией вашей торговой марки. Эта процедура довольно проста, хотя и требует времени. В крайнем случае, существуют юристы и фирмы, которые могут сделать это за вас.

СВОБОДА СЛОВА

Интернет создал удивительное сообщество, где люди могут говорить прямо и открыто. Занимаясь интернет-бизнесом, вы сможете отчасти насладиться этой свободой. Тем не менее следует помнить, что на вас налагается ряд правовых ограничений. В частности, следует помнить о недопустимости клеветнических заявлений в адрес другого человека или организации. Клевета представляет собой ложные заявления, которые наносят вред репутации человека или организации. В соответствующих законах разобраться непросто. Главное – помнить о том, что на судебную защиту деловой репутации придется тратить деньги, поэтому подумайте, прежде чем что-то написать.

Наш следующий эксперт, Боб Зильбер, – юрист. Он консультирует владельцев многих ведущих интернет-компаний, и мы попросили его назвать правовые вопросы, которые он считает критически важными для людей, связанных с интернет-бизнесом.

Статья приглашенного эксперта

Правовые аспекты интернет-бизнеса

Боб Зильбер

Предприниматели задают мне один и тот же вопрос: «Какую ошибку чаще всего совершают люди, занимающиеся интернет-бизнесом?»

Представляя интересы как новичков, только начинающих развивать свой интернет-бизнес, так и владельцев интернет-компаний, зарабатывающих миллионы долларов в год, я отвечаю одинаково: «Необходимо относиться к бизнесу в Интернете, как к настоящему бизнесу». Речь здесь идет о множестве аспектов.

Например, предприниматель, который не подумал бы заниматься коммерческой деятельностью, не обезопасив себя в правовом отношении созданием юридического лица с ограничением ответственности (акционерной компании или общества с ограниченной ответственностью), часто управляет интернет-компанией без правовой защиты. Всем

прекрасно известно, что в нашем обществе предусмотрено судебное рассмотрение споров, и без такой защиты вы ставите под угрозу не только активы компании, но и личное имущество. Если сказанное относится к вам, необходимо проконсультироваться со своим бухгалтером, определить наиболее подходящую организационно-правовую форму для своей компании и обеспечить себе юридическую защиту.

Хотя соблюдение правил в Сети контролирует множество организаций, в США основным регуляторным органом является Федеральная торговая комиссия (ФТК), решительно применяющая эффективные меры к нарушителям как в Интернете, так и в традиционном бизнесе. ФТК регулирует рекламу и методы ведения бизнеса при помощи строгих правил, положений и законов, направленных на защиту компаний и потребителей. Все средства распространения рекламы, включая прямую рассылку, печать, телевидение, радио и Интернет, подчиняются правилам и положениям ФТК.

Еще одним аспектом, требующим правового обеспечения, является реклама продукции, продаваемой на вашем сайте. Информация о предлагаемых товарах и услугах должна быть правдивой и не преувеличенной. Можете нанять профессионального копирайтера, который напишет эффективный рекламный текст с соблюдением норм и стандартов ФТК.

На веб-сайте должны быть размещены соответствующие правовые документы, например касающиеся защиты конфиденциальной информации. Необходимо также разработать и поместить на сайте условия предоставления услуг или пользовательские соглашения. Кроме того, существуют такие общепринятые юридические документы, как заявление об ограничении ответственности и гарантии. Советуем проконсультироваться с юристом и выяснить, какие документы должны быть размещены на сайте, что уберезет вас от возможных проблем в будущем.

Не менее важно выбрать и зарегистрировать соответствующее доменное имя для вашей компании. Когда выберете подходящее доменное имя, поищите, не зарегистрировано ли это либо аналогичное имя. Обнаружив, что такое или похожее имя уже регистрировалось, придумайте другое, после чего повторите поиск. Нет ничего более неприятного, чем вложить время, деньги и силы в создание торговой марки, соответствующей названию компании, чтобы впоследствии получить письмо с претензией о нарушении прав на торговую марку.

Нужно быть осторожным, чтобы не нарушить прав третьей стороны на торговую марку, зарегистрировав доменное имя, которое совпадает или ассоциируется с ней.

Относитесь к интернет-бизнесу так же, как к традиционному, тогда вы сможете заработать деньги, избежав при этом проблем, с которыми сталкиваются люди, ведущие бизнес в Сети.

Боб Зильбер – один из авторитетнейших специалистов в правовых вопросах интернет-бизнеса. Боб Зильбер – юрист, консультант, писатель и бывший помощник профессора экономики, бизнеса, электронной коммерции, интеллектуальных прав и интернет-права одного из университетов. Среди его клиентов можно встретить авторов бестселлеров и владельцев интернет-компаний, ежегодно зарабатывающих миллионы долларов. Вы

можете подписаться на его бесплатную рассылку для предпринимателей, работающих в Сети, на сайте www.BobSilberLetter.com.

Резюме

В этой главе рассмотрены следующие вопросы.

- Распознавайте спам и избегайте его.
- Соблюдайте авторские права.
- Соблюдайте законы о торговых марках.
- Свобода слова как права и обязанности.

Глава 13

План достижения успеха

Интернет-бизнес дает уникальную возможность начать коммерческую деятельность самостоятельно, с минимальными начальными инвестициями, без наемных сотрудников и с минимальной инфраструктурой. И все же существует ряд требований, которые должен выполнять каждый предприниматель. Предлагаем вашему вниманию несколько рекомендаций.

Составление бизнес-плана

Предполагаем, что некоторые читатели, увидев этот заголовок, напряглись. Другие, наоборот, обрадовались и начали мысленно потирать руки в предвкушении. Если вы – природный организатор, написание бизнес-плана не составит для вас труда. В противном случае призываем вас внимательно прочесть все, описанное ниже.

Давайте зададимся вопросом: «*Зачем?*». Зачем составлять бизнес-план? Почему нельзя сразу же приступить к действиям? Многие бизнесмены именно так и поступают – начинают бизнес, а позже, при необходимости, приступают к разработке бизнес-плана. Мы не призываем вас строго следовать определенному порядку действий, однако рекомендуем на начальной стадии развития компании все же заняться написанием бизнес-плана.

Бизнес-план пригодится, если вы решите взять кредит или привлечь средства инвесторов. Однако главным достоинством бизнес-плана является то, что он позволяет оценить состояние бизнеса в целом, принять стратегические решения и планировать тактические действия. То есть это инструмент, благодаря которому бизнес растет и развивается.

Бизнес-план не является документом, составленным раз и навсегда. Нельзя написать его, положить в шкаф и забыть. Бизнес-план отражает ваше видение бизнеса на конкретный момент времени. Чтобы этот документ действительно работал на вас, его следует не только составить, но и ежеквартально пересматривать все время, пока существует ваш бизнес. Таким образом, в пересмотренном бизнес-плане будут уточнены принятые решения с учетом всего, чему вы научились за время работы компании.

Формат бизнес-плана может быть разным. Ниже перечислены ключевые элементы этого документа.

1. Резюме. В резюме бизнес-плана на одной или двух страницах приводятся ключевые положения последующих разделов.

2. О компании. В этом разделе излагаются цели и задачи компании. Кратко опишите историю ее создания компании и организационно-правовую форму (частный предприниматель, партнерство, юридическое лицо). Укажите, кто управляет компанией. Это можете быть только вы или команда сотрудников (подрядчиков).

3. Маркетинговый план. В этом разделе опишите свою рыночную нишу и потенциальных покупателей, а также своих конкурентов, товары и услуги, ценообразование и систему доставки. Охарактеризуйте свою маркетинговую стратегию, основываясь на методах продвижения, описанных в главе 8.

4. Операционный план. Опишите текущую работу и планы развития компании. Здесь можно указать планируемые инвестиции новое программное и аппаратное обеспечение, обучение и развитие персонала. Здесь также необходимо описать финансовое состояние компании. Каковы будут затраты в начале бизнеса (если они еще не были понесены)? Где вы планируете получить необходимый капитал?

Если компания использует заемные средства, как вы планируете их возвращать? Сколько денег требуется каждый месяц на личные нужды и на цели бизнеса? Каковы постоянные и переменные затраты? Как вы планируете покрывать эти затраты по мере развития компании? Предложите свой финансовый план на последующие полгода и год.

Уделите достаточное количество времени написанию бизнес-плана. Это не то задание, с которым можно справиться сразу. Если вы состоите в браке, привлеките к составлению плана вашу вторую половину. Этот документ повлияет на вашу личную и профессиональную жизнь. Если вы участвуете в мастер-группе или у вас есть друзья, чье мнение вы цените, обратитесь к ним за советом. План можно начать писать с любого раздела, однако составление резюме оставьте на конец.

Джиллиан разработала программное обеспечение специально для создания бизнес-планов интернет-компаний. Вы можете найти его на нашем веб-сайте www.YourInternetCashMachine.com.

Регистрация юридического лица

Как уже было сказано, мы не юристы и не можем дать вам профессиональных юридических консультаций. Приведенные ниже рекомендации отражают наше понимание тех или иных вопросов, и прежде чем предпринимать какие-либо действия, вы должны обратиться к профессиональным консультантам-юристам. Тем не менее мы считаем, что официальная регистрация обеспечит вам ряд преимуществ.

Основное преимущество – защита. Если вы регистрируете компанию, она будет считаться отдельным юридическим лицом. Позаботьтесь о том, чтобы бизнес был полностью отделен от вашего личного имущества, чтобы надежно разграничить эти финансовые аспекты. Если вы это сделаете, то предъявленный иск затронет только юридическое лицо, а не вас лично. Все ваши личные активы будут надежно защищены. Многие владельцы бизнеса открывают несколько юридических лиц, чтобы построить правовую стену между различными направлениями деятельности и активами.

Кроме того, юридические лица имеют ряд преимуществ, недоступных индивидуальным предпринимателям. Например, некоторые виды страхования здоровья, жизни, долгосрочного медицинского страхования могут быть оформлены только юридическим лицом. Страховка может оплачиваться из прибыли до вычета налогов. Юридическое лицо может предоставлять своим сотрудникам и другие льготы, например оплату обучения.

Существует несколько типов юридических лиц. В США традиционной организационно-правовой формой является корпорация, при этом все большую популярность приобретают общества с ограниченной ответственностью. Много информации можно найти в Интернете; советуем провести исследование и разобраться в этом вопросе, прежде чем принимать окончательное решение. Когда вы будете подыскивать себе юриста, советуем выбирать человека, специализирующегося на торговом праве, у которого есть клиенты среди владельцев интернет-компаний.

При составлении планов на будущее как нельзя справедлива пословица: «Знание – сила». В нашей последней статье в роли рассказчика выступает эксперт Майк Мограби, автор бестселлера «378 прогнозов по интернет-маркетингу» («378 Internet Marketing Predictions»). Майк живет и работает в Ливане, и мы попросили его поделиться с нами своими глобальными прогнозами.

Статья приглашенного эксперта

Как спрогнозировать путь к богатству

Майк Мограби

Подумайте о приведенных ниже прогнозах, сделанных специалистами.

– «Устройство, называемое «телефон», имеет слишком много недостатков, чтобы всерьез рассматривать его как средство связи. Поэтому данное изобретение не имеет для нас никакой ценности» (служебная записка компании *Western Union*, 1876 год).

– «Нам не нравится, как они звучат, и вообще гитара – это вчерашний день» (компания звукозаписи *Decca*, отклонившая альбом группы «Beatles» в 1962 году).

– «Проигрыватель... не имеет никакой коммерческой ценности» (Томас Эдисон делится впечатлениями о своем изобретении с ассистентом Сэмом Инсуллом, 1880 год).

– «Здравомыслящие и ответственные женщины никогда не захотят голосовать» (Гровер Кливленд, 1905 год).

– «Это пустые мечты – думать, что... автомобили займут место железных дорог в перевозке на дальние расстояния... пассажиров» (Американский конгресс по вопросам дорог, 1913 год).

– «Человек никогда не сможет укротить силу атома, это абсолютно невозможно» (Роберт Милликен, лауреат Нобелевской премии по физике, 1920 год).

– «Смешно думать, что Соединенные Штаты смогут воплотить в жизнь идею высадки человека на Луне в 1970 году, как планирует Кеннеди» (журнал *New Scientist*, 30 апреля 1964 года).

– «Эта бомба никогда не взорвется. Я говорю это как специалист по взрывчатым веществам» (Адмирал Уильям Лихи, проект США по созданию атомной бомбы, 1943 год).

– «Эта музыкальная коробка без проводов не может иметь никакой коммерческой ценности. Кто будет оплачивать послания, не предназначенные для частного лица?» (партнеры Давида Сарнова в ответ на его предложение инвестировать в проект создания радио, 1920-е годы).

– «У людей нет нужды иметь дома компьютер» (Кен Олсен, президент корпорации *Digital Equipment Corporation*, 1977 год).

– «Кому захочется услышать речь актеров с экрана?» (Гарри Уорнер, основатель компании *Warner Brothers Pictures*, 1927 год).

– «Думаю, на мировом рынке существует спрос на пять компьютеров» (Томас Уотсон, директор компании *IBM*, 1943 год).

– «Полет на машинах, тяжелее воздуха, непрактичен и бесполезен, если вообще возможен» (Саймон Ньюкомб, астроном, 1902 год).

– «Человек никогда не попадет на Луну, несмотря на развитие науки в будущем» (доктор Ли де Форест, изобретатель, 1957 год).

– «Летательные аппараты, тяжелее воздуха, в принципе невозможны» (Лорд Кельвин, президент Королевского научного общества, 1895 год).

– «640 Кбайт памяти компьютера достаточно для каждого» (Билл Гейтс, 1981 год).

Источник: Джоэл Баркер «Парадигмы мышления. Как увидеть новое и преуспеть в меняющемся мире» (Изд-во «Альпина Бизнес Букс», 2007 г.), прекрасная книга о способности видеть новое.

Что могло заставить профессионалов и гениев, которых мы только что процитировали, делать такие нелепые прогнозы? Ответ кроется в сложившейся системе взглядов, способной ослеплять человека.

Избавьтесь от оков сложившихся представлений

Даже специалисты и профессионалы иногда неспособны перешагнуть через шаблоны собственного мышления. Что именно представляет собой такой шаблон? Это набор взглядов, правил и норм (писанных или неписанных), который выполняет две функции: во-первых, устанавливает или определяет границы (мышления, поведения и т. д.); во-вторых, указывает, как человек должен думать и вести себя в пределах этих границ, чтобы быть успешным.

Представления определяют восприятие человеком мира. Лучше всего люди видят то, что, по их мнению, они должны видеть. Это определяется доминирующими представлениями. При этом люди плохо воспринимают или вообще не воспринимают информацию, которая не вписывается в существующие представления. Они в буквальном смысле не видят того, что происходит у них под носом.

Поэтому вы должны знать следующее: будущее вашего бизнеса существует за пределами представлений, доминирующих в соответствующей отрасли. Освободите себя от силы доминирующих представлений, которые поработают и парализуют ваш ум, и вы увидите, как просто делать новые открытия и внедрять инновации.

Изменение представлений происходит в момент перехода от старой системы взглядов к новому набору правил. Потому, чтобы видеть будущее и делать точные прогнозы, придерживайтесь таких рекомендаций.

– Подумайте дважды, прежде чем сказать: «Это невозможно». Помните, что развитие науки и технологий делает невозможное возможным. Поэтому если что-то сегодня кажется нереальным, то это мнение основано лишь на существующих парадигмах.

– Не позволяйте доминирующим представлениям блокировать ваш взгляд.

– Обращайте внимание на нарушителей правил: внимательно следите за профессионалами, играющими против правил, – это может быть сигналом коренных изменений.

А когда меняются правила, может измениться целый мир.

Определите область деятельности или рынок

Итак, вы хотите сделать прогноз на будущее. Вопрос в том, какое именно будущее вас интересует? Фондового рынка? интернет-бизнеса? Компьютерных игр? Будущее какого рынка?

Чтобы делать прогнозы, необходимо определить целевой рынок. Вы должны досконально знать свою отрасль. Для точного прогнозирования необходимо знать целевой рынок как свои пять пальцев.

Вам известно, на чем должны основываться прогнозы? На достоверных фактах! Без таких фактов ваши прогнозы будут представлять собой не что иное, как безосновательные догадки. Вот простой пример, который покажет, что я имею в виду. Ваш ребенок играет в гостиной, а на столе лежит плитка шоколада, которую он еще не заметил. Итак, у вас есть два факта: во-первых, ваш ребенок обожает сладкое, и, во-вторых, он пока не заметил плитку шоколада. На основании этих фактов с высокой степенью вероятности можно предположить, что в ту секунду, когда ребенок увидит сладость, шоколад окажется в его руках.

Чем глубже вы изучите область своей деятельности или рынок, тем более достоверные факты будут лежать в основе ваших прогнозов. Начните изучать и жадно исследовать все, что связано с областью вашей деятельности и рынком, на котором вы работаете. Знайте их как свои пять пальцев. Чем глубже ваши знания, тем точнее будет прогноз.

Зайдите на сайты интернет-магазинов, например Amazon.com, и изучите ресурсы, относящиеся к вашему бизнесу, отрасли и целевому рынку. Подпишитесь на все онлайн и обычные рассылки и издания по интересующей вас теме. Проведите исследование в Интернете, добавьте в избранное все веб-сайты, касающиеся сферы ваших интересов, и не забывайте периодически их просматривать. Воспользуйтесь услугами сетевой информационной компании Alexa (www.alexa.com), определите по рейтингам авторитетные веб-сайты и посетите те, которые вам подходят.

Несомненно, вы не узнаете абсолютно все о нужной отрасли. Но, следуя моим рекомендациям, вы разовьете свою интуицию и аналитические способности до такой степени, что вскоре сможете делать точные прогнозы даже на основании неполных данных.

Когда создается будущее

Оно создается в настоящем! Те события, которые в ближайшем будущем произойдут с вами и вашим бизнесом, определяются тем, что вы делаете сегодня. Завтрашний день зависит от сегодняшнего. Если сегодня вы бросите в землю косточку от яблока, завтра у вас вырастет яблоня. Ну, может, не совсем завтра, но можно спорить, что персиковое дерево у вас точно не вырастет!

Если вы сейчас съедите что-нибудь соленое, очень скоро вам захочется пить и понадобится вода. Большинство людей не могут предвидеть все последствия своих сегодняшних действий и не делают этого. Мы буквально окружены знаками, которые говорят нам, что произойдет в будущем, но люди осознают их значимость с большим опозданием.

Чтобы строить достоверные прогнозы на будущее, думайте о последствиях сегодняшних действий. Старайтесь проанализировать, как каким проблемам, сложностям и испытаниям могут привести действия, предпринятые сегодня.

Внимательно следите за альфа- и бета-версиями и развитием новых технологий

Новые технологии дают возможность разрабатывать эффективные решения, недоступные в прошлом. Будьте в курсе новых технологий, появляющихся в сфере вашей деятельности. Один из лучших способов добиться этого (хотя и не единственный) – отслеживание новостей об альфа- и бета-версиях новых программ.

Что такое альфа- и бета-версии? Программные приложения и технологические решения перед окончательным выпуском обычно проходят альфа- и бета-тестирование.

Если вы следите за альфа- и бета-версиями, то заранее знаете о том, какие новые программные продукты и решения будут предложены в вашей области. Один из ресурсов, который поможет в этом, – сайт *www.BetaNews.com*.

Значение новых технологий, определяющих будущее планеты, стремительно возрастает. Будьте в курсе технического прогресса. Задайте себе вопрос: как новые технологии повлияют на развитие вашей отрасли, и как стать первым, кто на этом заработает. Очень внимательно отслеживайте действия технических специалистов, определяющих правила игры в вашем бизнесе.

Люди, которые очень хорошо разбираются в своей области деятельности и знают, как использовать новейшие технологии для решения актуальных проблем (которые не могут быть решены при помощи существующих программных решений), всегда зарабатывают много денег.

Новые технологии устанавливают новую, более высокую планку наших возможностей. Они заново определяют границы возможного.

Выявляйте проблемы и находите для них инновационные решения

Это проще, чем вы думаете! Поскольку, освободившись от оков доминирующих представлений, вы способны мыслить более открыто в направлении инноваций, чем ваши коллеги и конкуренты. Определите имеющиеся в сфере вашей деятельности проблемы, которые давно нуждаются в решении, однако до сих пор не были решены.

На самом деле, формула очень проста. Если вы способны выявить проблемы, которые стоят перед вашей отраслью, рынком или компанией, и предложить решение этих проблем, это будет означать, что вы сами творите будущее.

Как найти инновационные решения? На этот вопрос есть волшебный ответ: поставьте под сомнение правильность привычного хода событий. Самый эффективный вопрос, вопрос на миллион долларов, который вы должны постоянно себе задавать:

«Кто сказал, что это нужно делать именно так?» Кто определяет наши поступки в той или иной ситуации?

Кто сказал, что у часов должны быть стрелки, пружины и другие детали? В исследовательском институте города Невшатель, Швейцария, ученые разработали электронные кварцевые часы. Когда в 1967 году эта революционная идея была представлена на суд швейцарских производителей, она не нашла поддержки. Почему? Потому что у этих часов не было ходовой пружины, не было стрелок, в них практически не использовались традиционные механизмы, а для питания служила батарейка. Это были электронные часы.

Небольшой совет: не сосредотачивайтесь на решении простых проблем, потому что 99,9 % ваших конкурентов работают над поиском их решения. Человеку свойственно в первую очередь пытаться решить простые проблемы. Вы можете получить представление о происходящем, внимательно следя за новостями в своей отрасли.

Вместо этого постарайтесь найти решение более сложных проблем. В этом вам немногие составят конкуренцию. Чем более сложной будет проблема, тем меньше людей будут соревноваться с вами в поиске ее решения!

Найдите способы оптимизировать методы работы на рынке

Давайте сосредоточимся на решениях, которые помогут оптимизировать работу в области вашей деятельности. Вы, наверное, хотите сформулировать вопрос таким образом: «Как работать лучше, эффективнее?»

Однако самые важные вопросы, которые вы должны задать себе, звучат так: «Чего хотят люди? Как дать им это, и сделать это эффективно для себя и для них?»

Всегда думайте об итоговом результате и о конечной цели. Давайте людям то, чего они хотят; тогда, когда они этого хотят, и там, где они этого хотят. И делайте это самым простым, быстрым и не требующим усилий способом. Об этом утверждении можно писать целые энциклопедии.

Размышляя о том, что вы можете предложить людям, не сосредотачивайтесь исключительно на продукции, иначе вы можете заикнуться на ходовых пружинах и стрелках. Факс и электронная почта – это технологии коммуникации, которые используются для отправки и получения информации. Ключевыми словами являются *коммуникация* и *информация*. Хотят ли люди иметь факсимильный аппарат или их целью является быстрая, простая и не требующая усилий отправка и получение информации?

Сетевая коммуникационная компания *ICQ* не занималась созданием нового факсимильного аппарата или разработкой усовершенствованной системы электронных сообщений. *ICQ* нашла решение вопроса, предложив в середине 1990-х годов мгновенный обмен сообщениями. Через несколько лет компания *AOL* приобрела *ICQ* за 283 миллиона долларов!

Вы уловили мысль? Не думайте о продукции! Думайте о решениях, которые воплотятся в продукции.

Мыслите дивергентно

Одной из составляющих стратегических исследований является *дивергентное мышление*. Это умение находить более одного правильного ответа на тот или иной вопрос. Обычно существует более одного решения проблемы. Это проще объяснить на примере.

Давайте рассмотрим рассылку новостей и электронных журналов. Для подписчика проблемой является спам, для издателя – фильтрация электронных писем. Существует два возможных решения: 1) фильтры спама, контролеры спама и меняющиеся контрольные слова; 2) использование каналов RSS/XML, программы чтения новостей и RSS-агрегаторов.

Всегда думайте о двух типах возможных решений – одно должно касаться текущего момента, а другое – *абсолютно с ним не связано*. Первое будет являться *оптимизирующим* решением, которое улучшит то, что уже существует; второе – *инновационным изменением*.

Чаще всего люди сопротивляются любым переменам, поскольку предвидят необходимость обучения и изменения привычного порядка вещей.

Эти решения требуют выхода из зоны комфорта. Однако именно такие решения, внедренные в подходящий момент, приносят новаторам прибыль, выражающуюся в семи- и восьмизначных цифрах!

Сосредоточьтесь на ближайшем будущем

Чем дальше в будущее вы пытаетесь заглянуть, тем больше сгущается туман и тем менее точным становится прогноз. Никто не может точно прогнозировать отдаленное будущее. Основная причина этого – недостаточность информации. Проще говоря, мы не представляем доступных в отдаленном будущем технологий, которые могут полностью (а не только частично) изменить способы работы.

То, что сегодня нам кажется невозможным, невозможно только в контексте доступных технологий и ресурсов. Отдаленное будущее нельзя предугадать, поэтому сосредоточьтесь на ближайшем будущем!

Анализируйте прошлое и извлекайте из него уроки

Не всегда можно определить, что произойдет в будущем, исходя из прошлого, но у прошлого можно многому научиться. Мы знаем, что многие замечательные изобретения впервые появились задолго до того, как человечество узнало о них и оценило. Каждый день кто-то придумывает прекрасное решение, которое затем ждет своего часа. Проблема в том, что изобретатель опередил свое время. Поэтому будьте очень осторожны с высказываниями типа «Мы уже пробовали похожее решение ранее, и оно не сработало».

Новые технологии и решения полностью не вытеснят существующие

Это объясняется двумя причинами. Во-первых, люди неохотно привыкают к новому, даже если это упрощает их жизнь. Переход происходит медленно. Полный отказ от старых технологий и решений требует определенного времени. Чем шире применяется то или иное решение, тем больше времени понадобится на его изменение. Во-вторых, новые технологии и решения могут существовать параллельно с уже существующими.

Сегодня мы пользуемся обычной и электронной почтой, факсом; читаем печатные и электронные книги, используем HTML и Flash-сайты и RSS-публикации. В будущем мы будем использовать как 2D, так и 3D веб-сайты. И это справедливо для любой области деятельности.

Всегда мыслите в категориях *и*, а не *или*.

Майк Мограби – интернет-маркетолог и создатель многих сетевых товаров и услуг. В 2004 году он написал ставшую бестселлером книгу «378 Internet Marketing Predictions». Кроме того, ему принадлежит сайт новостей в области интернет-маркетинга www.imnewswatch.com.

Резюме

В этой главе рассмотрены следующие вопросы.

- Создание бизнес-плана.
- Регистрация юридического лица.

Эксперт Майк Мограби дал рекомендации, касающиеся прогнозирования интернет-бизнеса.

От авторов

Я благодарен Джиллиан за идею этой книги и за проделанную работу. Спасибо Нериссе за любовь, терпение и поддержку, благодаря которым я смог найти время для работы над книгой.

Джо Витале

Спасибо Джо, а также Тому и Пенелопе Поли за то, что помогли мне начать заниматься этим замечательным бизнесом! Благодарю членов своей семьи: Демпси за любовь и заботу, моих детей и внуков за терпение и за то, что позволили мне уделить работе время, которое мы обычно проводим вместе.

Отдельная благодарность Шерил Кромер, Женевиэве Вон и Джерри Миншу за помощь в тот момент, когда она была мне больше всего нужна; а также моим сестрам и друзьям, чьи душевные качества, любовь и поддержка помогают мне на протяжении жизни.

Джиллиан Уиллер