

МОИ СЕКРЕТЫ УСПЕХА В ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСЕ ТЕРРИ ДИН



**ПЕРЕВОД С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
ЛАРИСА ФЕДОРОВА**

© TERRY DEAN

© ПЕРЕВОД С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
ЛАРИСА ФЕДОРОВА

Оглавление

Предисловие	3
Авторские права	4
Секреты успеха в Интернет-бизнесе	5
Интернет стиль жизни менее опасен, чем работа	16
Стоит ли рыночная ниша ваших времени и денег?	19
Как завоевать доверие: 6 способов	22
5 причин для создания ваших собственных продуктов	26
10 правил Интернет-маркетинга, которым стоит следовать	30
Создавая идеи новых продуктов	35
7 работающих инструментов для удвоения количества подписчиков в email рассылке	38

Предисловие



Меня зовут Лариса Федорова. Некоторое время назад я познакомилась с материалами Терри Дина, которого по праву называют пионером интернет-бизнеса. Сначала это было в переводе Павла Берестнева, но вскоре я подписалась на рассылку Терри.

На мой взгляд, отличительной особенностью статей и книг Терри Дина является то, что его рекомендации готовы к немедленному применению на практике и высокая концентрация полезной информации. Именно поэтому в начале сентября я специально для посетителей нашего блога взяла у него интервью. С ним вы можете ознакомиться здесь: <http://blog.disecret.com/?p=373> в аудио и видео формате, а текстовую версию интервью я предлагаю в этой книге.

А в ноябре 2010 года мы, Команда DiS, в рамках проекта «DiS – Территория достижений» (www.disecret.com/?ref=tsymb) начали глобальную обучающую программу с участием Терри Дина и других известных западных интернет-маркетологов. Подробнее здесь: <http://www.disecret.com/terry/?ref=tsymb>

Теперь получить доступ к его обучающим продуктам могут не только те, кто владеет английским языком. С разрешения Терри Дина, я перевела эти статьи с английского языка и составила книгу для вас.

В данной книге вы получите массу полезных рекомендаций, применив даже 10 % которых, значительно продвинетесь в вашем интернет-бизнесе и сможете существенно повысить свои доходы.

А чтобы всегда быть в курсе всех новостей о курсах Терри Дина на русском языке и получать от него полезные материалы с переводом на русский язык, подпишитесь на бесплатную рассылку здесь: <http://www.disecret.com/terry/?ref=tsymb>

Авторские права

Эта книга в целом предназначена для неограниченного распространения только в электронном виде в формате Adobe Acrobat PDF. Внесение любых изменений в текст книги или изменение имеющихся гиперссылок не допускается.

Никакая часть данной книги не может быть опубликована или распространена в любом виде, включая электронный, без письменного разрешения автора и переводчика.

Любое нарушение авторских прав будет преследоваться в полной мере в соответствии с существующим Российским и международным законодательством.

Платное распространение данной книги в электронном виде запрещено и будет преследоваться по закону.

Распространение книги в печатном виде без письменного согласия автора и переводчика запрещено.

Секреты успеха в Интернет-бизнесе

С удовольствием представляю Вам Терри Дина, который дал интервью специально для проекта «DiS – Территория достижений».



Терри Дин - ветеран INTERNET-маркетинга с более чем четырнадцатилетним опытом. Он уже называет Интернет своим стилем жизни и рассказывает о его возможностях.

В 2006 году Терри создал компанию MyMarketingCoach, LLC. как решение для предпринимателей, которые переутомлены, перенапрягаются, не получая при этом желаемого дохода от их бизнеса.

Этот бизнес был основан на трех основных истинах:

- У Вас может быть выгодный бизнес.
- У Вас может быть свободное время, чтобы проводить его с Вашей семьей.
- Вы можете наслаждаться своим бизнесом и своей жизнью.

Эти три факта были соединены и стали основой его лозунга: “Зарабатывайте больше! Работайте меньше. Наслаждайтесь жизнью!”

Лариса Федорова (далее - ЛФ): Приветствую Терри, это Лариса.

Терри Дин (далее - ТД): Добрый день!



ЛФ: Расскажите немного о себе и том, как Вы начали online бизнес.

ТД: Я начал работать в Интернете в 1996 году. Тогда я зарабатывал на жизнь тем, что был разносчиком пиццы за 8 долларов в час, что не очень много. Смешно то, что мне давали выбор: получать минимальную зарплату и чаевые или 8 долларов в час, а у меня никогда не было достаточно чаевых, так что я всегда получал эти самые 8 долларов.

И вот, начав с такой низкой зарплаты, я услышал, что какие-то люди добились успеха, работая в Интернете, хотя тогда в 1996 их ещё было немного, но я знал несколько таких историй. Я отправился в магазин, купил компьютер, до этого я использовал старые компьютеры, и стал учиться пользоваться Интернетом.

Работу в Интернете я начал с того, что покупал лицензии и авторские права на видео (тогда это были видеокассеты VHS), в основном это были видео о работе над собой и самообучении, я стал продавать это видео по Интернету, чтобы начать своё дело. Вот это и было начало моего бизнеса.

ЛФ: Вы говорите об интернет как о стиле жизни, что это означает для Вас?

ТД: Этот стиль жизни означает, что вы можете работать всюду и жить, где угодно. У меня есть клиенты чуть ли не в каждой стране мира: у меня есть клиенты в Австралии, Великобритании, Индии, на Филиппинах, - по всему миру. То есть можно вести бизнес в любой точке мира и создавать свой стиль жизни. Например, я знаю людей, которые работают рано утром, я тоже такой человек, но есть люди, которые работают ночью.

Иногда, работая до обеда, я уже не возвращался к работе после обеда, если у меня ничего не было запланировано. Это совершенно другой стиль жизни. Если у тебя обычная работа, ты должен работать на одном месте, ты не можешь выбирать, в какие часы работать и какую работу выполнять.

В моём бизнесе я делаю ту часть работы, которая мне действительно нравится: я пишу, разговариваю с людьми, придумываю разные идеи, всё остальное, всю рутинную работу, которую надо делать каждый день, как, например, ежедневная работа с многочисленными статьями, всю эту рутину я поручаю другим людям. Так что подобный стиль жизни означает, что ты можешь работать с кем хочешь, когда хочешь и где хочешь, можешь выбирать, какую часть работы выполнять самому и какую часть поручать другим, и создавать такой образ жизни, который подходит именно тебе. Так я поступаю в своём бизнесе, и мне это нравится.

ЛФ: Да, я поняла, получается, Вы сами хозяин своей жизни!

ТД: Да, это так. Мы иногда используем термин «дизайн стиля жизни», ты конструируешь собственный стиль жизни, такой, какой хочешь.

ЛФ: Если человек интересуется интернет стилем жизни, что ему предстоит сделать в первую очередь?

ТД: Тех, кто только начинают, я стараюсь научить тому, что я называю «пересечение увлечения и выгоды». Это значит, что надо найти то, что волнует тебя, что тебя страстно увлекает и в чём у тебя есть нужные навыки, то есть то, от чего ты получаешь удовольствие и что ты умеешь делать хорошо. И нужно определить, где это пересекается с тем, что люди покупают по Интернету, с тем, что может принести доход.

Чтобы научиться находить это пересечение увлечения и выгоды, я прошу людей делать такое упражнение: они должны сесть и составить список того, что им нравится делать. Некоторые увлечения здесь не годятся, например, если вам нравится сидеть в своей комнате и смотреть телевизор или есть что-нибудь, то никто не будет вам за это платить, это не пересекается с выгодой.

Мы здесь говорим о том, что почти у каждого есть что-то, что их волнует по поводу происходящего в мире и то, в чем они могут помочь другим людям.

Почти у каждого человека, согласно моему опыту, есть такая страстная увлечённость, даже если они только начали этим интересоваться и ещё должны многое узнать о предмете своей увлечённости, но это то, о чём они любят говорить, иногда это то, о чем ваши друзья даже устают слушать, потому что вы так много об этом говорите.

Я видел много женщин, которым очень нравится обувь, и они могут вам много рассказать о любой обуви, какую только можно себе представить, и заканчивается это тем, что они создают сайт в Интернете, связанный с этим.

То есть надо спросить себя, что вас увлекает и волнует, что вам нравится делать, и ваш следующий шаг будет выяснить, покупают ли это люди по Интернету.

Затем мы ищем в поисковике Google, есть ли уже какие-нибудь успешные модели подобного бизнеса в Интернете, делает и продаёт ли

уже это кто-то успешно. Иногда многие совершают ошибку, когда хотят делать что-то, что никто не делает, и работать в сфере, где нет никакой конкуренции. Это неправильная стратегия.

Во всемирной сети у вас будет конкуренция мирового масштаба.

Нужно найти сферу, в которой есть конкуренты и в которой люди уже зарабатывают деньги, только вы должны делать это лучше и обойти конкурентов.

Мне иногда становится страшно, когда я слышу, что кто-то нашёл такой рынок, на котором нет конкуренции, потому что этим никто больше не занимается.

Если вы нашли такой рынок, на котором никто не работает, то это, скорее всего, потому что до сих пор все потерпели на нём поражение. Это не та сфера, куда нужно стремиться. В обычном бизнесе это называют «проблемой места расположения». Я не захочу покупать бизнес в том месте, где десять других бизнесов разорились. Если все там разоряются, я не куплю бизнес в том месте.

Много людей совершают такую ошибку в Интернете, пытаются найти бизнес, в котором нет конкуренции. Я бы искал что-то, где есть конкуренция и где есть люди, зарабатывающие на этом деньги, но я бы стал распространять информацию о своём умении это делать и своей увлечённости этим. Лучше всего, если ваше послание противоположно тому, что предлагают другие.

Если ваше значимое послание отличается от послания других - это гораздо лучше, потому что вы выделяетесь.

На одном из моих сайтов есть изображение красных мячей и между ними одного белого мяча, который выделяется, который вы замечаете и у которого своё, отличное от других, послание. Это и есть идеальное сочетание: что-то, что вызывает вашу увлечённость, на чём другие

зарабатывают деньги, и что-то, в чём вы выделяетесь, отличаясь от всех других на этом рынке. Вот то, что нужно для того, чтобы основать успешный бизнес в Интернете.

ЛФ: Я замечала, что занимаясь интернет-бизнесом, я иногда чувствую себя как бы вне общества. Как оставаться вовлеченной в общество? Как не сойти с ума?

ТД: Это непросто, но сейчас легче, чем в то время, когда я начинал. Сегодня есть много средств связи. Посмотрите, где мы с вами сейчас находимся? Мы, находясь на противоположных концах мира, общаемся через видеосвязь. В бизнесе я делаю то же самое.

У меня есть клиенты, с которыми я обсуждаю разные вопросы, в Австралии и, как я сказал, по всему миру. Вы можете использовать разные средства связи, как те, что мы используем сейчас, или социальные сети, такие, как Твиттер и Фейсбук, для развития связей и отношений с людьми.

Ещё это зависит от того, где вы живёте. Многие люди стараются найти местные сообщества людей по интересам. Например, есть такой сайт www.meetup.com, на котором можно найти группу для общения «вживую».

Не знаю, существуют ли подобные вещи в той местности, где живут наши слушатели. Там, где живу я, есть подобный «клуб» в 20 минутах от моего дома; это общество людей, имеющих бизнес в Интернете. Можно пойти, пообщаться с ними, узнать о сферах их деятельности.

Таким образом, у нас есть разные возможности: социальные сети, видеосвязь, а также общение с людьми в реальной жизни или даже на конференциях. Всё это будет хотя бы немного связывать вас с реальной жизнью.

Это было гораздо труднее, когда я начинал, когда всего этого не было, и я немного оторвался от внешнего мира и реального общения. Но и сейчас некоторые люди так погружены в свой бизнес, что думают только

об этом. Таким людям нужны какие-нибудь другие увлечения.

Ещё мы ведь не хотим потерять физическую форму, сидя всё время за компьютером. Так что я могу посоветовать общаться и заниматься физическими упражнениями, каким-нибудь видом спорта, который вам нравится, с командой или друзьями, чтобы не набрать вес в сто фунтов, занимаясь бизнесом по интернету.

ЛФ: В Рунете сейчас огромное количество учителей и тренеров. Как выбирать, у кого учиться? На что Вы посоветуете обращать внимание?

ТД: Я не знаю всех тренеров, тем более в России, но я могу сказать людям, что надо искать. Надо искать инструкторов, с которыми вы почувствуете связь, личность которых привлекает, и которых вы понимаете.

Есть два типа интернет-инструкторов: одни пытаются заработать как можно больше денег и как можно быстрее, второй тип - это те, у кого есть опыт, и кто действительно заботится о клиентах и старается понять их нужды.

Иногда у людей одинаковая тактика работы, но это умение сопереживать есть не у всех, его трудно описать, трудно увидеть, но можно почувствовать, что человеку вы и то, что вы делаете, действительно безразличны. Это первый способ.

Другой способ трудно рекомендовать людям, живущим в других странах, в другой атмосфере, но здесь, в США, я советую людям быть очень внимательными, когда кто-то обещает вам, что вы будете скоро зарабатывать определённое количество денег, например, 10 тысяч долларов в месяц или что-то подобное, потому что на самом деле в США это делать незаконно.

Каждый раз, когда вы с этим сталкиваетесь, знайте, что это опасно, когда кто-то обещает, что вы будете зарабатывать определённую сумму. В реальности я не знаю вас, я не знаю состояние данного рынка, я не знаю

ВАШИХ НАВЫКОВ.

Если вы видите в рекламе роскошные самолёты, автомобили и другие вещи, и вам говорят: «У вас всё это будет, если вы купите мой продукт», - то избегайте подобных заявлений и ищите тех, кто не будет вам продавать пустую мечту, а поможет вам найти свой Интернет-бизнес и получать доход, который заменит доход от другой полноценной работы и позволит содержать семью, а не тех, кто обещает сделать вас в одночасье миллионером.

Ищите кого-то, кто будет вести вас в этом направлении, кто на самом деле заинтересован, у кого хорошее содержание материалов.

Если у инструктора есть недорогие или бесплатные продукты, прочтите сначала их и затем решайте, стоит ли покупать что-либо ещё из того, что этот человек предлагает.

ЛФ: Насколько важно для владельца бизнеса использовать аутсорсинг, т.е. делегировать часть работы?

ТД: Я думаю, это жизненно важно для владельца Интернет-бизнеса, так как для построения бизнеса требуется много разных видов деятельности, и сейчас их требуется больше, чем когда я начинал в 1996 году. Вы сами не можете быть экспертом во всех видах деятельности, просто не можете.

Необходимо сконцентрироваться на той деятельности, в которой мы понимаем толк, которая нам нравится.

Есть одно упражнение, которое я использую: сядьте и составьте список дел, необходимых для вашего бизнеса. Не пишите слишком много, только необходимое, например, если вы открываете блог, вы можете включить ту работу, которая необходима для ведения блога, как то: написание текстов, генерация трафика, ответы на комментарии.

Составьте список всех необходимых видов деятельности и затем пометьте те из них, которые вам нравится делать и которые у вас

хорошо получаются: «Это моя работа». Поставьте себе пятёрку или другую хорошую оценку в чём-то, а плохую оценку поставьте напротив того, что вы ненавидите или не любите делать, или что вас сводит с ума.

Затем начните привлекать других людей для тех видов деятельности, которые вам не нравятся, и которые будут сдерживать ваш рост. И, что интересно, в Интернете вы всегда можете найти специалистов, которые будут делать эту работу за хорошую цену.

Единственные сферы, в которых трудно кого-либо найти, это маркетинг и составление рекламных материалов, потому что это высокооплачиваемые специальности. Большинство других специалистов можно нанять за очень небольшую цену.

ЛФ: Я также хотела спросить, как разделить, что стоит делегировать, а что выполнять самой? Но Вы уже частично ответили на этот вопрос. Возможно, Вы просто подведете итог.

ТД: Я проводил конференции и семинары, где мы садились и делали все эти упражнения, ставя себе оценки в разных видах деятельности, и затем можно было начинать привлекать сторонние ресурсы.

Есть ещё одна подсказка, о которой я не упомянул. Можно составить список работ, которые вообще не надо делать. Иногда вам говорят, что нужно делать все эти работы, но далеко не все они необходимы, надо сосредоточиться только на самом важном для ведения бизнеса, некоторые виды работ пока можно просто игнорировать. Не всегда нужно делать то, что говорят другие.

Это будет третья группа видов деятельности, по поводу которых пока ничего не надо будет делать.

Затем вы начинаете поручать другим различные работы, и в определённый момент роста вашего бизнеса вы можете начать поручать другим те виды деятельности, которые вам нравятся, и которые вы сами делаете хорошо, что позволит вам сконцентрироваться на самом важном. Но это займёт какое-то время, и вы сами пройдёте, когда

достигните подобного уровня развития, мне не нужно вам что-то советовать по этому поводу.

ЛФ: С чего Вы посоветуете начать привлечение сторонних ресурсов?

ТД: Людям, которые только начинают, я бы сказал о важности привлечения сторонних ресурсов, о которой мы только что говорили, в технической части организации бизнеса.

Многие люди начинают, когда у них появляются идеи и страстное желание заняться бизнесом, но не знают, как создать сайт или подписной лист. Для многих людей это первые вещи, для которых надо привлекать ресурсы со стороны. Не хотите же вы потратить три месяца на то, чтобы научиться создавать сайт, перед тем как начать дело.

Сейчас почти все в бизнесе привлекают сторонние ресурсы для таких технических вопросов.

У тех, кто нас сейчас слушает, наверняка есть какой-то технический вопрос, который тормозит развитие их бизнеса. Я говорю им: привлечите кого-нибудь со стороны даже для создания вашей первой веб-страницы или блога. Не позволяйте техническим деталям тормозить ваш рост.

Я знаю владельцев Интернет-бизнеса, которые зарабатывают миллионы, но не имеют ни малейшего понятия о том, как создать веб-страницу или о других технических сторонах их бизнеса. Что они знают - это то, что вызывает их страстную увлечённость, послание, которым они хотят поделиться с другими, а для технических сторон дела они нанимают других людей. Это то, с чего большинство должны начать.

И это мой самый главный совет: начинайте!

Начинайте сегодня, не ждите, пока всё будет безупречно, совершайте ошибки в пути, мы все совершаем ошибки в бизнесе. А если вы будете сидеть, боясь совершить ошибку, это значит, что вы ничего не сможете

сделать, и это будет самая главная ошибка в вашей жизни.

ЛФ: Да, я поняла. Терри, спасибо за такое интересное интервью. До свидания!

ТД: Спасибо!

Интернет стиль жизни менее опасен, чем работа



Недавно кто-то из новичков интернет-бизнеса задал мне простой вопрос: «Действительно ли интернет стиль жизни опасен?»

Скорее всего, вы ожидаете, что я отвечу: «Нет». Я уверен, многие так считают. Но это просто глупо. Да, конечно, это так.

Вы вкладываете свое время. Вы вкладываете деньги в веб-сайт, автореспондеры и в рекламу. И вы никогда не знаете на 100 %, сработает ли эта реклама, пока клиент не проголосует своим бумажником.

Вы можете получить разноречивые данные относительно тех или иных объявлений. Возможно, в прошлом они работали или работали у других партнеров.

Когда я начал онлайн бизнес, я двигался методом проб и ошибок. Я сначала проверял, чтобы узнать все, что не работало. Сегодня у вас есть преимущество, поскольку много людей могут показать вам основы того, что работает сегодня. Они могут указать вам в правильном направлении.

Но никто не сможет на 100 % исключить риск из стиля жизни.

Несомненно, они могут снизить риск покупки с помощью гарантии возврата денег. Но это не дает 100 % гарантии, что вы добьетесь успеха онлайн. Если вы хотите преуспеть онлайн, вы должны быть готовы рискнуть. Иначе, вы застрянете в рутине.

Я видел много людей, которые хотят достичь чего-то, планируют, но не

долго готовятся к реализации своих планов. К тому времени, когда вы начинаете делать что-то в интернете, все, вероятно, уже шли дальше вас.

Вы проводите свое исследование. Собираете данные. И затем принимаете логическое решение относительно того, как действовать. Вы действуете и измеряете результаты. Если это не работает так, как вы ожидали, вы смотрите на числа и решаете, как изменить это. Вы проверяете снова.

И вот хорошие новости. У нас нет только 9 шансов онлайн. А провал не означает, что игра закончена. Мы продолжаем играть, пока не побеждаем.

Есть несколько ключевых вещей, которые важны для любого, кто строит реальный бизнес онлайн.

№ 1 - Они готовы взять на себя определенные риски.

Это как в инвестициях. Вы делаете свою работу, настолько хорошо, насколько вы можете, но вы никогда не сделаете всего, что может повлиять на результаты (правительственное вмешательство, юридические вопросы, конкуренция и т.д.).

В любом случае, вы должны усилить и принять меры, зная, что под угрозой и возможные исходы.

№ 2 - Они отслеживают все в своем бизнесе.

Это второй ключевой аспект. Вы должны отследить все в своем бизнесе. Какой у вас трафик? Откуда он? Какова конверсия вашей целевой страницы? Сколько подписчиков превращается в покупателей? Сколько берет upsell (покупают дополнительно предложенные товары)?

Я также замечал в последнее время, что самые опытные игроки рынка

ежедневно отслеживают и записывают, что работает на их рынке в настоящее время. Они могут оглянуться назад в прошлое, и знать то, что, будет работать.

№ 3 - Они регулярно анализируют свои результаты и корректируют план.

Подумайте об этом как о парусном спорте. Вы собираетесь наметить свой курс, исходя из направления ветра. Поскольку ветер изменяет направление, вы должны установить свои паруса в соответствии с этим. Ветер онлайн постоянно изменяется. Вы приспосабливаетесь к своему рынку?

И, по моему мнению, интернет стиль жизни НАМНОГО менее опасен, чем работа. На работе, я уверен, вы знаете, что, если вы инвестируете 40 часов, вам выплатят определенную сумму. Но это единственное, что вы знаете.

Идея обеспеченности работой умерла несколько лет назад. Другие люди управляют вашей жизнью в вашей компании. Вы знаете, что менеджеры обрекают на непосильный труд всю компанию... и вас, в том числе.

И гарантируемая работа уже не существует больше, за исключением очень ограниченных областей.

На сегодня бизнес онлайн может быть самым безопасным занятием в долгосрочной перспективе. Сделайте все, что можете, чтобы снизить риск. И действуйте.

Отследите результаты и скорректируйте по ветру. И не сдавайтесь. Продолжайте играть, пока не победите.

Если вы только начинаете онлайн бизнес, вы нуждаетесь в самом лучшем обучении.

P. S. Подробнее об обучающей программе от Терри Дина ЗДЕСЬ:
www.disecret.com/terry/?ref=tsymb

Стоит ли рыночная ниша ваших времени и денег?



Стоит ли данная рыночная ниша времени и денег, которые вы в нее вкладываете?

Посмотрите на некоторые продукты по интернет-маркетингу, которые постоянно находятся на вершинах рейтингов, они расходятся "на ура". Время от времени вам может показаться, что стоит настроить веб-сайт, и мир распахнет перед вами свои объятия и будет готов вручить вам деньги.

Но это – всего лишь воображаемый мир, в котором, по фантазиям многих, живут интернет-гуру.

В действительности же не каждый проект преуспевает, и не каждый рынок будет подходить вам. Но многие совсем не торопятся, чтобы сначала посчитать стоимость рынка, в который они собираются войти.

Даже в Библии говорится, что сначала нужно прикинуть затраты, а потом заниматься строительством башни: "Ибо кто из вас, желая построить башню, не сядет прежде и не вычислит издержек, имеет ли он, что нужно для совершения ее..." (Евангелие от Луки 14:28)

Таким образом, я задаю вам тот же самый вопрос относительно вашего интернет-бизнеса. Сядьте и посчитали стоимость своей рыночной ниши.

Сколько времени вы должны вложить в это?

Сколько денег вы готовы потратить прежде, чем вы выйдете на безубыточность и получите первые доходы?

Есть ли у вас запасной вариант, которым вы воспользуетесь, если все

пойдет не так, как вы планировали?

Ай... придется сделать дискомфортные вещи...

Но это факты бизнеса! Если вы были наемным работником всю свою жизнь, для вас это совершенно новый образ мыслей.

В действительности интернет-бизнес намного больше похож на инвестиции, чем на работу. На работе вам платят регулярно за каждый час, который вы там проводите. На инвестициях вы можете получить невероятно большой возврат или фактически потерять деньги.

Те юридические тонкости, которые вы видите на веб-сайтах, очень реальны. В каждом бизнесе есть риск.

Вы вычислили риск для рынка, в котором находитесь?

Это радикально отличается от философии «приготовились -целимся-огонь», о которой вы слышите так часто.

Есть моменты, где необходимо потянуть спусковой механизм и немного передвинуть. Вы должны сначала планировать, а потом действовать.

Лично я не хочу видеть дом, который вы постройте без какого бы то ни было плана.

Совершенно неверно высказывание, которое часто звучит в интернет кругах: «Просто действуйте!»

Как действовать? В каком направлении? На каком рынке?

Просто действовать без каких-либо инструкций похоже на отличный способ бежать по кругу, преследуя свой собственный хвост.

Прежде, чем вы выйдете на рынок, проверьте следующие пункты:

- Что клиенты покупают на этом рынке и чего еще они хотят?
- Что делают конкуренты? Заметьте, я не говорю: избегайте конкуренции. Вместо этого вам следует понять, что они делают правильно и неправильно.
- Какие рыночные ниши доступны для Вас, чтобы войти на них немедленно?
- Где лучшие источники для покупки трафика на этом рынке?
- Есть ли потенциальные партнеры для совместных акций, которые могли бы помочь вам продвинуть свое предложение?
- Как вы докажете какие-либо обещания, которые вы даете на этом рынке?

Вот, на что еще следует обратить внимание при выходе на новый рынок:

- Насколько вы готовы вложить капитал в новый рынок прежде, чем это станет безубыточным?
- Сколько времени вы должны будете потратить?
- Действительно ли есть потенциальные партнеры, на которых можно выйти?
- Насколько вас привлекает этот рынок?
- Тренд рынка восходящий, нисходящий или боковой?
- Клиенты уже мотивированы, чтобы покупать?
- Вы можете найти активные форумы по теме?
- И еще много разных пунктов...

Как завоевать доверие: 6 способов

Недавно на вебинаре мне задали вопрос: "Как выходить на рынок, на котором я не являюсь экспертом? Почему кто-то станет слушать меня?"

Отличный вопрос! Почти каждый с этим сталкивается в тот или иной момент.



Посмотрите, что используют другие для повышения доверия на своих веб-сайтах, например, множество отзывов, упоминания в СМИ, опыт в бизнесе, образование и т.д.

Если вы только выходите на рынок и видите другие сайты, загруженные подобными свидетельствами, вас это может немного запугать.

Как конкурировать вам, когда вы только начинаете?

Есть несколько способов.

Способ № 1: Допустите это.

Начните с самого начала и позвольте людям знать, что у вас нет степени бакалавра в этой теме. У вас еще нет тысяч отзывов. Вы сделаете им специальное предложение, если они будут так любезны и пришлют вам свой отзыв о том, чем им был полезен ваш продукт.

Будьте открыты и вы сможете обойти некоторый скептицизм посетителей по отношению к вам. Все, что у вас есть сейчас, - это продукт, который работал для вас и немногих других, кто испробовал его.

Повысится ли ваша конверсия, как только вы сможете добавить больше

доказательств? Да, это будет. Но с самого начала в качестве доказательства вы можете использовать все, что угодно, например, свою собственную личную историю.

Способ № 2: Найдите эксперта, чтобы завязать с ним партнерские отношения.

Вы сами можете не обладать авторитетом на рынке, но можно объединиться с кем-то еще, кто этим занимается.

Например, вы будете продавать что-либо, имеющее отношение к здоровью. Партнерство с доктором, медсестрой или даже персональным тренером моментально обеспечит вам определенный уровень доверия на рынке.

Вы можете взять у них интервью и использовать его как бонус к вашему продукту. Или объединитесь с ними более тесно и выпустите совместный продукт, что еще больше поднимет уровень доверия к вам.

Одна из причин, почему я часто предлагаю брать интервью в качестве стратегии создания продукта для тех, кто только начинает, - вы можете опираться на уже созданное к кому-то доверие и его статус эксперта. Вы берете интервью у кого-то, кого уважает целевой рынок, давая информацию, которую ищут. Это отличный способ оставить конкурентов позади и преодолеть барьер недоверия.

Способ № 3: Создавайте контент для авторитетных веб-сайтов.

Пишите гостевые посты для популярных блогов на вашем целевом рынке. Если вы размещаете материалы на популярных авторитетных веб-сайтах, немедленно часть их влияния распространяется на вас.

И это намного легче, чем думает большинство людей. Как только вы научитесь писать посты хорошего качества, вы найдете много блогов,

которые с удовольствием их опубликуют. Не нужно платить денег! А вы при этом получаете внешние ссылки и продвижение вашего имени через блог.

У меня есть один клиент, который опубликовал десятки гостевых постов и при этом даже не вложил в них ни малейшего усилия (он отдал написание постов на аутсорсинг после того, как развил свою систему).

Узнать больше можно здесь:

<http://breakthroughinternetmarketing.com/GuestPostMagic/>

Способ № 4: Пусть авторитетные личности продвигают вас.

Скажем, вы используете платную рекламу и конверсия на вашем веб-сайте составляет 2%. Неплохо.

Но есть владельцы рассылок, если они пошлют вашу рекламу, конверсия может быть 6%.

Ваш веб-сайт улучшился? Нет. Изменилась только аудитория: насколько они были к вам расположены, когда пришли на вашу страницу захвата.

Вы «заимствовали» доверие человека, продвигающего вас. Это немедленно повышает вашу конверсию.

Способ № 5: Дайте интервью СМИ.

СМИ также могут дать вам эффект "ореола". Вас скорее заметят после публикаций в газетах или эфира на радио или телевидении. Теперь вы не просто веб-сайт. Вы живой человек.

Рассылайте пресс-релизы. Постарайтесь, чтобы вас включили в списки СМИ, которые репортеры используют для получения историй.

Способ № 6: Создавайте свой собственный авторитетный сайт.

5 выше упомянутых способов помогут вам заимствовать доверие. А этот способствует самостоятельному выстраиванию долгосрочных доверительных отношений.

Установите WordPress на блог. Начните публиковать информативные статьи на своем сайте. Отправляйте их в свою почтовую рассылку.

Создавайте хороший интересный контент.

Или поручите эту работу кому-то другому. Это действительно не имеет значения (хотя, когда вы это делаете лично, вы точно знаете, что содержится в каждом посте и комментарии).

Тот контент, который производите и отдаете вы, рождает к вам доверие и становится доказательством..., даже если у вас пока нет ничего другого.

Когда вы даете ценность, люди признают это.

P. S. Кликните **ЗДЕСЬ** и получите в подарок книгу Терри Дина "117 способов заработать больше денег онлайн".

5 причин для создания ваших собственных продуктов

ТОП 5

У вас есть свои собственные продукты? А почему нет? Один из них вы можете создать всего за два часа, взяв интервью у эксперта, или самому выступив в роли интервьюируемого. Я уверен, что уже сейчас у вас есть навыки и опыт, которыми вы могли бы поделиться с другими. Фактически, у многих моих клиентов большая проблема при создании продуктов заключается не в отсутствии экспертных знаний.

Проблема в том, что у них слишком много идей и навыков! Они только не знают, с чего начать. Легкий способ решить эту проблему состоит в том, чтобы избавиться от концепции создания проекта, управляемого из дома. Полностью забудьте об этом. Вместо создания «мега-хита» сфокусируйтесь на небольшом дополнительном потоке дохода от вашего первого продукта.

Создайте несколько небольших потоков дохода, и у вас будет хорошая река. Каждый мог бы принести вам, например, 1 000\$ в месяц. У вас 5 таких «ручейков», и вы делаете 5 000\$ в месяц на автопилоте. Вы прикладываете немного больше усилий, и ваш доход буквально взрывается.

Но вы не будете получать ни из одного такого источника, пока не запустите свой самый первый продукт.

Вот 5 причин, по которым вы должны начать свой собственный инфобизнес сегодня.

1. Утвердитесь как эксперт.

Кто вы? Консультант, копирайтер, тренер? Если это так, вы сами роете

себе яму, не имея информационных продуктов, которые показывают, в чем вы эксперт. Кому скорее отдадут заказ на написание рекламного текста? Человеку, утверждающему, что он написал победный продающий текст или автору книги на эту тему с дюжиной 5 звездных оценок на Амазоне?

Мало того, что это демонстрирует вас как эксперта, но это также является начальным этапом для ваших потенциальных клиентов. Независимо от того, какие услуги вы продаете, вы можете использовать продукт как знакомство с вашими услугами. Вы предварительно продаете возможность и при этом не делаете большой работы, направленной непосредственно на продажу. Кроме того, это позволяет вам увеличивать стоимость своих услуг, потому что вы устанавливаете больший уровень доверия в своей нише.

2. Набирайте партнеров для продажи.

Вы можете получить большой доход онлайн, только продавая продукты через сеть партнеров, управляя AdSense или другими соглашениями. Почему вы упускаете, ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ, 50 % ваших продаж? 50-75 % моей прибыли было за счет продажи партнерами. Таким образом, вы не получаете половину или даже три четверти своего дохода, не имея собственных продуктов.

Создайте продукт и партнерскую программу. Позвольте другим делать продажи за вас. Становится еще более увлекательным, когда вы комбинируете причину номер 1 с этой.

Установите на продукт хорошее партнерское вознаграждение. Позвольте другим продавать его. Последовательно предлагайте свои более дорогие продукты, чтобы снизить затраты на привлечение клиентов.

3. Встраивайте более дорогие продукты.

Хотите продвигать партнерские продукты или собственные более дорогие продукты (back-end)? Встраивайте их прямо в сами продукты. Создайте страницу ресурсов на своем сайте, которая связана с партнерскими продуктами. Упоминайте их непосредственно в самом продукте. Люди ЛЮБЯТ, чтобы в продуктах, которые они покупают, были удобные ресурсы. Ключевой принцип здесь - найти наилучшее предложение и представить его.

У меня есть продукт за 19,95\$, который часто зарабатывает мне 65\$ за один раз и создает ежемесячные остаточные потоки дохода в размере 35\$. Доход с партнерских программ ВЫШЕ, чем доход с продажи продукта непосредственно. Люди иногда удивляются, когда кто-то может предложить 70 % или даже 100%-ые комиссии? Они зарабатывают больше на более дорогих продуктах и могут даже не получать прибыль непосредственно с первого продукта.

4. Автоматический доход.

Я люблю настроить процесс продажи и забыть этот продукт. Вы направляете поток дохода и получаете из него в течение многих последующих лет. Работа, сделанная однажды, оплачивается постоянно. Некоторые продукты, которые вы создаете, могут быть «своевременными» с громким запуском и понижением продаж позже. Другие могут быть «вечнозелеными», и их продажи регулярны в течение долгого времени.

Лично я предпочитаю вечнозеленые продукты, которые продолжают делать вам деньгами месяц за месяцем практически без вашего участия. Это небольшие денежные машины, обеспечивающие доход без вашего вовлечения. Создайте несколько таких машин, и вам больше не придется работать, чтобы жить. Вы будете работать, потому что вы это любите.

5. Дополнительные дистрибуционные каналы.

Создайте книгу, компакт-диск или DVD. Продавайте их через Амазон или через eBay. Продавайте их оптом в своей нише. Вы очень увеличите свою аудиторию практически без затрат. Только представьте, какая аудитория у Амазона и eBay. Насколько велика аудитория крупнейших игроков в вашей нише! Просто разместите свое предложение на уже имеющемся рынке.

Когда вы начнете наслаждаться всеми этими выгодами?

Если вы не создаете информационные продукты, то упускаете выше перечисленные выгоды. Начать легко. Подробнее вы сможете узнать об этом в курсе "Как построить доходный инфобизнес. Пошаговый план".

10 правил Интернет-маркетинга, которым стоит следовать



Вот 10 простых правил Интернет-маркетинга, которым стоит следовать. Распечатайте их и повесьте перед своим рабочим столом. Используйте их каждый день.

1. Когда начинаете новый проект, инвестируйте небольшую сумму.

Всегда инвестируйте немного, когда начинаете. На любом объявлении, которое вы составите, можно потерять деньги. Всегда, начиная использовать новый тип рекламы, следите, чтобы ваши риски и инвестиции были маленькими. Даже если объявление написал вам специалист высочайшего уровня, не все, что они пишут, вам подойдет. Возможно, потребуются некоторые изменения, чтобы достичь желаемых результатов. Рынок, на котором вы рекламируете, может быть не совершенен. Нельзя быть на 100 % уверенным.

2. Тестируйте все.

Прав только один эксперт. И это не я. Это - ваши собственные результаты исследований. Тестируйте заголовки. Проверяйте длину объявления. Проверьте аудио и видео на продающей странице. Протестируйте страницу захвата прежде, чем посетители доберутся до места продаж. Постоянно управляйте двумя объявлениями Adwords в каждой группе объявлений. Проверьте работу кнопок, корректность номера телефона. Не следуйте вслепую за гуру и тестируйте все!

3. Будьте уникальны.

Никогда не стройте "такой же" бизнес. Наблюдайте за всеми на вашем рынке. Что отличает вас от них?

Вот простое упражнение. Запишите всю пользу, которую клиенты извлекают из вашего продукта или услуги. А теперь вычеркните из списка всю пользу, которую они могут получить из продуктов и услуг других людей. Что останется?

Если ничего не осталось, вам, возможно, следует заново продумать или изменить то, что вы предлагаете, обеспечив нечто уникальное на своем рынке.

4. Пишите объявления, нацеленные только на покупателей.

Вы выбрали свою нишу, но пишете свои объявления всем посетителям сайта. Нет. Вы никогда не будете достигать 100%-й конверсии. Самая распространенная - 1 % ..., и 10 % считается чрезвычайно высокой (возможна время от времени, когда возобновляются спец-предложения).

Это означает, что по крайней мере 90 % посетителей вашего веб-сайта - не ваша целевая аудитория, даже при том, что они пришли на ваш сайт. Не пишите для них. Не имеет значения, нравится ли этим людям вообще то, что вы написали. Вы пишете только ПОКУПАТЕЛЯМ..., тем 1 - 10 % Ваших уникальных посетителей, которые будут действовать.

5. Развивайте back-end с самого начала.

Вы должны иметь общее представление или схему вашего следующего предложения прежде, чем ваш первый продукт будет сделан. Если ваш первый продукт - электронная книга или компакт-диск, что вы предложите затем? Вы можете начать back-end, предлагая участие в совместных проектах и партнерских программах других.

В любом бизнесе деньги приходят от повторных покупок и продаж товаров backend (нечто дорогое, на чём и делаются основные деньги,

где самая большая маржа, прим. переводчика). Фактически, я не хотел бы заниматься любым бизнесом, где я должен был бы зарабатывать деньги только на одном продукте. Это разрушает ваши маркетинговые возможности. Если ваш конкурент может выйти без убытка или даже потерять деньги на рекламе, как вы можете конкурировать, если вам приходится зарабатывать на жизнь тем же самым продуктом

6. Ваша сеть определяет вашу чистую прибыль.

Я впервые услышал это выражение от Марка Виктора Хансена. Стратегические альянсы, социальные сети, рефералы, вирусный маркетинг и т.д. - ключи к построению вашего онлайн бизнеса. Действовать в одиночку - прямой путь получить отказ.

В большинстве компаний продажи филиалов составляют 50 % - 75 %. Внешние ссылки помогают в поисковой оптимизации. Найдите способы наладить партнерские отношения с другими лучшими игроками в вашей нише. Сеть. Коллективный разум. Развивайтесь рядом ... даже с конкурентами.

7. Не ограничивайте свой бизнес только Интернетом.

У Вас не интернет-бизнес. Вы строите его через Интернет. Развейте свою бизнес-модель, используя как Интернет, так и оффлайн стратегии. Говорите с клиентами по телефону.

Простой совет: позвоните по телефону людям, которые только что купили у вас, чтобы благодарить их за заказ, а также предложить им что-то еще по сниженной цене прямо сейчас (я видел, что одно это позволяет увеличить прибыль на 40 %). Отправляйте адресные письма по почте своим клиентам. Арендуйте список рассылки и пошлите открытки, чтобы заставить людей подписаться на вашу рассылку.

8. Выстраивайте свои отношения с подписными листами.

Да, я сказал "листами", а не "листом". Сконцентрируйтесь на обучении ваших подписчиков ... и хорошем содержании о Ваших продуктах/услугах. Используйте последующие методы онлайн, такие как электронная почта, и будьте готовы продавать товары по почте. Пошлите открытки с благодарностью партнерам и клиентам. Проводите телеконференции для своих клиентов или потенциальных клиентов. Создайте блог. Разместите свое фото и позвольте им узнать вас как человека.

9. Сосредоточьтесь на своих достоинствах.

Сосредоточьтесь на том, в чем вы лучшие. Есть десятки способов продавать с вашего сайта. Сконцентрируйтесь на тех, которые вам больше всего подойдут по стилю и вашим навыкам. Если вы не любите писать, то не используйте тексты в качестве своего основного рекламного метода. Или наймите копирайтера.

Оцените свои навыки, а все остальное передавайте на аутсорсинг. Если вы пытаетесь заставить себя быть точно таким же, как "Гуру №1," это не приведет вас ни к чему хорошему. Вы уникальны. Постройте уникальный бизнес, который подходит вам.

10. Планируйте на долгий срок.

Я уверен, вам рассказывали о мгновенном богатстве. Оставьте эти попытки. И перестаньте все время начинать "новый проект". Выберите бизнес и работайте над ним. Да, я сказал: "Работайте ... эти грязные несколько букв, которые очень многие люди ненавидят".

Дела могут пойти не совсем правильно, когда вы только начинаете. Вам, возможно, придется изменить некоторые свои представления. Возможно, вам придется изменить свой продукт. Чтобы преуспеть в этом бизнесе,

нужно иметь основу и придерживаться ее, даже если что-то идет не так! Составьте, по крайней мере, план на один год с ежедневными действиями, которые продвинут вас к успеху. Вы можете вносить коррективы по пути, но у вас хотя бы будет основная дорожная карта того, куда вы идете.

P. S. Подробнее о том, как следовать каждому правилу, вы сможете узнать от Терри Дина и команды успешных интернет-маркетологов в курсе "Как построить доходный инфобизнес. Пошаговый план":
<http://www.disecret.com/terrydean/?ref=tsymb>

Создавая идеи новых продуктов

"Мне трудно придумывать хорошие идеи новых продуктов..."



Эту жалобу я иногда слышу от клиентов, но зачастую ее причина в том, что они очень требовательны к своим идеям.

У вас уже есть много потенциальных идей продукта. Скорее всего, вы просто "удаляете их" прежде, чем дать им заработать. Вместо этого просто сядьте и составьте список всех ваших идей.

Первый шаг, с которого я начинаю, - составление списка всех текущих навыков. В чем вы хороши? Какой опыт работы у вас есть? Чего вы достигли в жизни? В чем другие полагаются на вас, обращаются за советом?

Вы не должны знать о предмете больше, чем все остальные. Вам достаточно знать больше, чем 90 % населения об этой теме. Как насчет того, чтобы создать инфо-продукт для новичков (если вы уже делали что-нибудь некоторое время, скорее всего, вы знаете намного больше, чем новички)?

Не останавливайтесь на этом. Часто легче начать с того, в чем вы разбираетесь, вам не обязательно быть экспертом. У вас просто должно быть желание научиться и узнать больше. Вы можете начать создание своего первого информационного продукта с того, что возьмете интервью у других экспертов.

А если у вас все еще нет никаких идей? Сходите в библиотеку или ближайший книжный магазин. Посмотрите, какие книги научной литературы наиболее продаваемые. Зайдите в отдел журналов. Какие темы там особенно популярны? Как они называются? Какие заголовки

журнальных статей? И вы буквально погрузитесь в изобилие идей новых продуктов.

Когда Гленн и Шерон Ливингстон, Фред Глик, г-н Д. и я готовили курс "Как построить доходный инфобизнес. Пошаговый план", мы более часа уделили созданию идей продукта (и их проверку на возможный потенциал прибыли). Подробнее о курсе здесь: <http://www.disecret.com/terrydean/?ref=tsymb>

И создав этот продукт, мы параллельно придумали еще несколько будущих проектов.

Мы выполнили "парадоксальное упражнение", чтобы придумать больше идей продукта.

Сделать его очень просто. Мы уделили несколько минут, генерируя идеи продукта, которые не будут работать. Другими словами, мы придумали разные виды продуктов, для которых на наш взгляд, не существовало НИКАКОГО СПОСОБА продать их онлайн.

Несмотря на то, что упражнение выглядело простым, для некоторых из нас это не было легко. Какую бы идею ни назвали, часто один из нас говорил, что мог продать такой продукт ИЛИ что-то подобное. Часто достаточно просто изменить угол рассмотрения или целевой рынок для продукта.

Следующий шаг упражнения - перевернуть неработающие идеи в хорошие идеи. Благодаря нашему опыту, для нас это было естественно.

Если у вас пока с трудом рождаются новые идеи, выполните это упражнение.

И у вас будет, по крайней мере, целая страница возможных идей. Далее необходимо пройти по списку и выбрать, какие из них уже успешно

реализованы онлайн.

У меня нет никакого желания быть новатором или пионером. Я не ищу вызова на рынке. Я ищу рынок, на котором другие уже успешно продают.

Пройдите следующие 6 шагов, чтобы определить, успешно ли продают другие на этом рынке, и если да, поле пригодное для новых продуктов (другими словами, выбирая любой рынок, я хочу быть уверенным в том, что я смогу много раз продавать продукты одной и той же группе клиентов).

Эти 6 шагов включены в полный курс "Как построить доходный инфобизнес. Пошаговый план": <http://www.disecret.com/terrydean/?ref=tsymb>

7 работающих инструментов для удвоения количества подписчиков в email рассылке



Сегодня деньги все еще зарабатываются благодаря вашим отношениям с подписным листом.

Снова и снова люди кричат, что наступает конец света, и электронная почта уже не работает. Но электронная почта выдержала испытание временем и продолжает работать на ура.

Возникшая паника была связана с тем, как почтовые ящики Gmail стали сортировать почту, отправлять письма в СПАМ. Но это ее совсем не убило. Ни капельки!

Нам говорили, что социальные СМИ заменят электронную почту. Нет! И этого не произошло! Фактически, один из лучших способов использования социальных СМИ – направление с их помощью людей к вам на блог за бесплатным контентом. А затем получение их адреса в свою подписную базу.

А что, если в будущем электронная почта станет платной? О, ужас!

Итак, что если это произойдет? Это просто будет означать, что вы проверите свои почтовые рассылки и увидите, кто не открывается или не кликает по ссылкам в ваших письмах. И со временем удалите их своего подписного листа. Вы станете посылать электронные письма только тем, кому они интересны.

Мы видим, что все больше компаний отправляет оффлайн-рассылки клиентам в дополнение к электронной почте. Но электронная почта – все еще основной онлайн-инструмент для генерации клиентов и

выстраивания с ними отношений.

Таким образом, вопрос сейчас заключается в том, как увеличивать свой подписной лист.

Ниже 7 инструментов, которые помогли моим клиентам и мне быстро увеличить свою базу подписчиков.

1. Контрольный список/Шпаргалка.

Раньше я рекомендовал электронные книги как хороший бонус за подписку, но это больше не работает. Теперь люди читают гораздо меньше, чем раньше. И проблема номер один, которую вы обнаружите на большинстве рынков: огромное количество бесплатного контента. Людям он уже больше не нужен в таком виде.

Поэтому сегодня я рекомендую, чтобы ваше бесплатное предложение было совсем иным. Создайте КОРОТКИЙ контрольный список на 1 - 4 страницы. Ну, если очень нужно, то на 10 страниц, но это действительно перебор.

В этом кратком руководстве скажите людям, что сделать в одном небольшом абзаце для каждой темы. А чтобы доделать, направьте читателей к своим бесплатным материалам, сообщениям в блоге, почтовым рассылкам и одному платному продукту.

Если вы отлично сделаете свою работу, то они обязательно обратятся к другим материалам, которые вы рекомендуете, и станут потенциальными покупателями вашего платного курса. А также будут передавать эти бесплатные материалы другим.

2. Обучающее видео.

Это похоже на предыдущий инструмент. Видео очень эмоционально. Вместо письменного отчета, дайте им видео, которое быстро обрисовывает в общих чертах основные шаги. И сделайте ссылку на

другие видео или видео-курс для более глубокой проработки важных пунктов.

Многие люди вместо этого предпочтут пользоваться контрольными списками, но видео можно использовать как дополнительный элемент. Вы можете даже отдавать видео без контактов, предлагая подписаться на рассылку за бонус – контрольный список.

3. Окно подписки на рассылку в блоге.

Больше всего люди, с которыми я общаюсь, ненавидят окна pop up. Но все же, каждый мой сплит-тест показывает, что они резко увеличивают количество подписок на рассылку. Иногда они в 10 раз повышают процент подписок.

Вы можете легко установить pop up на своем блоге, используя бесплатные плагины, например <http://bigsellingoptins.com>.

У меня платная версия этой программы, и она позволяет отслеживать конверсию и тестировать разные подходы. Плюс, вы можете установить код на странице, таким образом, подписчики не увидят pop up в будущем.

4. Страница захвата.

Если вы создаете подписной лист, то, вероятно, уже знаете об этом методе. Но я, все же, должен упомянуть о нем, поскольку это основной строитель списка с помощью любого платного трафика, которым я пользуюсь.

Платный трафик я никогда не направляю на свой блог. Блоги все-таки создаются, чтобы предлагать бесплатный контент, привлекая посетителей из социальных СМИ и занимая место в поисковых системах. Но блоги не конвертируют так же, как прямые страницы захвата.

Таким образом, весь платный трафик направляйте на страницу захвата.

Вот пример: <http://www.theterrydean.com> . Единственная ее цель - получить подписку.

Одна страница + одна цель = лучший ответ.

5. Викторина.

Это другая подписная стратегия, которая способна привлечь в ваш подписной лист намного больше подписчиков, чем все другие способы.

6. Сайты с платным членством.

Скажем, ваше главное предложение – сайт с платным членством. Вы можете создать "бесплатную версию" своего сайта, на который люди подписываются, чтобы получить часть полезных материалов.

Такое часто происходит с программным обеспечением. Есть платная версия и бесплатная, которую Вы можете получить, пройдя регистрацию. Вам будут присылать по почте информацию об обновлениях программы и предложения купить платную версию.

Вы можете даже интегрировать бесплатную версию своего сайта с WordPress и сделать вход «Только для подписчиков».

7. Вебинары.

Проведите бесплатный вебинар. На нем посвятите часть времени обучению, а потом сделайте предложение относительно своего продукта или услуги.

Сделайте так, чтобы люди подписывались в вашу рассылку, КОГДА они регистрируются на вебинар. Тогда вы сможете даже предложить вебинар подписчикам своих партнеров для увеличения своей подписной базы.

Это решает сразу многие задачи. Вы выстраиваете более глубокие отношения на вебинаре, чем когда используете только электронную почту. И это позволяет быстрее увеличивать подписной лист и эффективнее продавать.

Какую стратегию Вам следует использовать?

Какую из выше перечисленных стратегий вам стоит использовать?

Ту, которая подходит именно вам.

Я знаю, вам покажется, что я игнорирую вопрос, но в действительности вам необходимо найти то, что соответствует вашему рынку, вашей страсти и вашему предложению. Маловероятно, что вы будете использовать все эти 7 инструментов, но уделите время для ОДНОГО из них и примените на следующей неделе.

Используйте одну стратегию или совет из этой статьи, чтобы удвоить или утроить свой подписной лист.