

Майкл Расмьюссен

Максимальная монетизация электронных книг



<http://www.berestneff.com>

Издательство Виртуального Колледжа
электронной коммерции

<http://www.berestneff.com/>

Содержание:

Получите Ваш подарок!	3
Вместо введения	4
Лень или продуктивность?	5
Прием № 1. – Размещение рекламы в Ваших электронных книгах.....	5
Прием № 2. – Обзоры различных информационных товаров и услуг	7
Прием № 3. – Базовая и полная комплектация	9
Вместо заключения	10
Вам еще один подарок!	11

Получите Ваш подарок!

Вам как читателю этой книги полагается шикарный подарок-сюрприз – подписка на 5-дневный интенсивный **курс обучения Дирка Дюпона «Как написать и продавать электронную книгу»!**



Этот курс обучения замечателен тем, что выгодно отличается от аналогичных прежде всего ясностью и конкретностью излагаемого материала, а также повышенной информативностью при его, казалось бы, весьма скромном объеме.

Дирк Дюпон заслуженно считается мастером конспективного изложения наравне с Ларри Дотсоном и другими любителями «короткого письма», исключая, пожалуй, доктора Кевина Нунли, который, бесспорно, находится на уровень выше названных авторов.

Яркий пример тому – настоящий курс обучения, который, будучи конспективно изложенным, содержит качественную информацию высокой плотности.

Что это означает? Только то, что в небольшом объеме заложен колоссальный информационный пласт, освоить который Вам предстоит в течение следующих пяти дней. Это на самом деле очень ценная и важная информация!

Курс обучения идеален для тех, кто слабо представляет себе процесс создания электронных книг и развитие бизнеса на основе их продажи. Уроки Дюпона внесут для таких подписчиков ясность и понимание в суть вопроса и подскажут, где искать дополнительный материал.

Тем же, кто уже преуспел в электронном паблишенге и успешно «рубит капусту» (к сожалению, таких людей в RuNET'е пока немного), я бы все равно рекомендовал изучить данный курс, ибо любая новая информация может принести массу свежих идей, ценность которых любому предпринимателю известна.

Присоединяюсь к уверенности, выраженной автором данного курса о том, что он во многом будет Вам полезен и поможет воплотить в жизнь Ваши давнишние мечты!

Для того чтобы оформить Вашу подписку на данный курс обучения – [щелкните здесь!](#)

Вместо введения

Здравствуйте еще раз, мой дорогой и ненаглядный читатель!

С Вами снова Ваш друг и собрат по INTERNET-маркетингу Майкл Расмьюссен, и в первую очередь я хочу поблагодарить Вас за то, что нашли время скачать настоящий документ и ознакомиться с ним.

И снова смею Вас заверить, что Вы не будете разочарованы его содержанием, потому что в настоящем выпуске из очередной серии моих специальных докладов я вновь собрал для Вас массу ценнейшей информации, которая без больших проблем поможет Вам поднять уровень Вашего успеха и Вашей прибыльности на новые высоты.

Итак, о чем мы с Вами поговорим сегодня?

Как известно, самым популярным форматом информационного товара, идеально подходящим для продаж во Всемирной Паутине, является электронная книга. Об этом знают практически все. Но весьма и весьма немногие знают о том, что помимо прибыли, выручаемой *непосредственно от продажи* наших электронных книг, существует большое количество способов извлекать из работы с этими электронными книгами дополнительные доходные потоки.

Проще говоря, зарабатывать хорошие деньги можно не только продавая электронные книги, но и используя в работе с ними некоторые весьма важные и интересные приемы. Вот об этих приемах мы сейчас и будем с Вами говорить.

Но это еще не все, существует еще один важный момент, на который я хочу сразу же обратить Ваше самое пристальное внимание. Состоит он в следующем.

Многие из тех, кто занимается развитием собственного информационного бизнеса на базе написания и продажи собственных электронных книг, выйдя на более или менее стабильный уровень продаж и прибыли, даже не подозревают о том, что это – только первый этап развития их предпринимательской деятельности, а ни в коем случае не предел. И «поднять планку» можно далеко не только с помощью увеличения количества продаж.

Гораздо проще и быстрее сделать это с помощью имплементации в нашу работу определенных приемов и методик, позволяющих сделать каждую нашу электронную книгу максимально доходной и прибыльной. Кстати, касается это не только коммерческих, но и бесплатных электронных книг. Процедура повышения отдачи от каждой копии любой нашей электронной книги традиционно именуется **монетизацией**.

Итак, сейчас мы рассмотрим три очень важных приема максимальной монетизации каждой из Ваших электронных книг. Читайте очень внимательно, ибо от правильного усвоения и применения данных приемов во многом зависит успех всей Вашей работы с электронными книгами.

Что ж, поехали. ☺

Лень или продуктивность?

Существует определенный тип предпринимателей, которых часто именуют «ленивыми». Секрет их успеха (чаще всего – просто потрясающего успеха), как правило, заключается в том, что они знают – как выполнить максимальный объем работы и добиться максимальных результатов при минимальных усилиях и затратах сил и времени.

Но тот факт, что они знают и умеют добиваться подобного, согласитесь, вовсе не делает их ленивыми. Совсем наоборот: он характеризует их как весьма трудолюбивых, способных, хватких и талантливых. И я позволю себе утверждать, что каждый предприниматель должен стремиться овладеть секретами подобной продуктивности и учиться добиваться максимального результата с минимальными затратами сил, времени и других ресурсов.

Теперь давайте посмотрим на то, каким образом подобная продуктивность может быть спроецирована на работу с Вашими коммерческими электронными книгами.

Видите ли, в чем дело... как только потенциальный клиент превращается в клиента действительного и покупает Вашу электронную книгу – он переключается в так называемый «покупательский режим». Он уже потратил деньги на Вас и Ваш товар, и он готов делать это снова и снова. Хотите – верьте, хотите – нет, это достоверный факт, и не имеет ровным счетом никакого значения, известно Вам об этом или не известно.

Как бы там ни было – это на самом деле так.

Итак, клиент готов тратить на Вас деньги снова и снова, и только от Вас зависит, станет он это делать или не станет. Естественно, сам по себе в добровольном порядке он не будет этим заниматься, но если Вы с ним поработаете – он сделает это с большим удовольствием, причем не один раз.

И все, что изложено на дальнейших страницах данного документа, преследует одну-единственную цель – научить Вас тому, как это делается. Вот об этом сейчас и поговорим.

И первый прием повышения прибыльности каждой Вашей электронной книги выглядит следующим образом...

Прием № 1. – Размещение рекламы в Ваших электронных книгах

Данный прием является самым простым в исполнении, но вместе с тем одним из самых эффективных.

Состоит он в следующем – Вы тратите несколько часов на то, чтобы отыскать в INTERNET товары и услуги других предпринимателей, имеющих непосредственное тематическое отношение к Вашей электронной книге, а затем помещаете в ней рекламу

этих товаров и услуг – разумеется, через Вашу собственную партнерскую ссылку на эти коммерческие предложения.

Обратите внимание – товары и услуги, которые Вы будете рекламировать в своей книге, должны дополнять ее содержание, а не дублировать его.

Иными словами, Вам не следует рекламировать своих прямых конкурентов, продающих информацию, идентичную Вашей. Почему? Ответ прост и даже банален: потому что Ваш покупатель, увидев рекламу точно такого же товара, как Ваш, но производимого Вашим конкурентам, может затребовать под ложным предлогом недовольства деньги, уплаченные им за Ваш товар (согласно гарантии), а затем потратить их на покупку товара конкурента, рекламу которого он наблюдал в Вашей книге.

Думаю, этот момент ясен и в дальнейших комментариях не нуждается.

Существует достаточно большое количество вариантов эффективного использования в Ваших электронных книгах рекламы товаров и услуг других предпринимателей с целью добиться их максимальной монетизации. Только что я назвал Вам лишь один из них.

Давайте рассмотрим и некоторые другие.

Платные рекламные объявления. Если Вы обладаете на своем целевом рынке достаточной репутацией, а Ваши электронные книги пользуются достаточным спросом, Вы можете связаться с разработчиком товаров и услуг, которые собираетесь рекомендовать, и договориться с ними о помещении рекламы в Ваших электронных книгах за определенную плату.

Иными словами, Вы помещаете в свои электронные книги рекламу их товаров и услуг с прямой (не партнерской) ссылкой на них, а разработчик и продавец товара выплачивает Вам за это оговоренную сумму.

Такой подход имеет как преимущества, так и недостатки.

Главное преимущество заключается в том, что Вы получаете деньги вне зависимости от того, будут ли читатели Ваших электронных книг покупать рекламируемые товары или услуги. С другой стороны (и это – главный недостаток) Вы не будете в этом случае получать комиссионные с каждой такой продажи, а сумма таких комиссионных, как известно, может быть гораздо внушительнее, чем разовая выплата за рекламу, к тому же комиссионные могут выплачиваться постоянно при условии стабильного уровня обеспечиваемых Вами продаж.

Поэтому использовать или не использовать конкретно этот вариант в Вашей работе – решать, безусловно, Вам лично.

Реклама через партнерские ссылки. В самом начале данной главы я как раз о нем и говорил, и с моей точки зрения данный способ – наилучший.

Во-первых, потому, что для помещения подобной рекламы Вам не нужно ни с кем договариваться – Вы просто регистрируетесь в нужной партнерке, получаете ссылки и публикуете их вместе с рекламой в своих электронных книгах.

Как я уже говорил, такой подход имеет достаточно большое преимущество – при правильной постановке дела Вы сможете себе обеспечить хороший и стабильный поток пассивной прибыли в виде комиссионных с каждой продажи рекламируемых товаров и услуг.

Подумайте сами – чем больше у Вас будет электронных книг в ассортименте, тем больше прибыльных потоков Вы сможете себе обеспечить.

Лично я занимаюсь этим постоянно, и мне до настоящего момента приходят чеки с комиссионными за продажу товаров и услуг, которые я подобным образом рекламировал в своих электронных книгах несколько лет назад – и все это до сих пор работает!

Кстати говоря, вот Вам один очень и очень ценный совет относительно помещения партнерских ссылок в Ваши электронные книги. Никогда не помещайте в книгу свои партнерские ссылки в том виде, в котором Вы их получаете после регистрации в партнерских программах. Дело в том, что пользователи Сети обожают отрывать у таких ссылок «хвостики», оставляя Вас без честно заработанных комиссионных.

Вместо этого гораздо лучше «прятать» Ваши партнерские ссылки за редиректом, который будет ссылаться на специальный путь на Вашем сайте, а затем автоматически перенаправлять клиента на нужную страницу ресурса владельца партнерской программы, т.е. продавца рекламируемых Вами товаров и услуг.

Технически редирект осуществляется элементарно – существует достаточно большое количество различных программ, скриптов и просто алгоритмов HTML-кода, служащих для решения данной задачи.

Некоторые предприниматели помещают в таких рекламных объявлениях ссылку на страницу своего сайта, где выкладывают какой-либо обзор, описание и дополнительные рекомендации рекламируемых товаров, а уже с этой страницы ставят свои партнерские ссылки.

Прием № 2. – Обзоры различных информационных товаров и услуг

Товарные обзоры и обозрения являются поистине потрясающим способом формирования клиентской лояльности и одновременно – монетизации электронных книг посредством повышения прибыльности каждого Вашего действительного (т.е. платящего и платежеспособного) клиента.

Кстати говоря, обзоры и обозрения прекрасно работают не только в отношении действительных клиентов, но также и клиентов потенциальных, Ваших подписчиков и пр.

Одним словом, этот прием эффективно работает в отношении всей Вашей целевой аудитории. Нужно только грамотно его использовать.

Делается это следующим образом.

Когда кто-то покупает Вашу электронную книгу (впрочем, как и любой другой Ваш информационный товар), Вы помещаете данного человека в специальный подписной лист, где состоят только Ваши действительные (платящие и платежеспособные клиенты). Разумеется, помещать человека в такой лист следует только с его согласия.

И лучше всего вести такой подписной лист с помощью автореспондера, в который закладывается специальная последовательность писем. Впрочем, сейчас Вам станет предельно ясно, почему организовать работу лучше всего именно таким способом.

Каково должно быть содержание такой последовательности писем?

Каждое из них должно представлять собой качественно написанный и хорошо подготовленный обзор товаров или услуг, которые логично дополняли бы Ваш информационный товар, но опять же не являлись бы прямо конкурирующими с ним.

Приведем пример для наглядности изложения.

Предположим, что Вы, также как и я, продаете какую-либо книгу по INTERNET-маркетингу. В этом случае Ваша последовательность писем, заложенных в автореспондер, может содержать обзоры и обзоры следующих товаров и услуг:

- сервисы автореспондеров;
- программы-компиляторы электронных книг;
- сервисы и студии оформления обложек для электронных книг и другой полезной графики;
- полезные маркетинговые руководства и программы;
- и так далее.

Посудите сами – подобные товары и услуги необходимы любому, кто будет заниматься онлайн-информационным бизнесом. А раз так – люди будут покупать их в любом случае. Так почему бы им не покупать их по Вашей рекомендации и не приносить Вам дополнительную прибыль в виде комиссионных? ☺

Знаете что?

Каждый месяц я получаю достаточно большое количество чеков – комиссионные за тех клиентов, которые начали пользоваться сервисами автореспондеров по моим рекомендациям еще несколько лет назад. Они продолжают пользоваться этими сервисами по сей день, а я – получать комиссионные с каждой их оплаты. И это – только один пример, я могу привести их Вам великое множество.

Теперь пару слов по поводу формата подобных обзоров и обзоров. Лично я пишу их в виде чистого текста и заряжаю в автореспондеры как обычные письма. Но такой вариант, разумеется, не является единственным.

Многие предприниматели оформляют такие обзоры в виде электронных книг PDF-формата и предоставляют в письмах не сам текст, а ссылки на загрузку данных файлов. Такой подход в ряде случаев работает ничуть не хуже.

Какой из вариантов выбрать – решать, естественно, лично Вам.

Но какой бы вариант Вы ни избрали, Вам обязательно следует изготовить рассмотренные обзоры и обзоры и интегрировать данную последовательность в Вашу деятельность – Вы будете потрясены тому, насколько прибыльной окажется для Вас эта работа.

Попробуйте – и посмотрите сами!

И чем раньше Вы это сделаете – тем раньше получите результаты.

Прием № 3. – Базовая и полная комплектация

Честно говоря, этот прием – один из моих любимых методов эффективной монетизации электронных книг. Он работает просто изумительно, и я могу лично заявить Вам о том, что его обязательно следует взять на вооружение и опробовать в своей работе.

Все, что Вам нужно сделать для того, чтобы взять эту методику на вооружение – это написать несколько небольших дополнительных докладов и включить их в комплектацию Вашего коммерческого предложения вместе с основным товаром для того, чтобы создать предложение в так называемой «полной комплектации» (а основной товар без этих дополнительных материалов будет, соответственно, именоваться базовой комплектацией).

Эти две комплектации следует продавать отдельно, естественно, по различной цене.

Базовая комплектация Ваших материалов будет стоить столько же, сколько и ранее, а полная комплектация – несколько дороже. Вы даже не представляете себе, какой потенциал прибыльности таит в себе данная методика!

Вам может показаться, что формирование полной комплектации Вашего коммерческого предложения может потребовать применения значительных сил и затрат времени и других ресурсов. К счастью, это, конечно же, не так, и формирование новой комплектации не потребует от Вас весомых и внушительных усилий.

Все, что Вам нужно – написать парочку небольших (но очень полезных и информативных для покупателей) публикаций (как правило, специальных докладов), вполне достаточно будет даже объема в 15 – 20 страниц печатного текста. Главное здесь – непосредственное соответствие тематике основного товара и информативность для покупателя.

Кстати говоря, если у Вас нет возможности или желания готовить подобные дополнительные материалы самостоятельно – Вы вполне можете обратиться к услугам наемных авторов. Если быть до конца откровенным, я несколько раз так делал, и доложу Вам – отличный способ экономии времени и сил.

Главное – быть уверенным в добросовестности наемного автора, услугами которого Вы собираетесь воспользоваться, а также самому внимательно изучить все изготовленные материалы, прежде чем включать их в состав коммерческого предложения.

Многие предприниматели не желают пользоваться услугами наемных авторов просто потому, что за это нужно платить. Сама необходимость платить деньги за изготовление дополнительных материалов отпугивает их изначально. Вот что я Вам скажу: да, это на самом деле так, но имейте в виду: все подобные затраты с лихвой окупятся, если Вы получите в итоге на самом деле качественные материалы и правильно организуете применение рассмотренной методики в своей работе.

Вместо заключения

Обеспечение дополнительных потоков прибыли с помощью эффективной монетизации каждой Вашей электронной книги открывает Вашему бизнесу просто потрясающие перспективы, для достижения которых нужно всего-навсего немного поработать в самом начале. От добросовестности выполнения этой первоначальной работы зависит успех всей дальнейшей монетизации, поэтому я призываю Вас отнестись к ней очень ответственно и добросовестно.

И все Ваши усилия будут с лихвой вознаграждены! Попробуйте – и убедитесь сами!

Самая важная прелесть описанных в данном докладе методик заключается в том, что как только Вы выполните всю необходимую первоначальную работу (которая, как мы уже говорили, не требует особых затрат и жертв с Вашей стороны), то получаете в свое распоряжение готовую систему обеспечения дополнительных доходных потоков. И в дальнейшем эта система будет работать на Ваше благо и Ваш бизнес как хорошо смазанный механизм – практически без какого-либо участия с Вашей стороны.

Итак, приступайте к работе и формируйте собственную систему драматического повышения Ваших заработков с помощью эффективной монетизации каждой Вашей электронной книги, которая обеспечит Вам достижение новых вершин и покорение новых горизонтов!

Еще раз – огромное спасибо за то, что нашли несколько минут Вашего драгоценного времени на то, чтобы скачать данный доклад и ознакомиться с ним! Я очень признателен Вам за это и искренне надеюсь, что содержащаяся в данном докладе информация окажет Вам неоценимую помощь.

До встречи на страницах новых специальных докладов, написанных Вашим покорным слугой! Ибо у меня есть еще очень многое, чем я хотел бы с Вами с превеликой радостью поделиться.

Искренне Ваш друг,

Michael Rasmussen

Майкл Расмьюссен.

<http://www.MichaelRasmussen.com>

Вам еще один подарок!

Вам как читателю этой книги полагается еще один шикарный подарок-сюрприз – 10 записей из серии телесеминаров «Звонок недели»!



Более 10 часов аудио: ответы на Ваши самые наболевшие, острые и актуальные вопросы о домашнем онлайн-бизнесе!

Получите прямо сейчас **совершенно бесплатно!**

Для получения подарка просто...

==> Щелкните здесь! <==

и заполните расположенную там форму подписки.

Для Вашей пользы и прибыльности!