

Алекс Голдвин

«Дружеские советы»

(Сборник статей с блога BizDerertor)



Издание второе, исправленное

Автор книги: Алекс Голдвин (Александр Орлов)

Сайт автора: <http://tinyurl.com/BizDirektor>

Твиттер автора: <http://twitter.com/BizDirektor>

Бесплатное распространение и размещение данной бесплатной книги на

своих сайтах и блогах – приветствуется!!!

Содержание

Владимир Путин умер или Как рождаются слухи

Выбор ниши для вашего блога

Главный секрет заработка в Интернет

Заработок на поиске информации в интернет

Инфобизнес - это СИСТЕМА.

Как иметь хорошие продажи вашего продукта.

Как продавать товар

Как распределить ключевые слова в посте блога для улучшения SEO

Лень как двигатель прогресса

На халяву и уксус сладкий

Наркоманы инфобизнеса

Не смотря на обстоятельства

Несколько советов начинающему интернет-коммерсанту

О пользе RSS-каналов в коммерческом блоге

Оптимизатор веб-сайта

Оптимистом быть выгоднее

Способы бесплатной раскрутки

Что важнее в инфопродукте

Что же такое инфобизнес

Владимир Путин умер или Как рождаются слухи

ВЛАДИМИР ПУТИН УМЕР, или Как рождаются слухи. Немножко о "черных" PR-технологиях и как ими воспользоваться для хороших дел.

Сначала о негативе. Это то, как НЕ НУЖНО делать. Ибо не морально. И даже если вам на мораль наплевать, вы должны понимать, что это противозаконно, а потому юридически наказуемо. Ну а потом - о том, как МОЖНО делать. И как это может помочь вам в вашем бизнесе и в раскрутке вашего интернет-ресурса.

Допустим, кто-то кого-то хочет очернить. Или пустить ложный слух о ком-то. Ну например (это всего лишь ПРИМЕР!), слух о том, что Владимир Путин умер. Ну вот взбрело кому-то такое в голову. Ну мало ли.

Написать такое "от фонаря" - вряд ли кто поверит. Нужно привести факты - хотя бы сослаться на первоисточники. Да и засудить могут за клевету и распространение ложных слухов. А вот, если будет ссылка на первоисточник - к вам у закона претензий уже не будет. Они уже будут к этому самому "первоисточнику". Но ведь первоисточника то слуха еще нет - вы ведь сами только что всё это придумали. И что в таком случае делать? То есть, что делают в таком случае те, кто занимается такой вот "чернухой"?

Создается сеть блогов. Или сайтов. Чем больше - тем лучше. Сначала, на одном из этих ресурсов пишется позитив. На следующем - тот же позитив, но добавляется маленькая капля негатива. Совсем маленькая - за такую не судят. И идет ссылка на первый ресурс, как на первоисточник. На третьем ресурсе еще капелька негатива добавляется. И идет ссылка на второй ресурс как на первоисточник. Ну и так далее.

Там капля. Там еще одна. Но к концу цепочки позитив полностью вытесняется негативом. И уже именно эта инфо тиражируется по всей сети.

Вернемся к нашему примеру. То бишь к слуху, что Владимир Владимирович Путин якобы умер (да простит меня ВВП - желаю ему здравствовать и долгих лет жизни).

Итак, на первом блоге публикуется такая инфо: "Наш дорогой и любимый В.В. Путин так много делает всего на благо страны, так много работает. Так и заболеть не долго".

На втором блоге: " В сети (ссылка на первый блог) появилась информация о том, что Путин так много работает, что может заболеть".

Блог номер три: "Работа Путина может привести его к болезни" (и ссылка на блог 2).

Блог номер 4: "Возможна болезнь Путина из-за его работы"

Блог 5: "Говорят, что Путин вроде болеет из-за того, что перетрутился"

.....

Блог 20: "Путин сильно болеет. Возможно уже присмерти"

Блог 21: "Владимир Путин присмерти!"

Блог 22: "Путин умирает, последняя стадия болезни. возможно уже умер".

Блог 23: "Возможно что Путин уже умер".

Блог 24 "ЖИВ ЛИ ПУТИН? Говорят, что он уже умер!"

И, наконец: "ВЛАДИМИР ПУТИН УМЕР!"

(и каждый раз новый блог или сайт в цепочке ссылается на предыдущий).

Всё. Слух рожден. И есть ссылка на источники. И нет уголовной ответственности (ведь есть ссылка на источники, то есть вы как бы не виноваты). А в начале ведь идет безобидная инфо - ничего не предъявишь.

И вот эту последнюю новость с вашего последнего интернет-ресурса уже можно тиражировать в сети на сотнях новостных сайтов и в социальных сетях.

НО! Это я показал, как поступать **НЕ НУЖНО!** Это и неморально и, даже если вам наплевать на мораль, противозаконно. Если докапаются (а спец.службы, если заходят, найдут всё обязательно), что все эти ресурсы, на которых идут ссылки - все они ваши, то вам, мягко говоря, будет не очень хорошо.

Но выше описанную технологию можно использовать для рождения ХОРОШИХ и ПОЛЕЗНЫХ слухов. Например, чтоб похвалить какой-то действительно хороший и полезный, но пока никому не известный товар или продукт. Или услугу. Или новый интернет-ресурс. От этого никакого вреда. Обычная реклама, только другого рода.

Такое вот рождение позитивных и хороших слухов и новостей еще называют МЕМ-технологии. Об этом, то есть, что такое мемы и мем-технологии достаточно инфо в сети. Кому нужно - найдете.

Кстати, зашел только что в Гугл и набрал в строке поискового запроса фразу "Путин умер" - и чуть не упал со стула! Оказалось некоторое время назад в сети уже циркулировал подобный слух! Ну надо же!

Да, не один я такой вот "умный". :) Но я фразу взял для примера, а кто-то действительно серьезно писал и рассуждал об этом. Да уж... Но если звезды зажигают - значит это кому-то нужно.

Выбор ниши для вашего блога

7 самых важных критериев, которые необходимо учитывать при выборе ниши

1. Анализ востребованности: <http://wordstat.yandex.ru/>
2. Анализ напряженности: <http://google.com/sktool/#>
3. Отследить тренды: <http://google.com/trends>
4. Выяснить человеческие намерения: <http://google.com/insights/search/>
5. Определить трафик: <https://adwords.google.com/select/TrafficEstimatorSandbox>
6. Анализ конкурентов: <http://liveinternet.ru/rating/ru/>
7. Определить целевую аудиторию.

пункт 7 - "Определить целевую аудиторию" без всяких ссылок. Почему?

Целевую аудиторию можно и нужно выбрать самостоятельно. Когда вы уже выбрали тематику будущего блога - в зависимости от этого идет выбор целевой аудитории. Например: если блог о Пенсионных Инвестиционных Фондах (ПИФах), то вряд ли целевой аудиторией будут подростки. Если блог о вязании крючком и макияже - вряд ли целевой аудиторией будут мужчины. Ну и так далее.

Нужно четко определить, кто именно будет являться целевой аудиторией вашего блога и составить некий образ среднего посетителя вашего ресурса: его пол, возраст, образование, профессиональные интересы, хобби итд

Зачем это нужно?

1. Во-первых, вы четко будете знать кому именно направлены ваши посты.
2. Во-вторых, вы сможете вникнуть в ожидания, чаяния, нужды потребности ваших посетителей. Это сделает ваши посты более сильными и отвечающими запросам вашей целевой аудитории.
3. В третьих, ведь в зависимости от выбора целевой аудитории блога меняется даже стилистика блога. Ведь пост для подростков пишется несколько в иной манере, чем пост для пенсионеров, верно?
4. В четвертых, знание своей целевой аудитории поможет не тратить на раскрутку блога лишние ресурсы - силы, время и деньги. Нет смысла рекламировать блог о рыбалке на форуме веб-мастеров, а блог о макияже - на форуме о инфобизнесе. Согласны?
5. Ну и в-пятых, зная будущую целевую аудиторию вашего нового блога вы даже можете понять, как именно и на чем вы можете заработать на вашем блоге. Нет смысла рекламировать платный софт на блоге о халявных программах, а косметику - на блоге о охоте.

Есть много и других нюансов, но думаю вы уже поняли зачем нужно знание о целевой аудитории вашего нового блога. Знание целевой аудитории поможет вашему ресурсу стать более привлекательным как для будущих читателей, так и для рекламодателей и сделает его более успешным.

Как видите, выбор целевой аудитории полезен во многих отношениях. А для коммерческой успешности нового блога - это даже НЕОБХОДИМО.

Главный секрет заработка в Интернет

САМЫЙ-САМЫЙ ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ ЗАРАБОТКА В ИНТЕРНЕТ

Многие хотят не просто юзать в СЕТИ, но и заработать в нете хоть какуюто копейку. А ЕЩЕ ЛУЧШЕ- ЦЕНТ. ИЛИ ДОЛЛАР. И ЖЕЛАТЕЛЬНО - НЕ ОДИН, А МНОГО. И начинают копаться в тонах инфо о подобном заработке, чтоб найти нужную инфо.

По мере вот такого вот "копания" им периодически встречаются статьи или книги с набором всевозможных "рецептов" и "секретов" заработка в интернет.

И желающий заработать начинает как бы охотиться за подобными рецептами и

секретами, собирать их, коллекционировать. Типа: Вот еще парочку секретов узнаю - ну точно миллионером стану. Но проходят месяцы, годы, а этот человек всё по-прежнему на мели и его заработок в сети близок к нулю... А ЗНАЕТЕ ПОЧЕМНУ? ПОТОМУ, ЧТО ОН НЕ ЗНАЕТ ГЛАВНОГО СЕКРЕТА ЗАРАБОТКА В СЕТИ. А хотите я прямо сейчас поделюсь этим "секретом" с вами? ДА БЕЗ ПРОБЛЕМ!

Итак, **ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ ЗАРАБОТКА В ИНТЕРНЕТ: ДЕЙСТВУЙ!** Да, просто ДЕЙСТВУЙ.

Можно годами читать полезные книги и статьи посвященные заработку в интернет, можно закупить кучу платных бизнес-пакетов или зарегистрироваться в десятках партнерских программ, НО ЕСЛИ ВЫ ТОЛЬКО ЧИТАЕТЕ И ТОЛЬКО РЕГИСТРИРУЕТЕСЬ, НО НЕ ДЕЙСТВУЕТЕ - НЕТ В ТОМ НИКАКОЙ ПОЛЬЗЫ.

Лучше купить один хороший бизнес-пакет и сразу начать ДЕЙСТВОВАТЬ согласно плану, изложенному в нем, чем прочесть тысячи статей и книг, но не сделать ни шага на этом пути. Или остановившись на пол-дороге.

Мечтать- это правильно, но мечты можно воплотить в реальность лишь ДЕЙСТВУЯ.

А ПО ДРУГОМУ - НИКАК.

Заработок на поиске информации в интернет

Заработок на поиске информации в интернет.

Сейчас компьютеры есть у многих, но отнюдь не у всех. Да и те, у кого компы есть, используют их по-большой части как архивы для семейных фотографий и видео, музыкальные и видео- проигрыватели, как игровые приставки, пишущие машинки, для бухгалтерского учета итд итп, но не как окно в большой мир сетевых ресурсов. Более того, из тех, кто всё таки выходит в интернет, лишь единицы умеют правильно ориентироваться в огромной куче информации, которая хранится в сети.

Интернет- это огромная свалка информационного мусора, где иногда можно найти настоящие сокровища. И кто умеет их находить- тот и может заработать на этом. Если вы хорошо ориентируетесь в сети и на "ты" с поисковыми системами, то вам прямой путь в информационный бизнес.

Какие направления деятельности?

1.Поиск вакансий и резюме. Вы можете предложить свои услуги тем, кто хочет найти свою половинку-то ли в вашем городе, то ли в вашем регионе и стране, то ли за рубежом.

2.Поиск контактной информации о фирмах, организациях и предприятиях. Это актуально для коммерсантов. Предложите им так же

(3)поиск товаров по наименьшим ценам и

(4)поиск поставщиков или покупателей.

5.Можно предложить для населения поиск их одноклассников, однокурсников или одногруппников. Или же

(6)поиск информации о людях, городах и тому подобное. А

(7)для студентов можно находить и скачивать рефераты, курсовые, дипломные...

8.Еще можно предложить поиск и электронный перевод инфо с англоязычных сайтов.

9.Или же поиск книг и статей на английском языке.

10.Или на русском- любой тематики с переводом или без.

Вот, подкинул вам 10 способов (идей) как можно заработать с помощью вашего компа и головы. :) Но вариантов может быть сотни. Кому-то объявление разместить, кому-то почтовый ящик открыть или же отослать или принять письмо. Вообще, поле деятельности-безгранично.

А как продвигать сами услуги? Где найти заказчиков?

Для начала, в местные газеты (бесплатные газеты объявлений и в платные) нужно дать такое вот объявление: "ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ: Анализ, поиск и размещение информации в интернет". Подробности можно тоже сразу написать, а можно по телефону. И вперед, действуйте!

А там, по ходу дела, еще придумаете на чем можно заработать. Или же сами клиенты подскажут, что именно им нужно и за именно какой поиск информации они готовы платить вам деньги. :)

Инфобизнес - это СИСТЕМА.

Инфобизнес - это СИСТЕМА.

Вы прочли кучу специальной литературы по инфо-бизнесу, были на различных семинарах, тренингах, просмотрели много видео и прослушали многие часы аудио и уже вроде как всё знаете, а когда пробуете всё это применить на практике, то ваш бизнес "не идет"? Нет продаж? Посетители уходят? Или их нет вообще, хотя у конкурентов тьма тьмушная? Вы не знаете что делать и почему у вас ничего не получается?

Тогда этот пост для вас.

Нужно понять, что инфобизнес, как и любой бизнес - это не просто ряд определенных действий, а СИСТЕМА, где всё взаимосвязанно.

Возьмите, для примера, автомобиль. Это тоже СИСТЕМА. Чтоб хорошо водить автомобиль, нужно не просто выучить пару механизмов управления и порядок действий, а нужно сначала понять, как всё это работает вместе, в комплексе.

Не выучишь автомобиль как СИСТЕМУ - никогда не станешь хорошим водителем. Аналогично - и в инфобизнесе.

Действительно, многие выучили пару "приемчиков" инфобизнеса, пробуют их на практике - а оно не работает. Почему? А вы представьте, что вы выучили у автомобиля только как нажимать педаль ГАЗ. Или только как нажимать педаль ТОРМОЗ. Или только как крутить руль. Или только переключать коробку передач.

Далеко ли вы уедете? То-то и оно, что нет.

Даже если вы выучите и начнете применять не что-то одно, а две, три вещи, а остальные не выучите и не будете их применять - результат будет тот же. То есть это уже конечно лучше, чем в первом варианте, но всё равно не достаточно для полноценного движения.

И даже если вы выучите буквально всё, всё равно вы еще от одних лишь этих знаний не станете асом вождения. Нужно еще и понять, как это всё работает В КОМПЛЕКСЕ.

Плюс, куча других нюансов. Например, нужно знать, что на сухой ровной дороге можно ехать быстрее, а когда дорога плохая - неделеннее. Так же, что нельзя одновременно нажимать ТОРМОЗ и ГАЗ. :) И не путать эти две педали между собой. :) Ну и так далее. Плюс практика, практика, практика. Без этого, только с одной сухой теорией без практики, никогда не стать классным водителем.

Отсюда и многие проблемы и разочарования новичков - начинают что-то учить, нахватались некоторых вершков, даже уже что-то начинают пробовать применять - а оно не дает результатов. Или очень маленькие, убогие результаты. Вот и останавливаются затем на пол-пути.

А нужно было продолжать учиться. И не просто отдельные элементы инфо-бизнеса выучить, а понять, как это всё работает в комплексе. Плюс - практика. Постоянная практика. Через пробы и ошибки отшлифовывать свое мастерство.

И только тогда можно стать "асом" вождения (то есть инфобизнеса) и достичь просто отличных результатов.

Как иметь хорошие продажи вашего продукта.

Инфо-бизнес: как непременно достичь успеха и иметь хорошие продажи вашего продукта.

Это не просто статья, иначе бы я поместил этот вот пост в Каталог статей отдельной статьей. А скорее просто пару мыслей на этот счет.

Многие, начиная заниматься инфо-бизнесом, выпуская свой первый платный инфо-продукт думают только о том, как бы его продать. Типа, не важно что за продукт, главное "впарить" его покупателям, а там хоть трава не расти.

Но, как показывает практика, такой подход в корне не верен. Нужно думать не о продажах, а именно о самом продукте - о его качестве, нужности для потребителя и тому подобное. Это должен быть хороший качественный продукт, концентрированная смесь из самого важного, что есть в общей теории, ваших уникальных наработок, личного опыта, секретов мастерства (или иных уникальных материалов) и интересной подачи этого самого материала.

Конечно, можно продать и любой "левый" продукт, не обладающий всеми этими качествами. Умеючи можно и снег зимой эскимосам продавать. :) Да, умеючи можно заработать на любом продукте - если правильно организовать продажи и правильно подать продукт потребителю.

Но заработаете ли вы на этом то, что важнее денег - а именно репутацию? Нет и

еще раз нет! Купив ваш "левый" не качественный продукт вряд ли этот же покупатель купит у вас еще что-либо. Более того, не удовлетворенные покупатели оставят о вашем продукте кучу негативных отзывов по всей сети. Так что и новых покупателей вы вряд ли потом найдете. И даже если вы позже выпустите супер-пупер качественный продукт, то из-за вашей подмоченной репутации вряд ли кто приобретет его. Ваша карьера в инфо-бизнесе на этом и закончится.

Итак, очень важно, чтоб даже ваш первый продукт был самого высокого качества и заслужил самые высокие оценки у потребителя. Здесь вариант "первый блин комом" совершенно "не катит". Лучше несколько раз переработать ваш инфо-продукт пока его качество не станет бесспорным, чем второпях выпустить в свет кривобокого "уродца", который уничтожит ваш инфо-бизнес в самом зародыше.

Часто в сети встречаешь вопрос: Я не знаю о чем писать и какой инфопродукт выпустить. И некоторые "гуру" инфо-бизнеса отвечают, что мол это всё ерунда. Типа выбите любую тему от фонаря, напишите абы что, собрав материал в сети, и продайте ваш "труд". Что мол важнее супер-заголовок для вашего продукта, способ его подачи, чем сам продукт.

Но я не считаю такой вот подход правильным. Да, для краткосрочных продаж этот вариант может и пойдет, но на перспективу вы только загубите свой инфо-бизнес, о чем я уже писал выше.

И нужно еще учесть и то, что люди не будут покупать абы что и абы у кого. Уже прошли те времена, когда качественных инфо-продуктов было мало и люди кидались на каждый очередной "шедевр" очередного интернет-гуру. Сейчас в сети тысячи качественных инфо-продуктов (не качественных еще больше:)), так что народ стал разборчивее. Абы что и абы у кого уже не купят. А многие не понимают этих нюансов и действуют по старинке, по рецептам "гуру" инфо-бизнеса десятилетней давности. Но времена то ныне другие. Вот и не могут продать ничего. И терпят крах. А секрет хороших продаж очень прост. И этот секрет называется ХОРОШАЯ РЕПУТАЦИЯ.

Сначала нужно заработать репутацию. Хорошую репутацию. Репутацию знатока, эксперта в вашем роде деятельности. Нужно написать кучу статей и разместить их на различных специализированных интернет-ресурсах, создать множество качественных полезных бесплатных электронных книг и так далее и тому подобное. Всё это, если ваши статьи и книги реально будут интересны и полезны для людей, завоеуют вам репутацию знатока и эксперта. Они сделают вам имя. А уж потом, имея имя и хорошую репутацию, вы сможете продать КУЧУ своих платных продуктов - даже особо не напрягаясь. Люди сами захотят купить ваш продукт, зная, что это будет действительно классный качественный инфо-продукт.

Так я думаю и считаю. Если вы думаете иначе - ваше право. Но потом не удивляйтесь, если ваш инфо-бизнес потерпит катастрофу.

*Один мой знакомый бизнесмен, еще в середине 90-х как то сказал: **Связи гораздо важнее денег. Если я сейчас потеряю все свои деньги, то благодаря связям я их вновь обрету за пару месяцев. Но если я потеряю связи - то через пару месяцев у меня уже не будет моих денег.***

То же самое можно сказать о вашей репутации. Если у вас будет должная позитивная репутацию - ваш продукт будет продаваться и у вас всегда будут деньги. Ваша репутация сама вместо вас будет продавать ваш инфо-продукт. Но если вы разрушите вашу репутацию низкокачественным продуктом - то это будет вашим крахом на поприще инфо-бизнеса. В будущем новых продаж, а значит и денег вам не видать как своих ушей.

Таковы мои личные мысли на этот счет. Рад, если они кому-то будут полезны.

Как продавать товар

КАК ПРОДАВАТЬ ТОВАР И РЕКЛАМИРОВАТЬ ЕГО ЧЕТЫРЕМ РАЗНЫМ ТИПАМ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Есть 4 типа людей: для одних более важна зрительная (визуальная) информация, для других - слуховая (звуковая), для третьих - информация, которая передается через соприкосновение (текстильная), для четвертых важны запахи и вкус.

Зачем это нужно знать?

Допустим, вы продаете автомобили.

Для первой группы нужно его рекламировать так: ПОСМОТРИТЕ, как он красив! Как красиво вы будете в нем ВЫГЛЯДЕТЬ. Ну и так далее.

Для второй: ПОСЛУШАЙТЕ, как мягко ЗВУЧИТ мотор, какая приятная АКУСТИКА в автомобильной АУДИО-системе. И так далее.

Для третьей группы: Какая приятная НА ОЩУПЬ кожаная обивка сидений этого автомобиля, как удобно ДЕРЖАТЬ руль В РУКАХ. И так далее...

И, наконец, для четвертой группы: Как приятно ПАХНЕТ обивка салона этого автомобиля. Он такой ВКУСНЫЙ и АППЕТИТНЫЙ! И далее - в том же духе.

Понимаете что к чему? И чтобы достучаться до каждой из этих категорий людей - нужно разговаривать НА ИХ ЯЗЫКЕ.

И опытный продавец из разговоров покупателей, из их особых словечек, СРАЗУ понимает к какой именно из этих категорий принадлежит этот человек.

Настоящая же ХОРОШАЯ реклама направлена СРАЗУ НА ВСЕ 4 КАТЕГОРИИ ЛЮДЕЙ, на все органы чувств человека.

Аналогично и в инфобизнесе. Кому-то нравятся инфопродукты в ВИДЕО-формате, так как этот человек - визуалист и он предпочитает именно СМОТРЕТЬ.

Кто-то предпочитает продукты в виде АУДИО, потому что он любит СЛУШАТЬ.

А кто-то предпочитает инфопродукты в виде электронных книг, так как любит читать и на подсознательном уровне (не осознано) он как-бы ощущает как ДЕРЖИТ В РУКАХ эту книгу.

Так же, нужно учесть, что во всех этих случаях задействованы РАЗНЫЕ УЧАСТКИ МОЗГА - у каждого человека это индивидуально и по-разному.

Потому, кто-то предпочитает читать, кто-то - смотреть видео или слушать аудио. И если мы хотим достичь ВСЕХ этих групп людей, всех потенциальных покупателей, **нужно со всеми научиться говорить НА ИХ ЯЗЫКЕ.**

И выпускать инфопродукты **ВСЕХ** форматов - и видео, и аудио и книги, а не делать

упор только на одном из них.

Как распределить ключевые слова в посте блога для улучшения SEO

Как распределить ключевые слова в посте блога для улучшения SEO

Все, кто хоть немного понимает в поисковой оптимизации своего блога или сайта, осознают важность ключевых слов в этом вопросе.

Если вы используете ключевые слова минимально, то шансов у вашего блога или сайта войти в топ-10 (и даже в топ-100) поисковиков по этим ключевым словам - практически нулевой.

С другой стороны, если вы будите использовать ключевые слова слишком часто и много, поисковики будут рассматривать это как поисковый спам и будут вас блокировать (банить).

Более того - вы можете потерять и постоянных читателей, так как текст перестает быть "человеческим", а скорее - искусственным и предназначен не для людей, а только для поисковых систем .

Потому, сразу возникает закономерный вопрос: как лучше всего сбалансировать количество ключевых слов при написании статьи ?

Вот несколько советов:

1. Оптимальным количеством ключевых слов по отношению ко всем словам текста является 5 - 8%. После написания поста обязательно посчитайте сколько раз вы использовали ключевые слова. Если ключевиков больше чем 8-10% - это будет выглядеть для поисковиков как поисковый спам. Потому, отредактируйте вашу статью до приемлемого количества ключевых слов.

2. Текст должен быть "человекочитаемым". Ключевые слова должны быть в нем вставлены не абы куда, а гармонично, чтоб текст был красив и удобочитаем. Не забывайте о поисковиках, оптимизации текста и поисковом продвижении, но в первую очередь думайте о живых людях - читателях вашего блога.

3. Ведущие пециалисты в области SEO учат, что нужно использовать пирамидальные структуры ключевых слов в статье. Это буквально означает, что ключевые слова должно появляться больше в первые несколько абзацев из вашей статье, и по мере продвижения к концу, количество ключевых слов, которые вы используете должны идти на снижение.

Также важно, чтоб основные ключевые слова вашей статьи должны присутствовать в течение первых 6 слов Вашего сообщения. В идеале, ваш пост должен начинаться основными ключевыми словами.

Лень как двигатель прогресса

Лень как двигатель прогресса, или Можно ли делать бизнес лежа на диване?

Интересно, а можно ли совмещать лежание на диване и ведение бизнеса?

Вот, ты лежишь на диване, под боком подушка, в руках КПК или навороченный смарт и ты ведешь свой бизнес в сети без отрыва от дивана...

Мечта закоренелого лентяя:)

Кстати, а знаете ли вы, что все изобретения были созданы лентяями?

Лень было человеку грузы тянуть на плечах или в санях-волокушах- он придумал колесо и сделал телегу.

Лень было за дичью гоняться- придумал лук и стрелы, чтоб бить дичь на расстоянии.

Лень было ветки отламывать от деревьев- придумал топор и пилу.

Лень было пешком путешествовать- придумал транспорт.

Лень было пшеницу и рожь косою и серпом косить- придумал комбайн.

Лень было руками землю копать- придумал лопату.

Лень было в театр или в кинотеатр ходить или ездить- придумал телевизор.

И так далее и тому подобное.

Лентяи- вот кто двигал прогресс человечества.

Трудолюбивые люди просто молча делали своё дело, не жалуясь ни на что. Но лентяи не хотели вкалывать с утра до вечера- им бы на диване поваляться. Вот и придумывали разные штуки, чтоб меньше работать и больше отдыхать.

Но вернемся к бизнесу в интернет. А могут ли и в этой сфере лентяи прогресс двигать?

Почему бы и нет? Трудолюбивый интернет-коммерсант всё ручками с утра до вечера делает. Даже в сотни каталогов свой сайт в ручную ему, извините за выражение, "не в падлу" добавить.

А лентяю не охота на это весь день тратить. Вот и придумывает программы всякие, чтоб автоматизировать этот процесс. То придумал автоответчик, чтоб постоянно на электронные письма не отвечать. То автоматизировал процесс продаж, чтоб не тратить на всё это своё время.

Вот и идет у него бизнес в сети по накатанной колее... А он на своем любимом диване опочевает. :)

Даже рекламой почти не занимается. Его сайт-магазин с партнерской программой сами партнеры и рекламируют:) И продвигают его товары в сети. А он на диване денежки считает...

Всё выше сказанное воспринимайте **не очень серьезно:)** Это всего лишь шутовское размышление. :)

Хотя в каждой штуке есть и доля правды.

А правда в том, что если мы хотим валяться на диване и денежки считать, сначала нужно и сайт создать, и товаром его наполнить, и найти первых партнеров, которые будут этот товар потом продвигать и еще многое-многое другое. Это-работа не для ленивых.

Хотя потом, когда процесс пойдет, можно и на диване с КПК в руке поваляться.:) Но даже и тогда до конца расслабляться не нужно. А то конкуренты слушают:)

Но иногда можно и расслабиться. На диване. В отеле на Канарах. Почему и нет? :)

На халяву и уксус сладкий

На халяву и уксус сладкий?

Ох, любит наш народ халяву, ох любит...

Люди готовы целый день в инете юзать, чтоб найти что-либо нужное из платного, но чтоб бесплатно, на халяву. Каюсь - тоже в этом грешен:)

А теперь представьте ситуацию. Вам нужен какой-то определенный информационный бизнес-пакет. Он есть в сети, но стоит денег. Допустим 20\$. Но если поискать в сети, допустим 8 часов, то можно у пиратов найти этот же бизнес-пакет, но бесплатно.

ВНИМАНИЕ! ВОПРОС: Что вы будете делать: купите этот пакет за 20\$ или начнете всё же начнете искать в интернет этот же пакет, но чтоб бесплатно?

Учтите! Поиск бесплатного варианта может занять много часов!

Так что, всё же может не будете тратить время и силы на поиск бесплатного варианта и купите платный? Или всё же поищите халявный вариант?

Ах да, забыл сказать. За те 8 часов, что вы потратите на поиск халявы, вы могли бы заработать, допустим, 50\$. Или 100. Или 1000 (в зависимости от вашей фантазии:)).

Вы могли бы заработать 50\$, купить бизнес-пакет за 20\$ и еще бы 30\$ осталось.

А можете потратить это время на поиск халявы. Ничего не заработать. Но ничего и не потратить. Хотя и прибыли тоже нет.

Так что, какой вариант выбираете?

ЗЫ: Очень прошу ответить на этот вопрос. Хотя бы самому себе.

Наркоманы инфобизнеса

НАРКОМАНЫ ИНФОБИЗНЕСА

Прочел пост под названием *ОТГОЛОСКИ ДАЛЁКИХ ПРЕДКОВ* <http://mishuk-m.livejournal.com/480251.html> и вот, возникло несколько мыслей на этот счет:

Есть такая категория людей, которая скитается из семинара в семинар, из тренинга в тренинг, ищет всё новых инфопродуктов с свежими "секретами" от всевозможных гуру и готовы платить за эти "шедевры" народного творчества огромные деньги и думают, что ТОЛЬКО ОДНО УЖЕ ЭТО - то есть их постоянное наполнение всеми этими семинарами, тренингами и продуктами - АВТОМАТИЧЕСКИ сделает их богаче и успешнее.

НО ТАК НЕ БЫВАЕТ!

Знание о том, как стать богатым не делает автоматом тебя богачем. И мысли о будущем успехе сами по-себе тоже не сделают тебя успешнее. А ТОЛЬКО ДЕЙСТВИЕ, ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ШАГИ В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ.

Можно хоть тысячи семинаров и тренингов пройти и купить тысячи инфопродуктов по заработку, но если все это не применять - грош цена таким вот знаниям.

Лучше купить один хороший инфопродукт и начать по-шагово всё выполнять, чем купить сотню, но ничего не делать.

Но проблема некоторых людей в том, что они стали как-бы некими духовными инфо-наркоманами. Они "подсели" на эти самые тренинги и семинары.

Мечты о богатстве и успехе для них становятся важнее самого богатства и успеха. Живут в некоем мире грез, но никогда ничего не предпримут, чтоб эти грезы стали реальностью. Им важнее сами мечты о будущем успехе и своем деле, чем собственно сам успех. Это кажется парадоксальным, но это так.

А вам такие люди не встречаются? И не видите ли вы таких вот людей, по крайней мере - одного из них, в собственном зеркале?

Не смотря на обстоятельства

Не смотря на обстоятельства...

Наше настоящее определяется нашим прошлым. Но! Наше будущее определяется нашим настоящим.

Прошлое не изменить. От этого никуда не деться. Но будущее - изменить вполне реально.

Конечно, бывают обстоятельства, которые выше нас- болезни или природные катаклизмы. Но можно не нестись по течению, а плыть на встречу ему. То есть, жить не согласно обстоятельствам в нашей жизни, а не смотря на них - даже если эти обстоятельства не зависят от нас.

Может быть это звучит банально, но вспомнил подвиг безногого летчика Мересьева (настоящая фамилия - Маресьев). Вот где сила духа! Казалось все обстоятельства были против него- обоих ведь ног человек лишился! Но! Не сломился, не поплыл по течению, а не смотря на обстоятельства встал в строй и еще долго бил фашистов на своем самолете. А потом учил молодую смену.

И таких примеров - не мало, как в прошлом, так и в настоящем.

Можно было бы долго писать на эту тему, но зачем? В принципе, думаю, и так всё понятно.

Просто главное- никогда не сдаваться, бороться, не соглашаться с не хорошими обстоятельствами в нашей жизни.

И даже если не всё получится, даже если в чем-то обстоятельства будут выше нас, всё же мы должны сделать всё, для того, чтобы даже если в чем-то одном у нас не будет победы, то значит в другом мы обязательно победим!

Несколько советов начинающему интернет-коммерсанту

НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ПО РАЗВИТИЮ КОММЕРЧЕСКОГО САЙТА:

1. По-больше тематических статей. И чтоб статьи были оптимизированы под ключевые слова вашего сайта (Вы понимаете о чем я?). На каждое поисковое слово или фразу- отдельная статья. Плюс перекрестные ссылки между статьями. Могу, если нужно, немножко подсказать что и как- бесплатно:) Если же нужно полностью оптимизировать сайт или написать тематические статьи (мне не трудно писать на ЛЮБУЮ тему:))- это уже за оплату труда. Любой труд, я считаю, должен по-справедливости быть так или иначе вознагражден:) Но по разумным расценкам, подрядчику нельзя быть жадным.:)

2. При вашем коммерческом сайте ОБЯЗАТЕЛЬНО развивайте тематический форум. Если пока мало людей- просто пока откройте десятка 3-4 тем, которые будут интересны будущим посетителям. Чтоб не было постов только от лица одного автора- пойдите на небольшую хитрость: пишите посты от лица разных пользователей или же попросите друзей и знакомых хотя бы периодически постить на форуме, хотя бы задавать тематические вопросы. А потом дополнительно рекламируйте форум- как место общения для родителей- пап, мам и тому подобное. Будет много посетителей- будет много заказов:)

3. И последнее. Начинающим коммерческим проектам, чтоб выделиться из массы подобных проектов, нужна твоя "изюминка", некий эксклюзив, которого у конкурентов не достать. Какая- это уже вам самим нужно подумать:) И, как некий бонус для посетителей сайта и клиентов- дополнительный бесплатный информационный продукт, который посетители, а главное- клиенты будут получать помимо платных услуг. Многие люди, даже самые богатые из нас, любят халяву:)

О пользе RSS-каналов в коммерческом блоге

О пользе RSS-каналов

Все знают, что rss-каналы хороши для того чтоб их читать через специальные программы rss-ридеры или различные утилиты.

Допустим вам нравится десять блогов. И вы хотели бы быть в курсе обновлений на этих блогах и читать свежие посты. Можно каждый день заходить на эти блоги проверять нет ли новых постов, а можно подписаться на RSS-ленты этих блогов и читать эти ленты через rss-ридер или утилиты, которые будут выводить вам все

обновления с избранных блогов или сайтов в единой ленте. Очень удобно.

А зачем еще нужен rss-канал и чем он может быть полезен?

Допустим, вы сетевик и хотите сделать свой сайт по бизнесу своей компании. Но если на сайте компании частые обновления в новостях или в прайсах- очень проблематично все это ручками переносить на свой сайт. И времени это будет много занимать и сил.

Как автоматизировать этот процесс?

С помощью RSS-канала сайта компании!

Если на сайте компании есть RSS-канал, можно сделать импорт RSS-ленты на свой сайт. Например, у меня есть блог христианской тематики Антисекта. Вот адресок:

<http://www.liveinternet.ru/users/antisekta/>

А вот я начал делать новый сайт христианской тематики Апологет:
<http://apologet.at.ua> - сайт пока пустой, но дело не в этом.

К чему я дал эти ссылки? Просто я наладил трансляцию RSS-канала с блога Антисекта на этот сайт.

Результат посмотрите здесь: <http://apologet.at.ua/index/antisekta/0-4> - можно выводить любое количество материала. Я установил вывод 5-ти последних постов. Но можно и 10, и 20 и 100 - сколько требуется, столько можно и сделать.

Так как я делал этот сайт на конструкторе юкоз.ру, то там уже есть предустановленная функция импорта RSS-канала. На сайт можно импортировать погоду, курсы валют, новости или сообщения с любого сайта или блога, где есть RSS-канал. Очень удобно.

Если же на вашем сайте нет функции такого импорта каналов, то такой импорт можно организовать самому. Просто нужно найти в сети уроки на эту тему. Ввести в любой поисковик поисковый запрос: Как организовать импорт rss-канала. Или что-то типа этого.

Зачем все это нужно? Просто сайт будет наполняться контентом без вашего участия. Будут обновляться новости компании, ассортимент продукции. Не нужно ничего будет вводить руками - все будет само обновляться без вашего участия.

Оптимизатор веб-сайта

Оптимизатор веб-сайта: один из лучших способов увеличить конверсию страницы и сделать ваш текст по-настоящему продающим.

Дорогие друзья!

Позвольте познакомить вас с одним очень полезным сервисом от Google который называется "Оптимизатор веб-сайта".

Этот поистине гениальный инструмент позволяет тестировать всё на свете и с помощью него вы сможете сделать ваши рекламные тексты по-настоящему

продающими и мотивирующими читающих их на выполнение определенных действий, даже если вы просто ужасный копирайтер. :)

Например, вы создали отличный инфопродукт или продаете через партнерскую программу продукты других людей. Вы создали свой рекламный текст, вроде не плохой, не хуже, как вы считаете, чем у ваших конкурентов, но у конкурентов инфо-продукты покупают, а у вас нет. В чем же здесь проблема? Наверняка в рекламном продающем тексте. Скорее всего он не "цепляет" потенциальных покупателей "за живое", не мотивирует достаточно на совершение необходимой покупки.

Создать другой текст? Да, это вариант. Но где гарантия, что новый текст будет более успешен? А если вы хотите попробовать сразу 10 новых вариантов - как быстро узнать какой вариант наилучший с точки зрения продаж? И вообще, как контролировать этот процесс? Менять тексты в ручную? Замахнешься. Да и как понять, что именно в тексте, какая его часть, заставляет (мотивирует) потенциальных покупателей на покупки, а какая нет?

Вот тут то и проходит на помощь "**Оптимизатор веб-сайта**" от Google. Именно оптимизатор сайтов Google поможет вам автоматизировать весь нужный процесс и выбрать наилучший вариант продающего текста. Более того - этот "Оптимизатор веб-сайта" сам проанализирует всё что нужно и сам выберет наилучший вариант текста с самой лучшей конверсией.

По отзывам некоторых интернет-бизнесменов, конверсия их продающих текстов, после того как они стали применять гугловский "Оптимизатор веб-сайта", выросла с 10% до 45-55%. То есть, покупки стал делать не каждый десятый человек из целевого трафика, который зашел на страницу с рекламным продающим текстом, а каждый второй. Соответственно прибыль выросла в 5 раз!

Аналогично - и со страницами, где мотивируют людей не на покупки, например, а на совершение иных действий. Например - чтоб посетители подписались на вашу рассылку. После использования Оптимизатора конверсия таких вот текстов тоже возрастает в разы!

Как это работает? Сервис "**Оптимизатор веб-сайта**" проводит автоматическое сплит-тестирование ваших продающих текстов с выбором наилучшего варианта.

Если кто не знает, что такое **сплит-тестирование** - сейчас объясню.

Для одного и того же продукта создается несколько вариантов продающего текста, а трафик (потенциальных покупателей) перенаправляет то на страницу с одним вариантом текста, то на страницу с другим, то с третьим (ну и так далее) и смотрят какая страница имеет большую конверсию, то есть где больше отклик и где больше продаж (или иных действий, на которые мотивирует текст, например: подписка на рассылку и тому подобное). Какими вариант имеет большую конверсию - тот в конце-концов и оставляют как основной вариант.

Сервис "**Оптимизатор веб-сайта**" позволяет полностью автоматизировать этот процесс. Например, вы делаете 5 вариантов заголовка, 2 варианта картинки, 5 вариантов начала текста, 5 вариантов середины и 2 концовки. Итого у вас получается $5 \times 2 \times 5 \times 5 \times 2 \times 5 = 2500$ вариантов рекламного продающего текста!

Реально ли все эти варианты попробовать в ручную, да еще и выбрать наилучший? Конечно же нет. А вот с помощью гугловского Оптимизатора сайта - легко и быстро. Как именно - написано в инструкции по использованию сервиса "Оптимизатор веб-сайта" от Google.

Вобщем, совершенно замечательная и полезнейшая штука. Всем советую.

Теперь сплит-тестирование ваших вариантов текста пройдет на автомате и сервис сам выберет наиболее лучший вариант с самой высокой конверсией.

Кстати, именно сплит тестирование является главным секретом Джона Риза, сделавшего в 2004 году 1 миллион долларов за одну ночь. Вдохновляет? Меня, так например, очень. :)

А ведь сервис от Google "Оптимизатор веб-сайта" совершенно бесплатный! Да будь он даже платный - всё равно он просто чудо! Очень всем советую воспользоваться всеми его возможностями.

А вот и ссылочка:

<http://www.google.com/intl/ru/websiteoptimizer/index.html> - заходите, смотрите, читайте инструкции, опробуйте на практике.

И Google вам в помощь! :)

Оптимистом быть выгоднее

Оптимистом быть лучше, чем пессимистом. И выгоднее. :)

В Библии написано, что глупец тот, кто перед постройкой дома не подсчитывает всех издержек.

Так что разумно и правильно перед началом всякого нового дела, в которое вы вкладываете свои финансы, время, силы и талант все сначала взвесить, всё подсчитать и хорошенько всё продумать. Это нормально и правильно.

Но если проект хорош и подсчеты показали, что он будет успешен, то нужно настроить себя на успех, верить в то, что все получится, верить в себя. Вот именно этом оптимисты имеют преимущества перед пессимистами.

Пессимисты все время сомневаются в себе и в своем проекте- потому у них часто действительно ничего и не выходит:(

А вот оптимисты верят в себя, в свой проект- и у них всё обычно получается:)

По крайней мере в разы больше чем у пессимиста.

Способы бесплатной раскрутки

Способы бесплатной раскрутки и продвижения сайта.

Способов бесплатной раскрутки и продвижения сайта очень много.

Хочу отметить, что эти способы условно- бесплатные, то есть вам не нужно платить за услуги специалистов по раскрутке и продвижению сайта, но всё же придется пойти на некоторые затраты, на оплату того же трафика, например. Расскажу лишь о

некоторых способах раскрутки и продвижения:

1. Регистрация в белых каталогах, не требующих обратной ссылки. Вы получаете массу ссылок на ваш интернет-ресурс, что повышает его ТИЦ и PR. Чем больше регистраций-тем больше ссылок на вас. Но за пару дней можно получить сотни бесплатных ссылок. Минус в том, что поисковики не всегда учитывают подобную ссылочную массу, так что лучше пользоваться новыми белыми каталогами, еще не учтенными поисковиками как каталоги.
2. Обмен ссылками. Старый способ, но не совсем эффективный. Взаимные ссылки не дают должного эффекта. Лучше применить следующих два способа:
3. Создание сайтов-саттелитов. То есть делается один основной сайт и десяток, а то и сотня более меньших сайтов-спутников. Ссылки с меньших идут на главный ресурс, увеличивая его ИЦ. Обратные ссылки на саттелиты не желательны- это важно. Саттелиты, так же, раскрутывают друг друга, но не взаимными ссылками, а по кольцу ссылок:
4. Кольцо ссылок (кольцо сайтов). Если упрощенно: Сайт А ссылается на сайт Б, сайт Б на сайт В, а тот на сайт А. Чем больше кольцо- тем ссылки более чистые с точки зрения поисковиков. Внутри группы сайтов может быть несколько таких колец.
5. Социальные сети. Пишите статью в сервис социальных новостей или же добавляете свой сайт в закладки в сервисе закладок или еще что-всё едино. Ссылочная масса на ваш сайт возрастает.
6. Форумы. На многих форумах, разрешается в подпись добавлять ссылку на ваш сайт. Чем активнее вы участвуете в работе форумов- тем больше ссылок на ваш ресурс. Иногда разрешается ставить прямые ссылки на источник, если вы, например, даете ссылку на какой-то пост в своем блоге или статью на сайте.

Лично у меня пару десятков сайтов и блогов- сателлитов. Когда я открываю новый сайт или блог я сразу же на сателлитах ставлю ссылку на свой новый ресурс. В блогах, дополнительно- парочку постовых. Во-первых, так поисковики "оповещаются" о моем новом ресурсе и очень быстро индексируют его. Во-вторых, я получаю дополнительную ссылочную массу на новый ресурс и в третьих- перенаправляю трафик (посетителей) на новый ресурс. Так что, если вы серьезно хотите раскрутить свой сайт- всегда имейте под рукой десяток-второй сайтов-саттеллитов. Это никогда не помешает:)

Что важнее в инфопродукте

Что важнее в инфопродукте - смысл (информация) или красивый слог?

*Что важнее в инфопродукте - слог и форма или содержание, то есть информация?
А что важнее в конфере - яркая обертка этой кофетки или сама конфетка?*

Слог и формы - дело конечно хорошее, книги с хорошим слогом конечно же читать легче и интереснее, но, имхо, в книгах содержание тоже важно. И ПОРОЮ СОДЕРЖАНИЕ ДАЖЕ ВАЖНЕЕ СЛОГА.

В Энциклопедиях вот слог как бы не очень, однако энциклопедическая литература даже без хорошего слога в плане знаний дает больше, чем художественно-развлекательная с хорошим слогом. Ведь часто покупают инфопродукт именно из-за

знаний, содержащихся в нем, а не ради красивых слов.

Хотя, конечно, как идеал - это когда в инфопродукте и то, и другое присутствует.

Как пример - книги по кулинарии покойного Вильяма Похлебкина или ныне здравствующего Бориса Бурды - и слог хороший, и читать приятно и знания в своей области дают отличные. Вот что значит настоящий профессионализм.

Настоящий качественный инфопродукт должен заключать в себе полезную информацию и желательно - концентрированно и по-больше, без ненужной воды, но, в то же время, он должен быть интересен, выполнен в в хорошей форме и легко усваиваться.

Сухая информация и яркий рассказ, но в котором много воды - это две крайности. И то и другое не есть хорошо. И вкусная конфета в серой блеклой обертке, и конфета в яркой обертке, но не вкусная - и то и другое плохо и не делает чести производителям этих конфет. То же самое - и в инфобизнесе.

Самый лучший вариант - когда вкусная конфета находится в красивой обертке. Это должно быть очевидно для каждого. Вы согласны?

Что такое инфобизнес

ЧТО ТАКОЕ ИНФОБИЗНЕС И КТО ТАКОЙ ИНФОБИЗНЕСМЕН

Сегодня прочел такое вот определение (цитирую практически дословно):

Инфобизнесмены - это "джентельмены удачи, которые могут продавать что угодно и кому угодно. Даже кирпич, завернутый в газетку, или электронный рассказ о том, как правильно заворачивать кирпич в газетку. Или даже газетку из-под кирпича...".

Должен сказать, что это определение было дано человеком, который настроен по отношению к инфобизнесу не просто скептически, а очень критически, враждебно.

Но всё таки мне кажется что в этом что-то есть.

Инфобизнесмен, если он хочет быть успешным, должен иметь не только мастером по производству инфотоваров, но и мастером рекламы и мастером продаж.

Хотя, конечно, если твой инфопродукт плох, а ты выдаешь его за нечто суперовское - то ты уже не честный предприниматель, а настоящий джентельмен удачи - то есть пират, вор и разбойник.

А вы так не считаете?

Успехов вам и процветания! До новых встреч!

Автор книги: **Алекс Голдвин (Александр Орлов)**

Сайт автора: <http://tinyurl.com/BizDirektor>

Твиттер автора: <http://twitter.com/BizDirektor>