

Джимми Д. Браун

ЛЕСТНИЦА

К

ИНТЕРНЕТ-

УСПЕХУ

<http://www.berestneff.com>

**Издательство Виртуального Колледжа
электронной коммерции**

<http://www.berestneff.com>

ВНИМАНИЕ!

Это – бесплатная электронная книга.

Приветствуется ее свободное распространение!

Вы можете совершенно свободно раздавать ее своим друзьям, подписчикам рассылок, посетителям сайтов, покупателям Ваших товаров. Окажите им услугу – поделитесь с ними содержащейся в данной книге полезной информацией – они будут очень Вам признательны!

Описание книги и профессиональную графическую обложку для помещения на Ваш сайт Вы можете позаимствовать здесь:

==> <http://www.berestneff.com/books/fornewbies/ladder.htm> <==

Соглашение об использовании информации:

Представленная в настоящей книге информация отражает точку зрения ее автора, которая может отличаться от мнения читателя. Автор оставляет за собой право изменять свою точку зрения под влиянием новых и вновь открывающихся обстоятельств, а также результатов исследований и т.п.

Данная книга предоставлена исключительно в информационных целях и для личного ознакомления читателя – автор и издатель не несут ответственности за возможные негативные последствия, которые могут наступить в случае применения содержащейся в данной книге информации. Риск таких последствий читатель целиком и полностью принимает на себя. Никаких претензий относительно содержания данной книги и результатов использования настоящей информации ни автор, ни издатель, ни переводчик не принимают.

Содержание:

Получите Ваш подарок!	4
Введение	5
Ступень первая Как создавать, продавать и распространять собственный информационный товар	7
Ступень вторая Как создать успешный Web-сайт	10
Ступень третья 10 маркетинговых приемов обеспечения стабильного потока целевого трафика на сайт	14
Ступень четвертая Как поставить бизнес на автопилот при помощи автореспондера	16
Ступень пятая Как создавать, расширять лист рассылки и эффективно управлять им	20
Ступень шестая Как создать и осуществлять эффективную промоушинговую стратегию.....	23
Ступень седьмая Как создать электронную книгу и обеспечить массивный поток трафика на сайт путем ее свободной раздачи	25
Ступень восьмая Перекрестный промоушинг	28
Ступень девятая Как вести собственную рассылку	30

Получите Ваш подарок!

Вам как читателю этой книги полагается 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 проследуйте по ссылке

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

и заполните расположенную там форму подписки.

Для Вашей пользы и прибыльности!

Введение

Дорогой читатель!

Добро пожаловать на страницы моей книги «Лестница к INTERNET-успеху»! На ее страницах Вы откроете девять достаточно несложных шагов, которые позволят Вам существенно продвинуться в развитии Вашего бизнеса, именуемые мною девятью ступенями достижения успеха в онлайн-бизнесе.

Каждая такая ступень раскрывается в одном из девяти разделов, на которые разбита книга, и из этих разделов Вы откроете для себя:

- как создавать, продавать и распространять Ваш информационный товар;
- секреты создания сайта, способного обеспечить успех;
- 10 маркетинговых советов по достижению успеха;
- как поставить электронный бизнес на автопилот при помощи автореспондера;
- как создавать, расширять и управлять листом рассылки;
- как создать стратегию раскрутки и продвижения своего сайта;
- как создать электронную книгу и при ее помощи генерировать массовые потоки трафика на сайт;
- как осуществлять перекрестный промоушинг при помощи рекомендаций;
- как правильно вести собственную рассылку.

Наверняка Вы согласитесь со мной в том, что большинство людей приходят в INTERNET для того, чтобы зарабатывать большие деньги на основе полной занятости, но при этом не имеют четко выработанного плана осуществления своих действий. Они пытаются достигнуть вершины лестницы успеха, пропуская очень важные ее ступени... и как результат, скатываются вниз.

И очень часто они уходят, внося не очень приятный вклад в статистику, пополняя ряды тех 95 % предпринимателей, которые не смогли наладить собственного бизнеса в Сети.

А все дело заключается именно в указанных девяти шагах или, как мы решили их называть, ступенях лестницы успеха, успешно взбираясь по которым, достичь желаемого и ожидаемого успеха сможет каждый. И заметьте себе – все эти ступени важны в равной степени и браться за преодоление лестницы следует строго последовательно.

Игнорирование любой из них способно очень быстро привести Вас к краху.

Итак, что же конкретно представляют собой так часто повторяемые мною ступени? Рад, что Вы спросили.

Это:

1. создание товара, на который существует высокий спрос и с продаж которого Вы можете удерживать в свой доход 100 % от вырученных сумм;
2. создание сайта, который буквально принуждает посетителей сделать покупку;
3. обеспечение качественного, целевого траффика на такой сайт;
4. автоматизация работы Вашей системы продаж и высвобождение дополнительного свободного времени;
5. работа по сопровождению клиентов, направленная на увеличение доходов и создание их массовых потоков;
6. осуществление всеобъемлющего маркетингового плана;
7. создание собственных автоматизированных генераторов траффика;
8. использование мощности других предпринимателей путем создания и осуществления совместных проектов;
9. извлечение доходов из рекламы в почтовых рассылках.

Итак, не смею больше расходовать Ваше время, начнем рассмотрение указанных ступеней в подробностях.

Желаю Вам приятного чтения, достижения всяческих успехов и всего наилучшего!

Джимми Д. Браун
info@123marketing.com

Ступень первая

Вводное замечание: не считаю нужным повторять слова других маркетологов, но нельзя не отметить, что предприниматель, не обладающий товаром собственного производства, который можно было бы продавать в Сети, не имеет шансов на выживание в онлайн-бизнесе.

Конечно, существуют различные аффилиат-программы (партнерские программы), при помощи которых можно заниматься продажей товаров других производителей, но они больше подходят для осуществления работы сопровождения клиентов (см. ступень № 5), а для того, чтобы извлекать действительно высокие доходы, необходимо обладать товаром собственного производства.

Как создавать, продавать и распространять собственный информационный товар

С развитием международной глобальной Сети INTERNET настало наилучшее время для создания и развития собственных информационных товаров. И дело не столько в том, что информационные товары будут востребованы немедленно, сколько в том, что до Сети не существовало такой изумительной возможности настолько легкого их распространения и продажи.

Информация – товар номер один в Сети. Так было, есть и будет. В Сети существуют и работают сотни предпринимателей, осуществляющих с большим успехом торговлю именно информационными товарами.

Первый шаг в создании собственного информационного товара – выбор темы.

Следует выбирать ту тему, с которой Вы хорошо знакомы и по которой у Вас накоплен достаточный багаж знаний. При этом наибольшую ценность представляют знания, являющиеся продуктом Ваших собственных размышлений и описания Вашего собственного опыта по избранной теме.

Все предельно просто – пишите о том, что хорошо знаете и обучайте своим знаниям других людей.

Создание наброска. Самый лучший способ начать создание информационного продукта – черновик.

Его следует начинать с написания введения или предисловия, в котором следует изложить, о чем будет рассказано читателю или чему читатель сможет научиться, овладев предлагаемой ему информацией. Предисловие должно также включать описание темы, несколько слов о том, кто Вы и откуда, а также указание на авторские права, рекомендации и благодарности.

Следующий шаг – формирование содержания и формулировка названий разделов. Особенно рекомендуется использовать содержание в том случае, если Ваш информационный продукт будет написан в форме пошагового руководства – это позволит читателю быстро находить нужные ему сведения.

Если же Вы создаете свой информационный продукт в форме обычной книги, можно ограничиться просто названиями глав и разделов. Но в любом случае, пункты содержания или названия разделов следует формулировать таким образом, чтобы их комплексное прочтение создавало впечатление законченного повествования. Иными словами, просмотр пунктов содержания или названий глав и разделов должен давать исчерпывающее представление о том, чему посвящен Ваш информационный продукт.

Вслед за содержанием Ваш набросок должен включать краткое изложение каждого пункта.

Как только набросок, или черновик, создан, можно приступать к созданию «каркаса» информационного продукта.

Создайте текстовые блоки с заголовками, соответствующими содержанию, оставьте достаточное количество пустого места в каждом разделе, а затем заполняйте его нужной информацией. При этом подберите легко читаемый шрифт, используйте для него черный цвет, а в качестве фона – белый цвет и излагайте текст на языке Вашего повседневного общения, который будет легко доступен и понятен каждому читателю.

Предоставление информации. Для того, чтобы довести свой информационный товар до покупателей в приемлемом варианте, его необходимо представить в виде сжатого и готового в загрузке с Вашего ресурса цельного и самостоятельного файла соответствующего формата, как правило, в формате электронной книги.

Существуют различные методы компиляции и создания электронных книг, но большинство из них, к которым пользователи давно привыкли, базируются на языке HTML и представляют собой самостоятельные исполняемые файлы, содержащие HTML-страницы, специально подготовленные и скомпилированные в один ехе-файл, предназначенный для распространения и скачивания с Вашего ресурса.

Первый шаг в подготовке книги – перевод текстовой информации в формат HTML.

Разделите Ваш текст на разделы, например – введение, содержание, текст каждой из глав и т.п. и создайте для каждого раздела свою Web-страницу. Убедитесь также в том, что Вы построили простую и надежную систему навигации между разделами, позволяющую попасть в нужный читателю раздел с любой страницы.

Вы можете также включить ссылки на INTERNET-ресурсы, графику и др., все, что поддерживается языком HTML и не скажется губительным образом на объеме окончательного файла.

Выбор компилятора. В INTERNET существует большое количество компиляторов формата HTML в *.exe, но лишь три из них я могу лично порекомендовать. Каждый из них полностью поддерживает все возможности формата HTML 4.0 и имеет достаточно простую и надежную систему конвертации.

Это следующие компиляторы:

- **E-ditor Pro** – один из самых простых компиляторов, пошаговый интерфейс которого буквально проведет Вас за руку через весь процесс компиляции. Программа позволяет создать всплывающее окно, которое появляется сразу же после запуска готовой электронной книги и по закрытию данного окна

происходит запуск самой книги. Данное окно может содержать системные требования, авторские права, любой текст, который Вы посчитаете нужным туда включить. Стоимость программы составляет 69.95 \$, ее можно скачать по адресу: <http://www.web-source.net/cgi-bin/web/jump.cgi?ID=2884>;

- **WebCompiler** – данная программа может показаться несколько сложной при ее первом использовании, однако, освоив ее Вы можете быстро и качественно создавать любые электронные книги. Кроме всего прочего, данная программа позволяет использовать свою собственную иконку для готового скомпилированного файла. Стоимость программы составляет 149 \$, скачать ее можно по адресу: <http://www.web-source.net/cgi-bin/jump.cgi?ID=2889>;
- **Activ Ebook** – данная программа не так проста, как E-ditor Pro, но при помощи прилагающихся к программе справки и инструкций Вы сможете создать отличную электронную книгу. Программа позволяет вводить EISBN-номер для каждой создаваемой электронной книги и создавать бесплатные demo-копии Ваших книг, что может оказать Вам неоценимую помощь в организации продаж Ваших информационных продуктов. Стоимость программы составляет 29.95 \$, скачать можно по адресу: <http://www.web-source.net/cgi-bin/jump.cgi?ID=105>.

Все указанные программы представляют собой хорошие компиляторы, каждая из них позволяет Вам защитить Вашу книгу паролем, однако как в отношении цены, так и в отношении доступных возможностей лично мне наилучшей представляется программа Activ Ebook.

Как только Вы создали электронную книгу и готовы разместить ее на своем ресурсе, создайте на сервере новую директорию, в которую Вы будете помещать свои книги. Загружайте свои электронные книги на сервер в binary-режиме. Для того, чтобы вставить ссылку для скачивания продукта, просто укажите адрес, по которому находится книга, например: <http://www.yoursite.com/ebooks/ebook.exe>. Если у Вас что-то не получится с технической стороны, свяжитесь со службой технической поддержки Вашего хостинг-провайдера.

Прием заказов. Для того, чтобы создать наилучший механизм приема заказов с Вашего сайта, необходимо установить на нем систему принятия платежей с электронных пластиковых карт. Поскольку создание специального счета в банке может быть достаточно сложной и дорогой процедурой, можно воспользоваться каким-нибудь онлайн-сервисом, предоставляющим готовые счета.

Наилучшей компанией из таких сервисов, насколько мне известно, является компания ClickBank. Данный сервис предоставляет возможность приема платежей со следующих видов карт: VISA, MasterCard, American Express, Discovery, Eurocard, VISA-Debit, MasterCard-Debit и Novus.

Данная компания взимает разовый единовременный платеж при активации Вашего аккаунта в сумме 49.95 \$ и затем – 1\$ + 7,5 % с каждой совершенной продажи. Месячных абонентских и других плат они не взимают. А самое замечательное в работе с данной компанией является то, что предоставляемая ими система принятия платежей с кредитных карт позволяет Вам подключить к ней до 60000 аффилиатов, которые будут продавать Ваш информационный товар. ClickBank позволяет автоматически начислять и выплачивать им комиссионные с продаж.

Зарегистрироваться и получить систему приема платежей можно по адресу: <http://www.clickbank.net>.

Заявляю Вам с полной ответственностью, что не существует причин, препятствующих Вам создать свой собственный информационный продукт. Seriously подумайте над тем, о чем Вы только что прочитали. Подумайте о Вашем писательском таланте, которым Вы можете обладать, а также о тех знаниях в каких-либо сферах деятельности, которые у Вас имеются.

Создание и продажа информационных продуктов – одно из наилучших деловых решений, которые Вы когда-либо принимали.

Ступень вторая

Вводное замечание. Существует два варианта – либо Ваш сайт внушает покупателям достаточное доверие для того, чтобы совершить у Вас покупку, либо же не внушает такового.

Большинство сайтов, существующих в Сети, не добиваются этой цели. Они порой бывают перегружены медленно загружающейся графикой, несовместимыми с браузерами пользователей плагинами и рекламными объявлениями, которые ничьего внимания не привлекают. Средняя продолжительность пребывания потенциальных клиентов на таких сайтах составляет около 7 секунд, после чего они с сайта уходят и никогда не возвращаются.

Как создать успешный Web-сайт

Если Вы занимаетесь онлайн-бизнесом, не нужно лишний раз говорить о том, что один из необходимых составных компонентов Вашего успеха – это Ваш сайт. Если он не выглядит профессионально, то независимо от того, какие товары и услуги Вы продаете, Ваши шансы на успех сводятся к минимуму.

Ниже приводятся 15 советов по разработке и оформлению коммерческого сайта.

1. Заглавная страница Вашего сайта должна загружаться не дольше, чем за 8 секунд при использовании 56К – модема. В соответствии с результатами недавно проведенных исследований компаниями Forrester Research и Gather Group, коммерческие сайты в ряде случаев теряют от 1.1 до 1.3. миллионов долларов потенциальной прибыли ежегодно только из-за того, что пользователи покидают сайты, загрузка которых занимает продолжительное время.

2. Убедитесь в том, что все страницы Вашего сайта содержат правильно составленные мета-тэги (специальные тэги, позволяющие поисковым машинам определить релевантность ключевых слов, используемых на сайте). Исследования показывают, что 80% трафика, идущего с поисковых машин, приносят наиболее крупные из них, число которых не превышает 8. Неплохой идеей было бы изучить механизм функционирования каждой из них и оптимизировать свой сайт в соответствии с предъявляемыми ими требованиями.

3. Будьте осторожны при подборе цветов текста и фона. Слишком вычурный фон с использованием резких цветов, как правило, делает текст трудно читаемым и уводит от него внимание пользователя. Будьте последовательны в оформлении фона всех страниц Вашего сайта – сайт должен быть организован надлежащим образом и иметь один и тот же фон на всех страницах. Имейте в виду, что эффект, который на вас оказывает цветовая схема Вашего сайта, будет точно таким же при восприятии сайта Вашими пользователями.

По данным различных исследований разные цвета дают разные эффекты восприятия: яркие цвета, например, желтый и оранжевый производят впечатление радости и счастья, в то время как голубой и розовый производят впечатление спокойствия и уверенности. Темные цвета – коричневый, черный и т.п., производят на пользователя угнетающее впечатление. Возьмите себе за правило подбирать цветовую гамму в зависимости от того, какого рода эффект Вы собираетесь произвести на посетителей своего сайта.

4. Используйте минимум анимационной графики, которая обычно рассеивает внимание пользователя и может сделать Ваш сайт смотрящимся непрофессионально. К тому же, анимационные графические изображения грузятся гораздо дольше, чем статические, да и не способствуют они совершению продаж, как показывают данные статистики.

5. Заглавная страница Вашего сайта с большой точностью должна объяснять пользователям, что Вы им предлагаете. Сколько раз при посещении чьего-либо сайта Вы так и не могли понять, чем они занимаются? Если Ваши потенциальные посетители сразу же не увидят Ваших товаров и услуг, очень вряд ли, что они будут тратить свое время на то, чтобы понять, чем Вы торгуете. Они сразу же уйдут на другой сайт и, скорее всего, никогда не вернуться обратно. Ведь посещая Ваш сайт, они приходят с конкретной целью – ознакомиться с информацией о Вашем предложении, о ваших товарах и услугах.

Поэтому совершенно не следует «прятать» от них эту информацию.

6. Избегайте размещения баннеров сетей баннерного обмена вверху страниц Вашего сайта. Баннеры, размещаемые таким образом, способны увести пользователей с вашего сайта, к тому же они могут быть проиндексированы поисковыми роботами, что для Вас, мягко говоря, нежелательно. Никогда не размещайте больше двух баннеров на странице, в идеале следует ограничиться одним баннером.

7. На каждой странице Вашего сайта разместите свою контактную информацию и всегда пытайтесь отвечать на письма пользователей вне зависимости от их содержания, в течение не более 48 часов. Такая политика поможет Вам выстраивать хорошие деловые отношения с Вашими пользователями, а такие отношения, как известно – ключ к успеху в любом бизнесе.

8. ВСЕГДА постоянно тестируйте свой сайт на предмет наличия технических ошибок. Убедитесь в том, что все Ваши графические изображения загружаются надлежащим образом, а все ссылки работают как нужно. Если на Вашем сайте имеются ошибки, то в сознании пользователя Ваш сайт сразу же попадет в разряд непрофессиональных и в дальнейшем пользователей будет практически невозможно переубедить. Также убедитесь, что информация, представленная на Вашем сайте, не содержит грамматических, лексических и орфографических ошибок.

9. Создайте на сайте простую и эффективную систему навигации. Поместите навигационные ссылки вверху, внизу, справа или слева страницы, для выравнивания и компактного размещения ссылок используйте таблицы. Если Вы собираетесь для построения навигации использовать графические кнопки, имейте в виду, что каждое графическое изображение увеличивает время загрузки страниц.

Если навигационных ссылок на Вашем сайте мало, использование кнопок для их организации может быть очень эффективным, но если у Вас больше шести ссылок, целесообразно использовать текстовый формат.

10. Если Вам не избежать использования фреймов, используйте их умеренно и в небольших количествах. Фреймы, используемые в большом количестве и ненадлежащим образом организованные, всегда придают сайту непрофессиональный вид.

Избегайте того, чтобы для просмотра Вашей страницы пользователям приходилось использовать горизонтальные полосы прокрутки – большего неудобства в просмотре страниц трудно придумать. И по возможности предоставляйте посетителям выбор – просмотр сайта с фреймами либо без таковых.

11. Количество кликов для попадания с основной страницы Вашего сайта на другие и наоборот никогда не должно превышать четырех. Помните, что пользователи могут прийти на Ваш сайт не через основную страницу, а через другие.

Разместите навигационные ссылки на каждой странице, равно как и логотип Вашей компании.

12. Если Вы используете Java-скрипты на Вашем сайте, избегайте их чрезмерного применения. Такие скрипты, помимо того, что медленно загружаются, имеют обыкновение вызывать ошибки в работе браузера. В особенности следует избегать всплывающих окон, запрашивающих имя и контактную информацию пользователя. Такие окна придают сайту непрофессиональный вид и очень сильно раздражают пользователя, который пытается просмотреть содержание Вашего сайта.

13. Не создавайте звуковой фон сайта, который работает независимо от желания пользователя, ибо зачастую звук сильно отвлекает внимание.

14. Различные браузеры отображают сайт различным образом. Поэтому следует протестировать Ваш сайт в различных браузерах с различным экранным разрешением.

Для этой цели можно использовать специальные программы или специальные сервисы, например:

- Site Inspector – проверит Ваш сайт на совместимость с различными браузерами и на отсутствие HTML-ошибок (<http://www.siteinspector.com>);
- NetMechanic – набор сервисов, включающий проверку на совместимость с различными браузерами, проверку Вашей графики на возможность ее компрессии, проверку сайта на отсутствие HTML-ошибок, проверку времени загрузки, проверку грамматики и т.п. (<http://www.netmechanic.com>).

15. Регулярно обновляйте контент вашего сайта. У Ваших пользователей должен быть стимул регулярно возвращаться на сайт.

Создайте хорошую электронную книгу, которую можно было бы предоставить посетителям. Это не так трудно как может показаться на первый взгляд – если Вы можете создать сайт, Вы сможете сделать и электронную книгу. Основная задача такой электронной книги должна заключаться в демонстрации преимуществ Вашего сайта.

Пишите книгу по предмету своей профессиональной деятельности. К примеру, если Вы занимаетесь продажами, Ваша книга может представлять собой пошаговое руководство по осуществлению продаж для начинающих продавцов. Если Вы занимаетесь домашним бизнесом, напишите книгу о том, как нужно начинать осуществление собственного домашнего бизнеса.

Написание книги по теме Ваших знаний, которыми Вы располагаете, снимает проблему с выбором темы для книги. Если Вы пока не создали собственной книги, разместите на сайте книгу другого автора, подходящую Вам по тематике.

Разместите на сайте бесплатные качественные статьи по предмету Вашей деятельности. Это хороший вариант создания качественного контента – бесплатная ценная информация нужна всем и каждому. Если у Вас нет собственных статей, разместите статьи других авторов, но следите за условиями перепечатки данных статей и выполнением требований авторских прав, чтобы избежать конфликтов с законом. Если таких условий сама статья или приложение к ней не содержат, лучше связаться с ее автором и запросить разрешения на перепечатку. Как правило, такое разрешение получить достаточно легко – бесплатная реклама нужна всем.

Подводя итог сказанному, хочу сказать – сделайте все простым. Простой сайт всегда смотрится более профессионально, чем громоздкий, и имеет больше шансов на совершение успешных продаж.

И всегда старайтесь приобрести новые знания, ибо знания – ключ к успеху.

Ступень третья

Вводное замечание. Кевин Костнер в одном из своих фильмов сказал такую фразу: «Если у Вас есть за чем приходиться, люди к Вам придут». Однако INTERNET – это не Голливуд, и в Сети данная «мудрость» просто не будет работать. Вы можете обладать самыми замечательными на планете товарами и услугами и создать для их продажи сайт, с которого посетитель просто не сможет уйти. Но если у Вас не будет этих самых посетителей – не удивляйтесь, если Вы не продадите ни одной единицы своего товара.

Вам необходим трафик, и трафик немалый.

10 маркетинговых приемов обеспечения стабильного потока целевого трафика на сайт

1. БЕСПЛАТНО... Данное слово сразу же привлекает внимание, не так ли? Предложите своим посетителям бесплатный отчет, бесплатную электронную книгу или какой-нибудь курс обучения. Помните, что информация – самое ценное в Сети.

Используйте это обстоятельство для:

- предоставления бесплатной демо-версии Вашего информационного продукта;
- рассмотрения какой-либо проблемы, волнующей Ваших посетителей, и предложения соответствующего решения и через такое решение – продвижения Вашего сайта, Ваших товаров и услуг;
- генерации трафика на Ваш сайт.

Предоставление бесплатной информации – хороший способ формирования целевого контакт-листа, с которым лучше всего работать при помощи автореспондера. Бесплатные сервисы, предоставляющие автореспондеры, можно найти по следующим адресам:

- www.sendfree.com;
- <http://www.getresponse.com>;
- <http://www.fastfacts.net>;
- <http://www.myreply.com>;
- <http://www.smartbot.net>.

2. Почтовая рассылка. Начните ведение собственной почтовой рассылки для формирования того же контакт-листа, пожалуй, для этой цели, рассылка – наилучший способ. Бесплатный механизм ведения рассылки можно получить на одном из следующих сайтов:

- <http://www.onelist.com>;
- <http://www.egroups.com>;
- <http://www.listbot.com>.

3. Написание статей. Существует сотни и даже тысячи различных электронных изданий, ищущих качественный материал для собственных выпусков. Написание и распространение собственных бесплатных статей способно обеспечить Вам хороший приток трафика на Ваш сайт. Напишите несколько хороших статей, включите в них свою контактную информацию (обязательно – адрес сайта) и свяжитесь с издателями электронных публикаций, предложите им разместить на их страницах Вашу статью.

4. Реклама в рассылках. Данный способ рекламы представляет собой наилучший из электронных рекламных приемов, позволяющий получить приток многих тысяч целевых посетителей по достаточно низкой цене. Подробно данный вопрос освещен в специальной литературе, которую при необходимости можно отыскать в INTERNET просто в немеряных количествах.

5. Рекламные объявления. Вопреки утверждениям ряда маркетологов, позволю себе посоветовать Вам регулярно и постоянно размещать рекламные объявления на всех доступных Вам ресурсах, предусматривающих такую возможность, ибо пользователи их читают. Конечно, размещение рекламных объявлений требует значительных затрат времени, но этот процесс можно автоматизировать при помощи использования специального программного обеспечения. Постоянно размещайте Ваши ссылки на всех доступных бесплатных рекламных ресурсах, данная работа также принесет Вам ощутимые результаты.

6. Пресс-релизы. Напишите краткий и качественный пресс-релиз о каком-нибудь новом товаре или услуге, появившихся в Вашем распоряжении и поведайте о них миру!

7. Совместная работа. Подыщите себе партнеров из владельцев сайтов, сходных с Вашим по тематике и предложите им работать вместе по продвижению своих ресурсов – размещение на собственных сайтах ссылок друг на друга, рекомендаций, рекламы и т.п. Но при выборе партнеров будьте осторожны, делать предложения следует лишь тогда, когда Ваш бизнес более или менее утвердился и всегда создавайте и осуществляйте совместные проекты с теми предпринимателями, в которых Вы уверены.

8. Группы новостей. Размещайте свои объявления в группах новостей, подходящих вам по тематике.

9. Дискуссионные группы. Подпишитесь на дискуссионные листы рассылки, подходящие Вам по тематике и участвуйте в различных форумах и дискуссионных группах. При этом не размещайте рекламу в ее непосредственном виде, а оставляйте свою контактную информацию и обязательно – адрес Вашего сайта. Для достижения рекламных целей этого будет вполне достаточно и не возникнет впечатления агрессивной рекламы.

10. Оффлайновый промоушинг. Рекламируйте и продвигайте свой сайт не только в Сети, но и за ее пределами. Для этого используйте печатную прессу – газеты, журналы и т.п., радио- и телестанции и другие рекламные средства.

Ступень четвертая

Вводное замечание. Позвольте мне поделиться с Вами одним обстоятельством, в котором я убедился на основе своего личного опыта. Если Вы не автоматизируете (или как минимум не автоматизируете наполовину) свою бизнес-деятельность в Сети, у Вас просто не будет времени на то, чтобы полностью ее осуществлять. Поверьте мне – я пытался.

Когда я только начал заниматься онлайн-бизнесом, я наивно полагал, что смогу все осуществлять вручную. Но только представьте себе объем работы – принимать вручную каждый заказ, вручную отвечать на все письма, отсылать сопроводительную информацию, включать новых подписчиков в свою рассылку, удалять тех, кто от нее отписался, подтверждать прием заказов – вот только небольшой перечень необходимой к выполнению работы.

Нет нужды говорить о том, что я не справлялся со всей этой работой. Исполнение заказов просрочивалось, я отсылал сопроводительную информацию не тем, кто ее запрашивал, пользователи приходили в бешенство от того, что я подписывал на рассылку тех, кто пытался от нее отписаться. Я путался в своих действиях, совершал одну ошибку за другой, и работа превращалась в кошмар, не давая практически никаких результатов.

И тогда я задумался над автоматизацией работы... и когда осуществил ее, жить стало гораздо проще...

Как поставить бизнес на автопилот при помощи автореспондера

Автореспондеры представляют собой одно из самых популярных средств автоматизации онлайн-работы. Они также известны под названием почтовых автоматов, рассылок по требованию и постботов. Автореспондеры созданы по образцу «факса по запросу» и работают по принципу отправления заданного письма тому, кто вышлет пустое письмо на адрес автореспондера или заполнит форму подписки.

Популярность автореспондеры заслужили благодаря тому, что позволяют сэкономить многие часы работы и избавляют от необходимости отвечать на все запросы одной и той же информации. При задействовании автореспондера Ваш информационный комплект становится доступным всем пользователям в течение 24 часов в сутки и 7 дней в неделю.

Создайте свой информационный пакет, загрузите его на автореспондер, и Вы практически поставите свой электронный бизнес на автопилот. Как только заинтересовавшийся пользователь отправит на автореспондер запрос, информация немедленно будет доставлена на его адрес электронной почты.

Существует достаточно много способов использования такого мощного средства ведения бизнеса, как автореспондер. Например, его можно использовать для:

- отсылки образца выпуска почтовой рассылки потенциальному подписчику;
- рассылки всем интересующимся статей – хороший способ их распространения;
- рассылки различного рода бесплатных отчетов с прикрепленным файлом подписи – отличное средство продвижения Вашего сайта и всего бизнеса в целом;
- рассылки бесплатного комплекта ссылок плюс описания Вашего сайта и бизнеса;
- рассылки информации о Вашем бизнесе, товарах и услугах;
- рассылки каталогов Ваших товаров и услуг;
- рассылки прайс-листов;
- рассылки приветственных и благодарственных писем;
- отправки подтверждения заказов;

Здесь приведены только наиболее распространенные приемы использования автореспондеров, на самом деле их существуют сотни.

Автореспондеры не только способны высвободить значительное количество Вашего времени, выполняя за Вас различную повседневную работу по рассылке информации тем, кто ее запросит, но также обеспечивают моментальную доставку такой информации. Кроме того, они предоставляют Вам возможность отслеживать количество запросов, места, откуда они поступили, и собирать почтовые адреса тех, кто сделал запрос.

Большинство автореспондеров также уведомляют Вас на Ваш почтовый адрес о количестве и основных характеристиках сделанных запросов.

Для того, чтобы выбрать хороший сервис, предоставляющий автореспондер, необходимо учитывать ряд обстоятельств, от которых зависит успех Вашей работы с ним, наличие или отсутствие тех или иных возможностей, а именно:

- персонализация отправляемых писем. Ее наличие создает у получателя информации впечатление, что она направлена конкретно ему, а не кому-то другому и не абстрактному пользователю, сделавшему запрос;
- автоматическое информационное сопровождение. Исследования показывают, что потенциальному покупателю для того, чтобы совершить продажу, необходимо отправить около семи писем с различными предложениями;
- неограниченная длина текста письма. Если текст письма, который может отправить автореспондер, ограничено, Вам придется подгонять под требуемый объем тексты Ваших писем с предложением продажи, что может губительно отразиться на их успехе;

- неограниченное бесплатное обновление информации на автореспондере. Наличие данной возможности просто необходимо для того, чтобы предоставлять пользователям исключительно свежую, а не устаревшую информацию о Ваших предложениях, товарах и услугах;
- автоматическое уведомление. Вы должны обладать возможностью автоматического отслеживания работы Вашего автореспондера, в частности – автореспондер должен уведомлять Вас о каждом сделанном запросе.

Вот несколько советов по распространению в Сети адреса Вашего автореспондера:

- включите его адрес в файл подписи;
- при размещении рекламных объявлений вместе с адресом своей электронной почты указывайте адрес автореспондера;
- указывайте его в группах новостей, а также на всех рекламных материалах, визитных карточках, в номерах рассылок и на своем сайте.

Отслеживание результатов работы автореспондера – один из ключей маркетингового успеха. Отслеживая, какое из Ваших рекламных объявлений дает максимальную отдачу, Вы также сможете определить и с каких сайтов из тех, на которых размещена Ваша реклама, приходит больше посетителей. Такой подход к рекламной деятельности способен сэкономить Вам значительное количество средств и времени.

По результатам такого исследования выберите сайты с максимальной отдачей и размещайте рекламу на них.

Работу по организации данных исследований следует построить таким образом:

1. Составьте список сайтов, на которых Вы разместили Ваши рекламные объявления.
2. Присвойте каждому из таких сайтов соответствующий номер.
3. Определить, с какого сайта пришел запрос, Вы можете используя графу «Тема» в письмах-запросах. Изначально тема запроса, который отправляется на автореспондер, не указана. Вам следует указать ее путем включения в тэг соответствующей информации, например: <mailto:freeinfo@yourautoadd.com?subject=c11>. Данный код содержит адрес Вашего автореспондера и код, присвоенный Вами сайту, на котором размещено Ваше объявление (в данном случае – c11, следующий сайт можно обозначить c12, следующий – c13 и т.д.). Таким образом, анализируя темы пришедших запросов, Вы сможете точно определить, с какого сайта какое получено количество запросов.
4. Размещайте рекламные объявления с указанием вместо Вашего почтового адреса адрес Вашего автореспондера.

Бесплатно обзавестись автореспондером, как уже говорилось, можно на следующих сервисах:

- www.sendfree.com;
- <http://www.getresponse.com>;
- <http://www.fastfacts.net>;
- <http://www.myreply.com>;
- <http://www.smartbot.net>.

Еще раз повторяю: автореспондеры способны существенно облегчить Вашу работу по ведению электронного бизнеса и обеспечить постановку его на автопилот.

Ступень пятая

Вводное замечание. В данном разделе я собираюсь открыть Вам самый важный секрет успеха в онлайн-бизнесе.

Готовы?

Слушайте внимательно!

Для того, чтобы зарабатывать в электронном бизнесе по-настоящему серьезные деньги, Вам нужно добиться множественных потоков дохода. Иными словами, необходимо обладать несколькими товарами и услугами и одновременно получать прибыль с их продажи.

Множественные доходные потоки абсолютно необходимы любому предпринимателю по нескольким причинам.

Во-первых, обладание несколькими товарами и услугами автоматически увеличивает количество совершаемых продаж. Очевидно, что чем больше в Вашем ассортименте высоко востребованных товаров и услуг, тем больше Ваши шансы на получение хороших прибылей.

Во-вторых, это создает постоянство дохода. Если один канал поступления прибыли окажется по каким-либо причинам перекрытым, в Вашем распоряжении остаются другие каналы, обеспечивающие стабильное получение дохода. Иными словами, обладание дополнительными товарами и услугами, которые Вы можете предложить своим клиентам, во много раз способно приумножить Ваши прибыли.

Самый лучший способ доведения предложений как для уже существующих, так и потенциальных клиентов – это создание так называемого Opt-In листа, т.е. списка рассылки специальных материалов, подписчики которого затребовали их включение в данный список. Конечно, обязательным условием для осуществления работы с таким листом является наличие товаров и услуг, которые Вы можете предложить уже существующим клиентам.

Как создавать, расширять лист рассылки и эффективно управлять им

Лист рассылки (Opt-In – лист) представляет собой базу данных или список тех пользователей, которые изъявили свое согласие на получение Ваших писем. Данные письма могут представлять собой рассылки информации об обновлении Ваших предложений, ассортимента товаров и услуг, новостях сайта, либо же просто выпуски обычной почтовой рассылки.

Лист рассылки предоставляет Вам уникальную возможность общения с Вашими имеющимися и потенциальными клиентами с целью продвижения Вашего сайта, товаров и услуг.

Для того, чтобы начать ведение листа рассылки, Вам необходима четкая автоматическая система, позволяющая пользователям предоставлять свою контактную информацию, автоматически регистрирующая их в списке рассылки и позволяющая Вам автоматически рассылать им необходимые сообщения.

Прежде чем продолжать, напомним Вам, что данный раздел посвящен именно Opt-In листам, а не спамдексингу. Ни в коем случае нельзя включать в лист рассылки пользователей, не получив от них на это согласия.

Собирание адресов электронной почты. В Сети существуют сотни бесплатных сервисов, предоставляющих Вам возможность ведения собственного листа рассылки, однако, во-первых, они практически никогда не предоставляют возможности отправления персонализированных сообщений, во-вторых, требуют, чтобы пользователи ответили на письмо, в котором содержится запрос на подтверждение их желания быть внесенными в лист рассылки, и, в-третьих, они могут в любой момент закрыть Вашу рассылку без объяснения причин такого решения.

Вашим первым шагом в организации собственной рассылки должно быть обеспечение наличия хорошего скрипта, позволяющего проводить автоматическую обработку данных из форм. Данный скрипт должен предоставлять Вашим посетителям возможность автоматического ввода их контактной информации посредством данной формы и отсылать ее на определенный адрес электронной почты.

Самый лучший вариант указанного скрипта, который я видел – скрипт MasterForm. Данная форма предоставляет Вам возможность получения результатов работы на указанный адрес электронной почты, а также внесения получаемой информации в базу данных и даже работы со специальной страничкой, на которой Вы указываете свой благодарственный текст. Данная форма позволяет работать с большим количеством HTML-страниц, практически без ограничений. Стоимость скрипта - \$ 35, адрес на котором можно получить его – <http://www.clickbank.net/hop.cgi?wsnet/willmaster>. Если Вы не располагаете необходимыми средствами для приобретения скрипта, бесплатный скрипт со схожими функциями можете взять по адресу <http://cgi.ti/scripts/alienform/>.

Независимо от того, какого вида формы и скрипты для работы Вы выберете, необходимо, чтобы они предоставляли Вам возможность работы с e-mail временными записями, так как Вам необходимо, чтобы каждый запрос содержал определенный текст в

теме письма для того, чтобы быть обработанным. Данный текст, называемый e-mail временной записью, должна автоматически подставлять в текст письма с результатами работы форма, которую Вы используете.

После того, как Вы установили на своем сайте такую форму и отладили ее работу, Вам необходим pop-аккаунт для ведения рассылки. Можно завести такой аккаунт на своем сервере либо воспользоваться услугами бесплатных сервисов.

Работа с базой данных. Следующий шаг – создание базы данных, в которой будет храниться информация о Ваших подписчиках, обрабатываться запросы на подписку и отписку от Вашей рассылки и при помощи которой будет осуществляться сама рассылка писем подписчикам. Для создания и ведения такой базы данных лучше всего воспользоваться специальным программным обеспечением.

Я, например, использую программу Group Mail, созданную компанией Aureate. Данная программа позволяет обрабатывать результаты работы Вашей формы, получать запросы на подписку и отписку, сохранять и удалять из базы данных информацию о подписчиках, а также рассылать персонализированные письма. Что в этой программе самое привлекательное – она совершенно бесплатна. Скачать программу можно по адресу: <http://www.group-mail.com>, кстати, не забудьте также скачать и все бесплатные плагины к ней.

Как только Вы установили программу и все необходимые компоненты для ее работы, можно приступить к созданию Opt-In листа. После установки программы следуйте прилагающимся к ней инструкциям, и как только Вы завели новый лист рассылки, щелкните на элемент меню «Plug-Ins», затем выберите пункт «Subscribers», а после этого – установите все необходимые фильтры для обработки запросов подписчиков на подписку / отписку.

Несколько слов по поводу согласования работы программы с формой, размещенной на Вашем сайте. В данной форме должно быть как минимум два поля для ввода – в одно вводится имя подписчика, в другое – его адрес электронной почты.

На отладку работы всей системы, безусловно, уйдет определенное количество времени, но в дальнейшем данная система будет постоянно и неумолимо работать на Вас. Она позаботится об обработке запросов, размещении информации в базе данных и предоставит возможность рассылки персонализированных писем с информацией, включающей любые данные из нижеприведенных:

- имя;
- фамилия;
- имя пользователя;
- адрес электронной почты;
- почтовый адрес;
- наименование компании;
- иные контактные данные;

— четыре дополнительных настраиваемых поля.

После того, как все сказанное будет Вами выполнено, можете с уверенностью считать, что Вы совершенно готовы к собиранию адресов электронной почты Ваших посетителей и созданию списка Вашей целевой аудитории и в том числе – потенциальных клиентов.

Наработка базового количества подписчиков. Существует достаточное количество способов наработки необходимого для существования и развития рассылки числа подписчиков, однако, Вам необходимо сосредоточиться на наиболее плодотворных и результативных из них, а именно:

- размещение информации о подписке на Вашу рассылку в файлах подписи;
- размещение формы подписки на каждой странице сайта;
- предложение бесплатного подарка за подписку на рассылку;
- написание и публикация статей, в которых информация об авторе включает информацию о подписке на рассылку;
- создание и распространение бесплатных электронных книг, содержащих информацию о подписке на каждой странице;
- предоставление бесплатных услуг с обязательным получением Вашей рассылки;
- создание специальных ресурсов сайта, доступных только подписчикам.

Если Вы до сих пор не создали собственной рассылки – не следует ждать, нужно начинать немедленно.

Еще раз повторяю – листы рассылки – один из самых мощных маркетинговых инструментов в Сети INTERNET.

Ступень шестая

Вводное замечание. Занимаясь маркетинговой работы в Сети в течение последних трех лет, я прочно усвоил одну простую вещь, являющуюся в то же время величайшим маркетинговым секретом для непосвященных. Вы не можете добиться успеха, осуществляя маркетинговую работу в каком-то одном направлении, не имея плана. Ибо для достижения ожидаемого результата необходим целостный, комплексный и разносторонний маркетинговый план. Это предполагает задействование всех доступных рекламных механизмов с перспективой работы с вновь появляющимися.

Как создать и осуществлять эффективную промоушинговую стратегию

Создание успешного электронного бизнеса предполагает нечто гораздо большее, чем просто создание прекрасного Web-сайта и обладание великолепным и высоко востребованным товаром.

Первым шагом, естественно, является обеспечение Вашему сайту высоких позиций в поисковых системах, однако построение целевого траффика на сайт зависит далеко не только от позиций в листинге поисковых систем. Необходима разработка целостной и многоплановой промоушинговой стратегии, над совершенствованием которой следует трудиться, не покладая рук каждый день.

Хороший способ начать разработку такой стратегии – создание web-страницы для личного пользования, которую не следует загружать на сервер, а держать на жестком диске Вашего компьютера.

Данная страница должна включать четыре блока:

- ежедневная работа;
- еженедельная работа;
- ежемесячная работа;
- смешанная работа.

Каждая из данных секций должна включать соответствующую информацию о ресурсах, которые Вы собираетесь задействовать в Вашей работе, а именно: адрес сайта, логин, пароль (при необходимости его использования), а также ссылка на нужную Вам страницу данного ресурса. Таким образом, Вы сможете каждый день открывать данную страницу на Вашем компьютере и при помощи одного клика посещать требуемый ресурс, задействованный в Вашей промоушинговой деятельности.

Ежедневная работа должна включать публикацию рекламных объявлений на бесплатных рекламных ресурсах, участие в дискуссионных группах, форумах и конференциях. На форумах и в дискуссионных группах при этом не следует заниматься открытой рекламой – участвуйте в тематически подходящих из них и помещайте на всех своих сообщениях файл подписи.

Кроме того, существуют сервисы, позволяющие при однократном заполнении соответствующей формы размещать Ваше рекламное объявление на десятках и даже сотнях сайтов.

Еженедельная работа должна включать размещение платных рекламных объявлений в рассылках и организацию обмена рекламными объявлениями с другими издателями. Для того, чтобы осуществлять данную работу, разместите в секции «еженедельно» имена издателей, даты планируемых обменов и гиперссылки на их ресурсы для обеспечения легкого и быстрого перехода. Нет нужды говорить, что данную секцию Вашей указанной страницы со стратегией необходимо регулярно обновлять и планомерно дорабатывать.

Ежемесячная работа должна включать написание статей в тематической области Вашего бизнеса, работу с поисковыми системами, перекрестный промоуинг с сайтами, подобными Вашим и оффлайновую промоуинговую деятельность.

Написание статей. Одним из самых лучших способов получения бесплатной и результативной рекламы – написание статей, которые будут опубликованы бесплатно, и размещение в них Вашей контактной информации. Качественные статьи могут быть бесплатно опубликованы в сотнях рассылок, на других сайтах и даже в различных престижных журналах.

Перекрестный промоуинг. Чтобы найти партнера для организации совместной промоуинговой деятельности посетите поисковую систему и задайте ключевые слова, наилучшим образом описывающие Ваш сайт и Ваш бизнес. Затем, обнаружив такие сайты, посетите те из них, которые подобны Вашему, но не являются Вашими прямыми конкурентами. Свяжитесь с владельцем сайта и попробуйте решить с ним вопрос о совместном проекте по продвижению обоих ресурсов.

Это может быть обмен ссылками, рекламными объявлениями или иной другой совместный проект, к соглашению о котором Вы придете.

Смешанная работа должна включать написание пресс-релизов, осуществление программ генерации целевого траффика, покупка различных товаров и услуг, способных помочь Вам в осуществлении маркетинговой работы, а также рекламу в газетах, журналах и т.п.

Как только Вы создали страницу, содержащую описание Вашей промоуинговой стратегии, добавьте ее в список избранных страниц Вашего браузера для обеспечения быстрого и удобного доступа к ней. Выберите конкретный день недели для осуществления еженедельной работы и конкретное число для выполнения ежемесячной, а также определите периодичность осуществления смешанной работы.

Выполняя четко и последовательно данную работу, в соответствии с заданным планом, Вы будете удивлены результатами, которых сможете добиться. Самое главное здесь – постоянство работы, ибо именно систематичность во многих случаях – ключ к успеху любого начинания.

Ступень седьмая

Вводное замечание. «Вирусный маркетинг» в настоящее время – достаточно нашумевший термин в онлайн-бизнесе. Данное понятие может быть определено как маркетинговая работа, дающая стабильный, максимальный и самораспространяющийся результат при минимальных затраченных на его достижение усилиях.

Основная идея «вирусного маркетинга» заключается в работе с такими средствами рекламы, при помощи которых Вы доводите информацию о своем бизнесе, своих товарах и услугах до Ваших целевых посетителей, которые сами по собственному желанию без всякого участия с Вашей стороны перенаправят эту информацию новым представителям Вашей целевой аудитории, те – новым и т.д.

Одним из примеров хорошего инструмента развития «вирусного маркетинга» являются электронные книги. Путем создания электронной книги и предоставления всем и каждому прав на ее распространение Вы можете добиться того, что информация о Вашем бизнесе, Ваших товарах и услугах окажется у тысяч Ваших потенциальных клиентов, которые никогда ничего о Вас не слышали.

Как создать электронную книгу и обеспечить массивный поток трафика на сайт путем ее свободной раздачи

Электронная книга представляет собой самостоятельный исполняемый файл с расширением *.exe, в котором содержится комплекс взаимосвязанных HTML-страниц. Данные страницы могут представлять собой копию Вашего сайта или же специально подготовленные страницы для компиляции. В итоге получается самостоятельный исполняемый файл достаточно небольшого объема, который легко и удобно скачать с вашего сайта и разместить на собственном.

Электронные книги могут включать все, что допускает язык HTML – интерактивность, оффлайновые и онлайн-ссылки, анимационную графику, звуковое сопровождение, видеоролики, FLASH-анимацию, формы, JAVA-скрипты, они могут быть защищены паролем, снабжены возможностями поиска и т.п.

Электронные книги могут распространяться любым способом – на компакт-дисках, дискетах, путем скачивания с сайта и т.д. – ограничений здесь практически не существует. Единственное, что следует иметь в виду – не все компиляторы предоставляют одинаковые возможности и создают похожий результат. Поэтому перед тем, как выбрать тот или иной компилятор, следует внимательно ознакомиться с его описанием и запросить соответствующую информацию у его пользователей, работающих с ним долгое время.

Электронная книга предоставляет маркетологу уникальную возможность бесплатного расширения аудитории. С учетом множества способов ее использования создание и распространение одной-единственной качественной электронной книги может принести Вам автомат, работающий на Вас 24 часа в сутки, 7 дней в неделю и 365 дней в

году, распространяющий сам себя и приумножающий собственную силу и мощь, привлекая на Ваш сайт миллионы новых уникальных посетителей и все, что для этого нужно сделать – предоставить ее в бесплатное пользование и неограниченное распространение всем и каждому.

Варианты использования формата электронной книги могут быть следующими:

- создание деловых презентаций для их бесплатного распространения Вашими дилерами и аффилиатами;
- создание архивов номеров рассылок;
- создание каталогов товаров и услуг;
- создание руководств и наставлений по организации продаж, предоставляемых вместе с товарами и услугами Вашим дилерам и аффилиатам;
- создание электронных книг в собственном смысле этого слова;
- создание копии Вашего сайта для ее распространения среди потенциальных клиентов.

Процедура создания электронной книги во многом подобна процедуре создания сайта. Создаются HTML-страницы точно так же, как и для сайта, при этом необходимо убедиться, что Вы выбрали программу для компиляции, позволяющую задействовать максимум возможностей, поддерживаемых языком HTML.

Имейте также в виду, что чем насыщеннее Ваша книга полезным контентом, тем больший эффект принесет Вам ее распространение.

Существуют различные программы-компиляторы, цена их варьируется в среднем от \$ 149 до \$ 189. Наиболее популярные из них Вы сможете найти на следующих сайтах:

- <http://www.berspft.com> - программа Hyper Maker HTML;
- <http://www.neosoftware.com> - программа NeoBook;
- <http://www.smartcode.com> - программа InfoCourier;
- <http://www.webcompiler.com> - программа WebCompiler.

Для достижения наилучшего эффекта следует выбирать самые актуальные и острые темы в области Вашего бизнеса. К примеру, если Ваш сайт посвящен промоушинговой работе, Вам следует создать книгу типа «Полное руководство по генерации стабильного массивного траффика на Ваш сайт».

Кроме всего прочего, необходимо включить в книгу несколько так называемых не прямых упоминаний, например: «Для получения более полной информации по обеспечению Вашего сайта стабильным массовым траффиком читайте Специальные Советы на http://www.имя_вашего_сайта.com/traffictips » или «Выигрыш премий может значительно повысить траффик на Вашем сайте. Подробности на http://www.имя_вашего_сайта.com/winning ».

Вот несколько дополнительных советов по созданию электронной книги:

- при создании электронной книги создайте специальный каталог на Вашем жестком диске, где будут присутствовать все необходимые для компиляции файлы, в том числе звук, графика, анимация и т.п.;
- книга должна состоять преимущественно из текста, поэтому постарайтесь ограничить использование графики и в частности – баннеров. Не рекомендуется размещать больше одного баннера на странице. Кроме того, в целях сокращения объема файла, следует использовать по преимуществу не анимированные баннеры;
- экранные разрешения и цветовые палитры на компьютерах пользователей, как правило, различаются, поэтому убедитесь, что Ваша книга хорошо смотрится при всех экранных разрешениях и цветовых установках;
- книга должна включать хорошую систему навигации;
- проследите, чтобы в книге не было орфографических, лексических и грамматических ошибок, при необходимости пользуйтесь специальным программным обеспечением.

Для того, чтобы добиться широкого распространения Вашей электронной книги, помимо всего прочего, необходимо разместить на странице, где присутствует ссылка на книгу, краткое сообщение, содержащее разрешение на свободное распространение, например: «Данная книга может распространяться совершенно свободно».

Продемонстрируем возможную схему распространения электронной книги, в которой соблюдены все требования, предъявляемые к такого рода информационным продуктам (в первую очередь – к содержанию):

Вашу книгу скачали 10 посетителей.

Каждый из них разместил ее на своем сайте, где ее скачали еще 10 посетителей, т.е. $10 \times 10 = 100$.

Те 100 посетителей распространили ее еще каждый 10 другим: $100 \times 10 = 1000$.

Те, в свою очередь, распространили ее еще 10, т.е. $1000 \times 10 = 10000$.

Далее, каждый из них еще 10 пользователям: $10000 \times 10 = 100000$.

Те, в свою очередь, каждый еще 10: $100000 \times 10 = 1000000$.

И т.д.

Каждый из вновь увидевших Вашу книгу, если его заинтересует размещенная в ней информация, обязательно посетит Ваш сайт. Выводы относительно мощности такого инструмента, как электронная книга, Вы можете сделать сами.

Ступень восьмая

Вводное замечание. Можете спросить, например, Алена Сэза, руководителя компании INTERNET Marketing Warriors, или Терри Дина, заведующего компанией CashFlow, или Мэрлона Сандерза из корпорации Amazing Formula о том, каким образом они добились не просто успеха, а процветания, и все они дадут Вам один и тот же ответ.

Они не смогли бы осуществить свои проекты, если бы действовали в одиночку. Осуществление совместных проектов представляет собой самый быстрый и лучший способ развития любого онлайн-бизнеса. Это подтвердит Вам как любой представитель любой электронной компании, добившейся успеха в Сети, так и любой онлайн-бизнесмен, занимающийся собственным домашним бизнесом.

Перекрестный промоуинг

Перекрестный промоуинг представляет собой мощную технику и методику онлайн-работы, осуществляемую многими INTERNET-маркетологами для увеличения количества продаж их товаров и услуг. Для его осуществления необходимо просто-напросто решить, какой тип совместной работы был бы Вам полезен, после чего подобрать партнеров и обсудить с ними детали совместного проекта.

Наиболее распространенный и один из самых эффективных способов – перекрестные рекомендации. Иными словами, Ваша компания рекомендует товары и услуги другой компании, а та в свою очередь – Ваши, что позволяет достичь значительного увеличения количества продаж, не прилагая к этому практически никаких усилий.

Ниже приводятся некоторые из наиболее распространенных приемов осуществления перекрестного промоуинга, позволяющих в кратчайшие сроки придать Вашему бизнесу ощутимый толчок в развитии.

Обмен ссылками. Предельно простой способ. Обменивайтесь ссылками с сайтами, тематика которых схожа с Вашей, но которые не являются Вашими прямыми конкурентами. Большинство поисковых машин в настоящее время осуществляют наряду с традиционной новую систему исчисления рейтинга, показатели которой зависят от того, как много сайтов ссылается на Ваш ресурс.

Обмениваясь ссылками с подобными сайтами Вы не только увеличите свой трафик, но и, таким образом, существенно улучшите собственные позиции в рейтингах поисковых систем.

Обмен рекламой в рассылках. Один из наиболее мощных рекламных инструментов, существующих в Сети – реклама в почтовых рассылках. Путем обмена рекламным местом с издателями других рассылок, Вы получаете возможность публикации собственной рекламы в их рассылках совершенно бесплатно.

Обмен информацией о подписке. Обмен информацией о рассылках и подписке на них с другими издателями – весьма неплохой способ совместной деятельности. Просто разместите информацию о рассылках, сходных по тематике с Вашей, на странице подписки на Вашу рассылку, на благодарственной странице или даже в одном из выпусков, порекомендуйте своим подписчикам данные рассылки и проследите, чтобы то же самое сделали для Вас те, информацию о ком Вы таким образом размещаете.

Обмен рубриками в рассылках. Дельный совет – предоставьте другому издателю возможность вести в Вашей рассылке одну из рубрик в обмен на такую же услугу с их стороны и обменивайтесь с ними контентом. После каждой своей публикации, конечно же, не забывайте оставлять свою контактную информацию.

Обмен местом в контактной информации. Размещая контактную информацию в конце каждой из собственных публикаций, Вы также можете разместить там рекомендации подобных публикаций других авторов со ссылками на их ресурсы в обмен на такую же услугу для Вас с их стороны.

Обмен файлами подписи. Данный прием практически ничем не отличается от обмена местом в контактной информации.

Обмен электронными книгами. При создании собственных электронных книг включайте в них информацию об электронных книгах Ваших партнеров и ссылки на них, а также рекомендации их информационных продуктов. В обмен на это Ваши партнеры должны включить такую же информацию о Вас в собственные электронные книги и иные информационные продукты.

Обмен рассылками вне номера. Рассылка вне номера представляет собой одиночное письмо, рассылаемое всем подписчикам листа рассылки одновременно, содержащее информацию о какой-либо компании, ее товарах и услугах и ссылки на ее ресурсы.

Вы можете обмениваться рассылкой вне номера с другими издателями, практика показывает, что это достаточно мощный маркетинговый инструмент. Помимо этого, Вы можете включать рекомендации товаров и услуг Ваших партнеров в благодарственные письма, которые рассылаете уже имеющимся у Вас клиентам.

Послепродажные предложения. Послепродажное предложение используется обычно в процессе оформления заказа Вашим клиентом. Как только клиент заказал Ваш товар или услугу, на благодарственной странице выводится информация о дополнительных товарах и услугах, которые ему могут понадобиться, по сниженной, так называемой специальной цене. В качестве таких дополнительных предложений при этом обычно используются товары и услуги Ваших партнеров.

Это довольно распространенный прием совместной работы как в онлайн-бизнесе, так и в оффлайне. Иными словами, здесь происходит очередной обмен рекомендациями, но он совершается в процессе обработки заказа Вашего клиента.

Бесплатный подарок. Дополнение предложения бесплатным подарком – широко используемый в маркетинге прием увеличения количества продаж. Вы можете предложить своим партнерам дополнить их предложение бесплатным подарком, который Вы им предоставите, в результате чего у них произойдет увеличение продаж, а Вы получите бесплатную рекламу. Можно поступить и наоборот, т.е. дополнить свое

предложение бесплатным подарком со стороны Ваших партнеров, а можно просто произвести обмен подарками.

Выбирая конкретную стратегию и приемы осуществления совместных проектов, следует иметь в виду, что качественные рекомендации принесут гораздо больший успех, нежели простые баннеры и ссылки. Совместные проекты следует осуществлять исключительно с теми бизнесменами, в которых Вы уверены и которым доверяете, но также следите, чтобы и Ваша репутация была на уровне, иначе Вы рискуете лишиться партнеров.

Но, так или иначе, любая форма осуществления совместного проекта приносит обеим сторонам расширение числа их потенциальных и действительных клиентов, поэтому не следует откладывать данную работу в долгий ящик, а тщательно продумать ее план и немедленно приступить к его осуществлению.

Ступень девятая

Вводное замечание. Уже говорилось о том, что наилучший способ рекламной работы в Сети – это размещение рекламы в почтовых рассылках, и я не думаю, что найдется кто-то, кто смог бы с этим поспорить.

И я позволю себе утверждать, что ведение собственной рассылки приносит более ощутимые результаты, чем любой другой вид рекламной деятельности.

Как вести собственную рассылку

Ведете ли Вы собственную рассылку?

Если да, то, скорее всего, Вы уже ощутили те выгоды и преимущества, которые она способна принести и рассказываете о них тем, у кого собственной рассылки нет. Если Вы серьезно относитесь к созданию и развитию собственного онлайн-бизнеса, Вы должны понимать, что наличие собственной рассылки способно обеспечить Вам создание огромной базы данных с контактной информацией о Ваших потенциальных клиентах.

Исследования показывают, что достаточно направить несколько писем с рекламными материалами подписчику, являющемуся целевым потенциальным клиентом, чтобы совершить продажу. Какой из других способов может принести Вам такое количество потенциальных клиентов, которые только и ждут, чтобы их обработали при помощи рекламных материалов в письмах и продали им товар или услугу?

Кстати говоря, помимо всего прочего, рассылка и сама по себе может принести ощутимый доход с продаж рекламного места в ее выпусках.

Правило номер один успешного ведения рассылки – предоставление подписчикам качественной информации, поисками которой они постоянно занимаются.

Качественная рассылка должна включать определенное количество уникального контента, а для ее наполнения вполне можно использовать информационные ресурсы, доступные в Сети. Перед тем как использовать чьи-либо статьи или иные материалы, внимательно ознакомьтесь с изложением авторских прав и убедитесь в том, что статья или материал могут быть опубликованы в вашей рассылке. Если Вы не уверены в том, что это можно сделать – свяжитесь с автором и получите от него разрешение на публикацию, в большинстве случаев это – наилучший способ. Большинство статей и иных публикаций, находящихся в Сети, Вы можете совершенно свободно использовать в собственной рассылке при условии включения контактной информации об авторе и ссылок на его ресурс.

Для того, чтобы увеличивать количество подписчиков, Вам необходимо заниматься маркетинговой и промоушинговой работой по продвижению и рекламе Вашей рассылки. В первую очередь, следует воспользоваться услугами бесплатных сервисов, предоставляющих каталог рассылок, включив в каталог свою.

Неплохой способ увеличения количества подписчиков – участие в дискуссионных группах. В то время как открытая реклама в них, как правило, запрещена, отвечая на вопросы участников группы и размещая в ответах свой файл подписи, можно добиться неплохих результатов.

Кроме всего прочего, Вам понадобится для увеличения популярности рассылки публиковать ее данные в различного рода обозрениях, размещаемых в Сети. Существуют разного рода рейтинги и обзоры, постарайтесь принять в них участие.

Для того, чтобы получить представление о том, как должна выглядеть информация о Вашей рассылке, которую Вы собираетесь отослать ведущим обзором, почитайте данные о рассылках других издателей.

В INTERNET существуют так называемые web-ринги – сообщества сайтов, объединившихся для совместной генерации траффика. Вам необходимо принять участие в таких сообществах и помимо продвижения своего сайта, Вы получаете хорошую возможность наряду с этим продвигать и вашу рассылку.

Помимо сказанного, при рекламе собственной рассылки следует применять и уже описанные приемы рекламы, которые Вы задействуете при продвижении Вашего сайта, в частности:

- участие в форумах, конференциях, дискуссионных группах, группах новостей;
- написание статей и пресс-релизов;
- участие в конкурсах издателей рассылок;
- обмен рекламным местом в рассылке с другими издателями.

И также не забывайте об оффлайновой рекламной работе. Огромное количество людей по-прежнему смотрят на INTERNET как на нечто совершенно новое и чужое, поэтому не следует пренебрегать размещением рекламы в местных газетах, журналах и других средствах массовой информации.