

Интернет-Проект

«Все виды онлайн-бизнеса»

Интервью с Евгением Смирновым

ВНИМАНИЕ!

Все материалы(аудио,видео,текстовые) с сайта <http://www.9kinds.ru/> являются собственностью Правообладателя и предназначены только для ознакомления, при согласованном использовании материалов необходима ссылка на ресурс.

Полное или частичное копирование материалов запрещено
Правообладателем на данный ресурс и
будет преследоваться по закону РФ.
Все права защищены.

- Здравствуйте, уважаемый слушатель! На связи Алексей Ушаев, проект «Все виды онлайн-бизнеса». Сегодня мы будем говорить о такой интересной модели ведения бизнеса, как права перепродажи. О ней мы поговорим с успешным Интернет-предпринимателем Евгением Смирновым.

Женя первым в российском сегменте рынка начал зарабатывать на праве перепродажи. Также он является основателем и руководителем успешных Интернет-проектов, таких как <http://www.e-youcan.com/>, <http://www.e-youcan.biz/>, <http://dpirat.net/> и многие другие. Опыт ведения бизнеса у Евгения более 6 лет, за это время он написал более 100 статей, несколько десятков обучающих аудио- и видеоуроков, а также выпустил множество коммерческих продуктов. Привет, Женя! Рад, что принял участие в проекте!

- Привет, Алексей! Рад, что пригласил меня. Постараюсь ответить на твои вопросы наиболее подробно.

- Ок, Давай тогда начнем. Первый вопрос касается определения. Что такое право перепродажи, что это за модель ведения бизнеса?

- Бизнес, основанный на продуктах с правом перепродажи, это и есть модель ведения бизнеса на основе продуктов с правом перепродажи. То есть Вы можете совершенно легально продавать продукты других авторов, кладя все 100% прибыли себе в карман. На абсолютно легальной основе зарабатывать все деньги от продажи. В отличие от партнерских программ, когда мы зарабатываем от 5 до 20%. Это официальное разрешение автора использовать продукт в коммерческих целях.

Я буду отвечать четко, конкретно на твои вопросы. Поэтому это основное. То есть это бизнес, основанный на продуктах с правом

перепродажи. Продукты с правом перепродажи – это, как я уже сказал, разрешение автора, те продукты, на которые мы имеем права перепродажи.

- Ок. Женя, у меня такой вопрос из этого определения возник. Каким образом дается эта лицензия? Это как-то письменно, юридически подтверждается? Каким образом это все происходит технически?

- В практике Интернет-маркетинга, Интернет-бизнеса я не видел, чтобы юридически подтверждались такие права. Как правило, это письменное соглашение, и автор продукта в виде отдельного файла прописывает Ваши права на этот продукт.

Вы можете распространять его легально, коммерчески или некоммерчески его использовать, включать его в состав каких-то других продуктов и так далее. Как правило, это в виде отдельного файла или это часто прописано в самом теле продукта, если продукт класса «marketing resell rights». То есть эти продукты уже достаются Вам с правом перепродажи, хотите Вы этого или нет. Потому что в самом теле продукта прописаны условия его распространения и условия прав перепродажи на него.

- Можешь какие-то примеры привести именно в российском сегменте рынка, которые ты знаешь?

- Когда я подумал об этом вопросе... Ну, единственный пример, это я.

На самом деле, это я и Павел Берестнев. Павел вообще был первым, кто ввел этот термин в российский сегмент, первым, кто действительно хорошо начал зарабатывать на продуктах с правом перепродажи. Потому что те великолепные книги, которые мы сейчас имеем: от Терри Дина, от Гарри Хэлберта, от других западных специалистов – они все прилежно и аккуратно переведены Павлом Берестневым. Вот двух людей, кого я знаю: себя и Павла Берестнева.

Примеры какие? На самом деле, тут схема довольна проста и элементарна. Первое. Мы находим продукт в западном сегменте на ту тему, которая нас интересует. На тему нашей ниши, в которой мы ведем разработки. Для этого можно знать английский язык, можно не знать. Можно просто пользоваться гугловским переводчиком при поиске. Потому что Гугл позволяет переводить целые страницы и, в принципе, для базовых целей, чтобы понять смысл того, что написано, можно им воспользоваться. Естественно, не стоит пользоваться таким переводчиком при переводе самого продукта. Я еще скажу, почему.

Для того, чтобы нам отыскать продукт с правом перепродажи в западном сегменте, существует масса сайтов, которые за определенную плату предоставляют доступ к базам продуктов с правом перепродажи. В таких базах более 5000 продуктов, которые разбиты по категориям, и мы можем найти что-то подходящее для себя. Так вот, мы находим продукт, потом переводим его на русский язык с помощью фрилансера, либо самостоятельно, если мы знаем английский язык. Затем просто пишем рекламный текст под этот продукт, направляем посетителей и получаем продажи. Все. Такая схема.

- И такой вопрос, касаемо видов права перепродажи. Я знаю, их несколько. Я хотел бы, чтобы ты поконкретнее о них рассказал.

- Ну, первое, это базовые права, base resell rights, когда мы имеем право только перепродавать этот продукт. То есть мы имеем право только перепродавать этот продукт, и все, больше ничего не можем с ним делать.

Второй вид – это master resell rights, когда мы можем не только перепродавать продукт, но и продавать права перепродажи на этот продукт. То есть мы имеем право продавать лицензию на

распространение этого продукта, помимо того, что мы имеем возможность продавать сам продукт. Это master resell rights.

Затем идут marketing resell rights. Это те права, которые нам достаются с самим продуктом, и условия распространения прописаны в лицензии. Вернее, лицензия существует, прописана в самом теле продукта, хотим мы или не хотим, она с ним идет. Кстати, данный вид продуктов и прав особенно распространены в нише Интернет-маркетинга. Привнес это все, как я уже сказал, Павел Берестнев. Именно он переводил эти товары.

И последний вид – это private label rights, это права личной марки, когда мы не просто можем продавать продукт, а можем делать все, что угодно. Объявлять себя автором, изменять контент, изменять содержимое, переписывать его, выдирать отдельные части. Все, что угодно. Это права личной марки. Вот четыре вида.

- Ок. Следующий вопрос по преимуществам. Какие преимущества, достоинства у этой модели Интернет-бизнеса ты видишь?

- Первое преимущество – это, естественно, экономия времени, сил, денег и ресурсов, которые мы тратим на создание продукта, если мы его создаем самостоятельно. Потому что очень много ресурсов уходит на создание качественного и хорошего продукта, и мы можем все это сэкономить, приобретя продукт другого автора, который, может быть, более профессионально, чем мы все это расскажет.

Если честно, я не вижу смысла заново изобретать велосипед, пересказывать другие слова и как-то напрягаться, если есть те знания, которые уже можно успешно перепродавать. Это первое. То есть серьезная экономия ресурсов.

Второе – это использование продуктов с правом перепродажи для повышения эффективности своего бизнеса в таких техниках, как upsell. То есть когда мы даем возможность заказать дополнительно

еще какой-то продукт вместе с нашим основным, положить его в корзину. Также в виде backend, то есть когда мы предлагаем клиентам купить какой-то продукт после того, как они уже купили наш основной. Не в корзину положить, а купить уже после совершения покупки.

Потом. Это cross-sell, когда у нас уже есть клиентская база, уже сформирован бренд, у нас уже есть доверие и лояльность аудитории, мы можем взять продукт с правом перепродажи и сделать деньги быстро по существующей клиентской базе. Эти люди покупают очень быстро. Как я вот недавно сделал с релизом книги «Черная книга реселлера». Мы так, собственно и сделали, потому что продукт, во-первых, был качественный, и не проблема была его продать аудитории.

Следующая выгода – это стимулирование аудитории. Когда у нас есть масса хороших продуктов с правом перепродажи, переведенных на русский язык, мы просто можем добиваться от аудитории тех целей, которые у нас имеются. Например, чтобы люди прошли опрос, чтобы перешли на сайт. Просто дать какой-то бесплатный ценный контент аудитории.

И последнее – это источник информации. Как правило, продукт с правом перепродажи – это ценный источник информации, который может нас научить той области, в которой мы работает.

- Ок. И, я думаю, в этой модели бизнеса есть как преимущества, так и недостатки. Расскажи, пожалуйста, о недостатках этой модели бизнеса.

- Ну, основной недостаток – это формирование стороннего бренда, естественно. Потому что когда мы продаем продукт с правом перепродажи, человек его изучает, и он проникается доверием не к нам, а к автору продукта. Таким образом, мы не формируем бренд и не вызываем лояльность и доверие со стороны аудитории, которая уже

купила продукт. Какой выход из этой ситуации? Нам нужно просто создавать качественные дополнения, бонусы к продукту с правом перепродажи, который мы продвигаем. Если эти дополнения созданы нами добросовестно, если мы постарались и сделали качественные бонусы собственноручно, то с этим проблем не должно возникнуть. Люди тоже проникаются к нам доверием, потому что видят, что мы старались, чтобы решить их проблемы.

- То есть основным продуктом будет как раз продукт с правом перепродажи, а дополнительный – это будут наши знания?

- Да, какой-то бонус к этому продукту, особое дополнение. Либо upsell какой-нибудь, то есть второстепенный продукт. Это может быть уже какой-то наш результат.

- То есть, ты сейчас назвал недостаток и сразу рассказал, как его, скажем, так, сделать достатком.

- Да, как его устранить. Все верно.

Итак, следующий недостаток, это неуникальность товара. Но эта проблема не так актуальна, если Вы используете продукты западного сегмента. Если Вы берете продукт, переводите его на русский язык, начинаете его продавать, то вряд ли кто-нибудь из конкурентов возьмет этот продукт и второй раз переведет его на русский язык, и начнет продавать.

Если же Вы распространяете продукт из российского сегмента, то есть когда у Вас есть прямой конкурент в виде автора продукта, либо другие реселлеры, которые уже распространяют этот продукт, то решение здесь то же самое. Это создание уникальных, качественных и самостоятельных дополнений к этому продукту, которые отстроят Ваше предложение и сделают его уникальным в глазах аудитории.

- Ну, сейчас такой конкуренции, как в других нишах, других моделях бизнеса здесь нет, поэтому с этим пока что проблем не будет.

Ок. Тут вот у меня такой вопрос возник. Скажи, пожалуйста, по твоему мнению, какой вид права перепродажи лучше использовать?

- Ну, я думаю, что marketing resell rights. Они, как правило, самые дешевые и очень хорошего качества. Здесь какая стратегия? Авторы этих продуктов заинтересованы же в том, чтобы как можно больше платежеспособной аудитории получило этот продукт с правом перепродажи, который уже идет. Они делают это абсолютно намеренно. Они, как правило, пишут классные электронные книги с целью привлечь в трафик платежеспособную аудиторию на их сайты, чтобы люди купили уже какие-то более дорогих их продукты. Потому что человек прочитал их книгу, убедился в компетентности автора, он проникся к нему доверием и с большей вероятностью придет к нему на сайт, купит какой-то более дорогой товар. Поэтому, я думаю, marketing resell rights.

- Ок. Следующий вопрос. Какие основные ошибки делают в этом бизнесе новички и как их избежать?

- Ну, основную ошибку новички делают такую. Они ничего не делают. Просто потому что эта модель настолько слабо распространена, что меня удивляет, почему люди до сих пор не обратили на нее внимание, учитывая то, что я собственно не особо активно работаю в этом направлении. То есть давно бы мог появиться какой-нибудь резвый такой парень, который подстроился и мог бы занять серьезную нишу.

А если и делают, то не отстраивают свой товар. Не уделяют должного внимания созданию качественных дополнений и бонусов, которые бы формировали их бренд.

- Есть ли еще какие-нибудь ошибки?

- Да нет, я думаю.

- У меня еще такой вопрос возник. Стоит ли, допустим, по твоему мнению... Я вот тоже знаю, я этой нишей интересовался, и вот на большинстве иностранных сайтов я видел, что права перепродажи идут на какие-либо электронные книги. На электронные книги или статьи. И стоит ли их переводить в какой-то другой формат: в аудио или в видео?

- Ну, смотри. Все зависит от целей. У электронной книги, как мы знаем, самая низкая воспринимаемая ценность. То есть мы не сможем продавать электронную книгу за 2000 рублей. Диск мы сможем продавать за 2000 рублей. Если на этом диске будут аудиофайлы, то есть фактически надиктованная электронная книга, разбитая по главам. Мы можем с помощью диктора надиктовать эту книгу в аудиофайлы, в mp3-файлы, продавать это как просто электронную версию этой книги в аудиоформате или можем сделать из этого целый диск. То есть уже с мультимедийной оболочкой, добавить пару файлов на эту тему, текстовую электронную книгу какую-то. И у нас получится практический полноценный DVD-диск.

Таким образом, мы можем повысить цену на данный продукт, увеличив воспринимаемую ценность продукта. Люди мало готовы заплатить за электронную книгу. Больше они готовы заплатить за аудиофайлы, еще больше за диск, еще больше за DVD-диск, еще больше за комплект DVD-дисков и еще больше за коуч-тренинг.

- Ок. Следующий вопрос касается денег. Какой начальный капитал для этого бизнеса необходим?

- 200 долларов. Я посчитал. Я уже говорил об этом в каком-то своем видео, примерно 200 долларов, учитывая, если мы купим аккаунт в таком закрытом клубе для реселлеров, который

предоставляет доступ к более 5000 продуктам с правом перепродажи. Если купим себе аккаунт, зарегистрируем домен, хостинг, это выйдет где-то около 200 долларов.

- И вот касается времени. Сколько времени нужно потратить, чтобы получать хорошую прибыль? Вот субъективно для тебя, про время и про прибыль.

- Как правильно ты заметил, это все субъективно. Здесь много вводных. Многое зависит от уровня онлайн-бизнесмена, от его страсти к делу. Но если, допустим, брать меня. Если бы я был полным «чайником», полным новичком, но очень хотел бы это сделать, я думаю, у меня это заняло бы не больше 3 месяцев. То есть 3 месяца.

- А по сколько часов в день?

- Где-то по 8 часов.

- Ок. Ну, в принципе, достаточно концентрированный контент. Сейчас, уважаемый слушатель, будет такой традиционный бонусный список вопросов по эффективным способам ведения этого бизнеса, по эффективным прибыльным фишкам, которые Вы получите дополнительным письмом.