

Комплект статей
любезно предоставлен:
[сайт](#)
[рассылка](#)
[контакты](#)

Евгений Смирнов

«11 ЗНАНИЙ В ПОЛЬЗУ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА»

Все статьи автора за полтора года
(до 01.10.07)



ВНИМАНИЕ !

Это **бесплатная** электронная книга. Приветствуется ее свободное бесплатное распространение, размещение на сайтах для свободной загрузки, раздача посетителям и подписчикам, а также включение в качестве бонуса за подписку на рассылку или бесплатный курс обучения и другие действия, выполнение которых не связано с оплатой каких-либо товаров и услуг.

Вы не имеете права делать всего **3 вещи**:

- продавать данную книгу за деньги;
- включать ее в состав какого-либо коммерческого предложения;
- изменять содержание данного документа, нарушать его цифровой формат, переиздавать и т.п. – книга должна использоваться как есть!

В остальном Вы ничем не ограничены при раздаче данной электронной книги.

ВАШИ ССЫЛКИ В КНИГЕ !

Если Вы заинтересованы в дополнительном потоке посетителей на свои сайты, то в книге предусмотрена возможность замены трех ссылок на первой странице, с помощью которых и будет осуществляться переход на Ваш сайт, рассылку и связь с Вами.

Все необходимое Вы можете [скачать прямо сейчас!](#)

Введение

Здравствуйте, дорогой читатель!

Сейчас Вы держите в руках или на жестком диске полный комплект моих статей, написанных за все время существования рассылки «Бизнес в INTERNET всерьез и надолго». В этой электронной книге содержатся 11 статей написанных мной до 01.10.2007 года.

К созданию настоящего комплекта имеет отношение, тот факт, что большинство подписчиков рассылки не знакомы с моими ранними творениями и некоторые из Вас могли пропустить важную информацию. Я смею утверждать, что если Вы действительно желаете создать или совершенствовать собственный онлайн-бизнес, то данная информация сможет сэкономить Вам много времени, сил и нервов, ибо я все что я пишу, является мои проверенным на практике опытом, которым предлагаю совершенно бескорыстно воспользоваться и Вам.

Принять или отвергнуть – Ваш выбор.

Содержание:

Глава «Права перепродажи».....	5
Ваш бизнес – Ваши права перепродажи.....	5
4 простых способа придания уникальности товару с правами перепродажи.....	7
3 этапа использования товаров с правами перепродажи.....	9
4 тайных вида товаров с правами перепродажи.....	12
Глава «Маркетинг».....	16
Уникальность в INTERNET-бизнесе – секреты титанов.....	16
INTERNET-маркетинг. Глубже, теплее, больше!.....	18
Торговцы идеями – откройте глаза.....	19
Глава «Бизнес».....	23
Манящий оскал нишевого Бизнеса.....	23
Великая тайна искусства обхождения с людьми.....	25
Дюйм титана в защиту идеи.....	27
Особенности записи опыта в аудио-формате.....	29
Дополнение – «Создатели Apple – фанатик и мечтатель».....	32

ГЛАВА 1 «ПРАВА ПЕРЕПРОДАЖИ»

Ваш бизнес – Ваши права перепродажи

Вы желаете организовать собственный бизнес в INTERNET, но не имеет идеи?

У Вас есть идея, но не достаточно опыта, средств и сил для её реализации?

У Вас все есть – опыт, средства, существующий бизнес и идеи, но отсутствует желание заниматься созданием второго продукта, хотя Вы знаете, что существующие клиенты уже сформировали о Вас положительное мнение и готовы принять Ваше повторное предложение!

Ответ на один из этих вопросов представляет собой тип человека, определяющий уровень его бизнеса в INTERNET, то есть:

Ответ «ДА!» на первый вопрос – начальный уровень. Есть желание, но нет идеи.

Ответ «ДА!» на второй вопрос – средний уровень. Есть желание и идея, но пока недостаточно опыта и средств для её осуществления.

Ответ «ДА!» на третий вопрос – профессиональный уровень. Человек имеет прибыльный бизнес в INTERNET, у него есть все средства для создания второго продукта, но по каким-то причинам он этим не занимается.

У меня есть решения для всех трех типов бизнесменов и оно, как все гениальное просто! Решение в приобретении прав перепродажи товаров авторитетных авторов, распространение этих товаров и удержание от сделок 100% прибыли!

Права перепродажи - это официальное разрешение автора того или иного информационного продукта на коммерческое распространение этого продукта и удержание 100% прибыли от его продаж.

Вам нет необходимости проводить маркетинговое исследования, опрашивать свою аудиторию, составлять бизнес план и, наконец, неделями и месяцами заниматься созданием самого товара! Все это уже сделал за Вас автор! Вам только следует приобрести права перепродажи на продукт, который Вы считаете, будет востребован Вашей аудиторией!

Отмечу, что прибыльный бизнес в INTERNET на полной или частичной основе использования прав перепродажи предусматривает наличия прав на несколько товаров.

Это отличный выход для всех типов бизнесменов! Только подумайте, в каких параллелях возможно использовать товары с правами перепродажи... Эй, очнитесь! Да в абсолютно любых, что принесут Вам прибыль, вот некоторые из них, которые пришли мне в голову:

- Продажа товара и удержание 100% прибыли

Вы один раз оплачиваете права и в течение всей жизни имеете 100 прибыль от его продаж, пока он не утратит свою актуальность. Например, книга Терри Дна «Как создать трафиковый вирус» востребована уже на протяжении трех лет!

- Повторные продажи

Повторные продажи основной источник прибыли успешного онлайн-бизнесмена! Ваши имеющиеся клиенты уже сформировали покупательское решение и готовы принять Ваше повторное предложение гораздо быстрее! С помощью товара с правами перепродажи Вы можете осуществлять повторные продажи, что удвоит, утроит Вашу прибыль!

- Увеличение прибыли от участия в партнерских программах

Чем Вы отличаетесь от конкурента в отношении участия в одной партнерской программе с ним?

С помощью прилагаемого дополнительного тематического продукта от Вас лично, в случае оплаты по Вашей партнерской ссылке возможно в несколько раз увеличить прибыль от партнерской программы. Доказано!

- Тематический бонус к Вашему основному предложению

Посетители считают, что цена на Ваше основное предложение не оправдано высокая? Что это значит? Это значит, что Вы теряете прибыль, дорогой друг и этому можно противостоять весьма эффективно!

Не думайте о понижении цены! Добавьте тематический бонус и повысите этим ценность Вашего предложения.

- Подарки своим клиентам и подписчикам

Это могут быть вознаграждения особенно активных подписчиков рассылки, которые помогают Вам с выпусками, указывают на орфографические ошибки...

Благодарность в виде, например, электронной книги постоянному клиенту за его постоянство в отношении к Вам.

В общем, права перепродажи это отличный выход для коммерсанта любого уровня! Новичок может организовать бизнес в INTERNET, а владелец существующего бизнеса обеспечить необходимый доход.

Хотя не все так ванильно-облачно в нашей суровой реальности Runet! Дело в том, что права перепродажи стоят денег!:) Весьма не малых, прямо сказать. Давайте об этом поговорим!

Итак, в среднем цена на качественный цифровой товар варьируется в пределах 40-120\$. Как мы с Вами определили в преимуществах использования товаров с правами перепродажи, чтобы вывести свой бизнес на достойный уровень доходности необходимо оперировать несколькими товарами. То есть их должно быть желательно с десятков.

65\$ средняя цена прав на перепродажу, следовательно $65 \times 10 = 650\$$! Люди приходящие в INTERNET с целью организовать бизнес весьма стеснены в средствах, я сам находился в таком положении полгода назад.

Сдругой стороны мы не имеем права обвинять автора, ведь цена на 1000% себя оправдывает! Вот некоторые преимущества в использовании прав:

- Вы можете не обладать знаниями по теме продукта, который хотите распространять
- Не нужно тратить время и силы на создание товара
- Не имеют значения навыки в создании текстовых материалов
- Авторитет автора гарантирует качество и продажи
- Не большой срок самоокупаемости
- Качественный источник знаний

Интересно сколько стоит час Вашей работы? Например, разносчику пиццы в час работодатель платит 75 рублей. Автор продукта, тратит годы, оттачивая свое мастерство, проводит тестирования, отсекая все лишнее. Затем неделями создает продукт, пишет продающий текст... Автор все сделал за нас!

Выход есть! Я писал эту статью не ради того, чтобы обнадежить Вас, а после разочаровать. Я хотел сказать, что выход есть и каждому доступна замечательная возможность использования товаров с правами перепродажи.

С этой целью и был создан мой проект [Access Card](#) – «Как организовать бизнес в INTERNET, не имея собственного товара».

4 простых способа придания уникальности товару с правами перепродажи

Я, как всегда, рад Вам представить очередную ценную идею по совершенствованию собственного бизнеса в формате небольшой, но всецело стоящей Вашего внимания статьи. И сегодня мы поговорим с Вами о том, как, собственно, особо не напрягаясь, подготовить ценное дополнение к продвигаемому товару с правами перепродажи, преодолев убивающую продажи неуникальность.

Замечу, что излагаемые техники реально применять для повышения воспринимаемой ценности и Ваших собственных коммерческих продуктов, ибо, как известно, если Вам удастся повысить воспринимаемую ценность предложения над его ценой, продажа будет совершена автоматически.

Итак, приступим? Нет? Ну, тогда пойдемте лучше напьемся...
Хорошо-хорошо приступаем!:))

Техника №1 – Статейный комплект

Вы ищите интересные статьи, тематика которых соответствует продвигаемому продукту в разных источниках, то есть сетью не ограничиваясь – журналы, книги, газеты и так далее. Естественно договариваетесь с авторами, излагая им идею. Проблем с получением разрешения на публикацию возникнуть не должно, если Вы покажете преимущества размещения статьи в Вашем коммерческом дополнении.

Затем логически структурируете и систематизируете найденный материал, добавляете введение и заключение, ставите свой копирайт и компилируете в exe или pdf-формат – Ваше дополнение готово...

Но давайте не будем действовать как ламеры в позиционировании:

Бонус №1 – Статейная подборка. Стоимость – 19\$

Я нашел самые крутые статьи, объединил их в комплект и представляю Вам в качестве ценного дополнения. Вам понравится...

Так позиционировать Ваше дополнение не следует. Я рекомендую вообще не упоминать слово статьи, ибо оно ассоциируется с бесплатными материалами - включите свое воображение. Вы можете сказать, например: «Труднодоступная информация из раритетных источников» - и объяснить, почему она труднодоступная – расскажите, как Вы искали и подбирали материал, сколько сил и времени ради этого потратили, позиционируйте в реальности подборку статей максимально притягательно и завораживающе, ибо только при таком подходе Вам удастся сделать действительно ценное дополнение.

Пусть даже в реальности создание подобного дополнения чисто механический процесс поиска и структурирования, но воспринимаемая правда сильнее объективной, и в Ваших силах сделать её сильнее с помощью эмоционального позиционирования дополнения.

Техника №2 – Интервьюирование

Для начала - это не так страшно, как может показаться, но зато более чем эффективно с точки зрения воспринимаемой ценности.

Составьте список вопросов и свяжитесь с профессионалами в Вашей области, затем предложите им ответить на вопросы. Вы можете сделать и более интересно, например, задать один вопрос, требующий развернутого ответа или взять интервью на узкоспециализированную тему, касающуюся отдельной главы продвигаемого продукта.

Использовать аудио (по телефону) или текстовый формат Ваше дело, но если говорить о тексте, то данный способ будет больше соответствовать названию нашей статьи, то есть он менее трудоемкий и простой. В этой технике многое зависит, удастся Вам взять интервью или нет, следовательно, уделите время написанию притягательного предложения для Ваших партнеров, а именно, опишите все выгоды, которые они или он получают:

- укрепление профессионализма в глазах целевой аудитории
- приток платежеспособных посетителей (дополнение ведь коммерческое)
- предложите им особые условия партнерства и так далее.

Техника №3 – Список ресурсов

Собственно все понятно из названия. Наверняка в Вашей нише есть ресурсы, представляющие собой особый интерес, так задайте себе вопрос - какие из них будут реально полезны моей целевой аудитории, затем найдите данные сайты, составьте к ним небольшое описание, структурируйте, и получится великолепное дополнение.

Мне нравится, как это сделал Александр Волков для интервью «Особенности поискового маркетинга», которое, кстати, недавно вошло в состав [Access Card](#). На протяжении всей записи Павел Осипенко, профессиональный SEO-оптимизатор, упоминает названия и адреса многих ресурсов, полезных в ходе оптимизации сайта, так вот в дополнении к аудио идет достаточно внушаемый список зарекомендовавших себя сервисов, что на практике оказывается очень удобным.

Техника №4 – F.A.Q.

F.A.Q. - Frequently Asked Questions - часто задаваемые вопросы. Интересно сколько из Вас, имеющие собственные проекты, реагирует и отбирает вопросы, поступающие по почте... Все вопросы, которые задают люди, являются не только признаком доверия к Вам, но и мощным маркетинговым инструментом, ибо, если Вы получаете несколько вопросов от разных людей, то можете быть уверены, эта тема интересует еще более сотни подобных им.

И на основании вышесказанного выйдет очень хорошенькое дополнение. Просто возьмите поступающие вопросы, развернуто ответьте на них, структурируйте и заключите в формат электронной книги, но многие из Вас сейчас могут харкнуть мне в свой монитор!:) Почему? Судя по моему недавнему опросу, собственные проекты имеют не более чем 4% предпринимателей, поэтому о поступающей корреспонденции говорить не приходится, но я прошу Вас не портить изображение на своем мониторе, ибо можно найти альтернативный вариант, и им являются форумы.

Форум – среда коммуникации. Люди задают вопросы, высказывают мнение, спорят, маскируя свой спор якобы в «поиск истины», но тем не менее на форуме возможно найти нечто крайне ценное для наших целей, а именно, объект заинтересованности определенной темой.

1. Найдите форум, соответствующий тематике Вашего продукта
2. Найдите на форуме темы интересные Вашей целевой аудитории
3. Отберите вопросы и ответьте на них в рамках собственного дополнения

Итак, мы с Вами обсудили четыре, до боли простых, способа создания достойного дополнения к Вашему товару с правом перепродажи. К сожалению, формат статьи не позволяет мне рассказать обо всех, которые я знаю (их около 32), но зато формат моего коммерческого продукта позволяет в полной мере раскрыть Вам вопрос не то чтобы «придания уникальности» товару с правами перепродажи, а как вообще отстраниться от конкурентов и зарабатывать несколько тысяч долларов в месяц на товаре с правами перепродажи, к созданию которых Вы не имеете ни малейшего отношения – www.inforesale.e-youcan.biz

3 этапа использования товаров с правами перепродажи

Итак, сегодня мы поговорим с Вами о товарах с правами перепродажи и разберем основные виды, представленные в настоящем пространстве INTERNET, а именно особенности их использования.

Мой опыт и компетенция в данном вопросе позволяет мне писать публикацию на уровне профессиональной и предоставлять Вам достоверные данные, как человеку, что доверил мне свои данные (имя и e-mail), как раз для этой цели.

Существует три уровня развития бизнеса в INTERNET:

УРОВЕНЬ – 1

Новичок регистрируется во всех возможных партнерских программах, затем не получив результат или получив не тот, который был ожидаем он приобретает права перепродажи.

Как правило, товары с правами перепродажи используются им не эффективно, ибо он не утруждает себя писать продающий текст и делать предложение уникальным. Единственный

маркетинговый инструмент, который кажется, ему панацеей является цена, что порождает разочарование.

УРОВЕНЬ – 2

Мы исходим из благополучной ситуации и предполагаем, что наш новичок амбициозная, харизматичная упорная личность, поэтому он не ноет и только иногда материться, но все же зарабатывает в партнерских программах и учится эффективно продавать товары с правами перепродажи.

У человека появляется некий опыт, и он создает свой собственный информационный товар.

УРОВЕНЬ – 3

Бизнесмен становится профессионалом и отделяется от бизнес-системы, переходя от её ключевой части в её владельца, то есть, формируя самостоятельный пассивный поток прибыли.

Суть данного этапа – организация высокоуровневого сервиса предоставления услуг в той сфере, в которой работал коммерсант.

Мы можем успешно работать и остаться на любом из этих этапов, но потребность в развитии всегда нам напоминает о своем присутствии... На любом из этих этапов мы можем успешно повысить эффективность деятельности с помощью товаров с правами перепродажи...

ЭТАП 1

Как правило, товары с правами перепродажи представляют собой качественную и достоверную информацию, если, конечно, Вы не покупаете её у кибербомжей на торговых площадках.

Автору товара выгодно предоставлять права распространения на свои лучшие издания, и он не теряет прибыль, как может показаться.

Дело в том, что люди купившие товар, пусть даже не у него, доказали свою платежеспособность и убедившись в компетенции автора они с большой долей вероятности перейдут на его сайт и купят более дорогой товар. Таким образом, автор преодолевает покупательский скептицизм и недоверие с помощью ресурсов его распространителей.

И права, предоставляющиеся в качестве бонуса к товару бесплатно - не «подарок судьбы» :), а грамотный маркетинговый ход.

К чему я это? Я говорю Вам о том, что на первом уровне коммерсанту необходимо изучать, как можно больше достойной информации для повышения уровня своего профессионализма и качества работы, поэтому первоначально они должны служить больше учебниками и пробными выстрелами на полигоне INTERNET-бизнеса, перед истинной битвой.

ЭПАТ 2

Отлично! Коммерсант уже кое-что знает об этой игре (INTERNET-бизнес) и о её правилах, он пытается создавать собственные игры (товары) и привлекает в них игроков (клиентов, подписчиков).

Эффективное использование товаров с правами перепродажи:

А) Создание канала платежеспособных клиентов, путем распространения собственных товаров с правами перепродажи. Мы этот момент выше рассмотрели...

Б) Использование в качестве тематического бонуса к Вашему основному товару для повышения воспринимаемой ценности.

В) Повышение продаж в партнерских программах, путем добавления товаров, тем, кто закажет по Вашей ссылке.

Г) Повторные продажи уже состоявшимся клиентам

Д) Бонусы за подписку, подарки постоянным клиентам

Е) Ваша фантазия...

ЭТАП 3

Бизнесмен упорно работал, падал и поднимался, стойко переносил удары судьбы, иногда даже по яйцам или в грудь, защищал свою репутацию и оберегал бренд, как львица оберегает свое потомство...

Он знает, что является профи, признает и ценит других профи, имея на это право. Великолепно! Как использовать товары с правами перепродажи профессионалу?

Во-первых, каким бы бизнесом Вы не занимались – Вы занимаетесь маркетингом. Маркетинговые приемы, описанные во втором этапе, являются универсальными, и поэтому могут быть успешно применены на всех стадиях развития.

Но есть еще кое-что... Поскольку у коммерсанта сформирована клиентская база разных уровней перспективности, есть ученики и студенты, он может организовать закрытое сообщество в рамках которого распространять на бесплатной основе товары с правами перепродажи и прочие публикации.

Описанный ход повышает доверие к бизнесмену, вызывает привязанность и обожание участниками клуба и делает возможность пребывания в нем вождельным, повышая авторитет и значимость бизнесмена.

На этом мы закончим. В следующей статье мы определим классификацию товаров с правами перепродажи.

4 тайных вида товаров с правами перепродажи

В очередной раз я пишу статью об особенностях товаров с правами перепродажи. В Runet на тему данную информации крайне мало и кому, как не мне проливать свет на отдельные части системы оборота товаров с правами перепродажи? Опыт в развитии проекта на данную

тему становится все более самостоятельным и жаждет выразиться в контексте коммерческой идеи...

Тесновато ему в статьях – Вы как думаете? Желаете увидеть в моем ассортименте всеобъемлющий продукт на тему эффективного использования товаров с правами перепродажи? Ответите мне в конце статьи за небольшой презент. Ок? Отлично!:)»

«Почему статья называется 4 тайных вида товаров с правами перепродажи» - спросить Вы вполне обоснованно. Я отвечу – «Никто об этом не пишет и не говорит по причине не знания либо отсутствия желания раскрывать свои секреты, но мы это исправим всем назло!:)»

Итак, сегодня речь пойдет о классификации товаров с правами перепродажи. Мы рассмотрим четыре основных вида, их отличительные особенности, минусы и плюсы использования.

Хорошо – давайте разберемся с этим.

Вид№1 - Base Label Rights (BLR)

Права перепродажи начального уровня, как правило, самые дорогие и самые эксклюзивные. Данный вид прав предоставляется владельцем, как отдельное коммерческое предложение за право удерживать 100%-ю прибыль созданного им продукта.

При покупке подобных прав выдается специальный документ в электронном виде, удостоверяющий Ваше обладание правами, а на распространяемый продукт ставится копирайт официального дилера.

Например, вот, как делает это мой друг и коллега Евгений Павлов, который, к сожалению слишком долго не отвечает на мои письма! Жень, если ты читаешь эту статью немедленно свяжись со мной!:)))) В общем вот, что он пишет на второй странице своего тренинга:

«Внимание! Правом на перепродажу данного информационного товара обладает Евгений Смирнов, www.e-youcan.com. Если Вы получили этот продукт от постороннего лица, пожалуйста, немедленно сообщите мне об этом на адрес...»

Минус – высокая стоимость прав, как правило, от 50-500\$ в зависимости от формата и авторства.

Плюс – Высокий процент уникальности предложение, а как следствие низкая конкуренция в нише сбыта товара.

Особенности – персональный копирайт в теле товара.

Использование – только продажа товара.

Вид№2 - Master Label Rights (MLR)

Права перепродажи класса «Мастер» имеют более широкий спектр извлечения прибыли за счет продажи не только товара, но и прав на его перепродажу, то есть Вы являетесь дилером высшего уровня, продавая отдельно права перепродажи на товар в точности, как автор.

Я не встречал в Runet данную разновидность, но в виду тенденции развития настоящего вида информационного бизнеса вскоре появятся подобные предложения.

Явное преимущество данного вида прав извлечение дополнительного дохода, но вложение весьма рискованно, если товар имеет переходный характер, то есть, востребован только в определенное время и имеет особенность потери своей актуальности. Если товар универсален, как, например, базовая психология или принципы e-mail-маркетинга, то вложение окупит себя сторицей.

Как правило, автор продукта, распространяющий данный вид прав ведет открытую базу обладателей, где клиент всегда может проверить продавца.

Минус – высокая стоимость прав, риск снижения востребованности продукта

Плюс – дополнительный доход

Особенности – внесение в базу открытую базу распространителей и копирайт в теле товара.

Использование – только продажа товара и распространение прав перепродажи

Вид №3 - Marketing Label Rights (M2LR)

Наиболее распространенный вид товаров сторонних авторов в Runet. Почему «Маркетинг»? Собственно, честно говоря, это мой собственный термин и я ввел его не случайно. Сейчас Вас все станет понятно.

Права перепродажи на подобный продукт достаются Вам, как правило, совершенно бесплатно вместе с продуктом, как и любому его заполучившему бизнесмену. Иногда на них назначается стоимость, но чисто символически, дабы повысить воспринимаемую ценность. Вот, как это выглядит:

«Поздравляю Вас, дорогой читатель!

С этой минуты Вы являетесь обладателем прав перепродажи данной электронной книги. Стоимость данных прав составляет 99\$, но Вам они сегодня достаются совершенно бесплатно! Думаю, этот подарок судьбы придется Вам очень кстати!:)»

Истинно здесь применяет довольно эффективная маркетинговая концепция – привлечение платежеспособного трафика на свои ресурсы. Я уже об этом говорил в статье «3 этапа использования товаров с правами перепродажи», но ради Вас мне не сложно повториться:

«Автору товара выгодно предоставлять права распространения на свои лучшие издания, и он не теряет прибыль, как может показаться.

Дело в том, что люди купившие товар, пусть даже не у него, доказали свою платежеспособность и убедившись в компетенции автора они с большой долей вероятности перейдут на его сайт и купят более дорогой товар. Таким образом, автор преодолевает покупательский скептицизм и недоверие с помощью ресурсов его распространителей.

И права, предоставляющиеся в качестве бонуса к товару бесплатно - не «подарок судьбы», а грамотный маркетинговый ход».

Может показаться, что продавать подобные товары не выгодно из-за огромного количества конкурентов, но грамотный маркетолог может сделать из неуникального товара с правами перепродажи уникальное спец. предложение от которого трудно отказаться. Вот, как это сделал Ваш скромный слуга с книгой «Быстрое Создание Высокодоходных Нишевых Товаров» - www.creation.e-youcan.com

Плюсы – отсутствие цены на права перепродажи, качественная информация

Минусы – высокая конкуренция, отсутствие уникальности предложения

Особенности – права получает каждый, кто получает продукт

Использование – продажа; бонус к своим коммерческим предложениям; размещение в VIP-зоне.

Вид №4 - Private Label Rights (PLR)

Права личной марки. Продукт, который Вы покупаете с авторскими и смежными правами, при этом Вы можете делать с ними все, что угодно – дорабатывать, разбивать на отдельные элементы, делать статьи, аудиоверсию и даже объявлять себя автором.

Другими словами контент продукта с PLR принадлежит всецело Вам. В Runet я не встречал подобных предложений, но в скором времени один из ведущих информационных бизнесменов обещал нас порадовать массивом PLR-изданий.

Единственное Вы не можете или крайне не рекомендуется использовать PLR-издание «как есть», то есть покупать и тупо объявляя себя автором, продавать на своих сайтах. Тогда о какой конкуренции и уникальности бизнеса вообще может идти речь? С PLR необходимо именно работать и создавать на их основах или фрагментах - собственный эксклюзив.

Плюс – неограниченность в использовании

Минус - неограниченность в использовании

Особенности – полное авторство

Использование - неограниченность в использовании

Я думаю, на этом мы завершим обзор основных видов товаров с правами перепродажи – я могу сказать больше, но, во-первых, формат статьи ограничен, а во-вторых, кажется мне, что пора уже, наконец, систематизировать разбросанные по статьям и аудио-урокам знания о товарах с правами перепродаж и сделать из этого самостоятельное коммерческое предложение. Как думаете? Если Вы со мной согласны, то спешу обрадовать – разработкой продукта на данную тему я уже занимаюсь – www.inforesale.e-youcan.biz

И, наконец, самое важное! Использование товаров с правами перепродажи великолепная возможность, но Вы всегда должны продавать не только то, что МОЖНО продавать, и то, что

непосредственно в Ваших глазах снискало доверие и принесло практическую пользу! Будьте верны Вашим клиентам и Вашем бренду!

ГЛАВА 2 «МАРКЕТИНГ»

Уникальность в INTERNET-бизнесе – секреты титанов

Титаны - в древнегреческой мифологии - божества старшего поколения, дети Урана и Геи: Океан, Кей, Крий, Гиперион, Ианет и Кронос, а также их дети. Титаны поддерживали Кроноса, который низложил Урана, и освободили своих братьев - киклопов и гекатонхейров из Тартара, куда их низверг Уран.

В позднейших мифах Титаны отождествляют с гигантами. В переносном смысле Титан - человек, отличающийся исключительным умом, талантом.

Энциклопедия древней мифологии

Сегодня я хочу поговорить с Вами о маме успеха в любых отношениях – об уникальности. В частности при создании собственного информационного товара.

Чем отличается титан от окружающих его людей - на остановках, в метро, в очереди за продуктами и теннисном клубе? Титан всегда мыслит исключительно, не тривиально – знает, что делает и главное, почему он это делает. Титан уникален в силу его способностей. Каждый из нас отчасти титан, ибо любой человек, встречающийся Вам на пути в каком-то отношении Вас превосходит.

Чем мы с Вами можем отличаться от массы других коммерсантов? Как заставить человека принять именно Ваше предложение? Давайте попробуем с этим разобраться.

Начнем с того, что уникальность необходима в любом случае, не зависимо от уровня конкурентности ниши, в который мы работаем. Ибо потенциальный клиент выбираем максимальное выгодное для него предложение из массы остальных, максимально удобное и целостное.

Однако я не говорю Вам о цене. Путь к обретению уникальности – не лежит через тяжбы понижения цены на собственный товар. Путь в ином – воздействие на потенциального клиента на трех уровнях Вашего товара.

1. Ваш информационный товар призван решить проблему клиента.

Именно за решение проблем люди платят деньги. Маркетинг – это битва восприятий, поэтому необходимо раскрыть вопрос решения Вашей проблемы в более широком смысле, чем у конкурентов.

Написать более подробно, добавить дополнительные тематические главы и интересные сведения, уникальные примеры успеха в той области, в который Вы работаете, статьи сторонних авторов, мнение специалистов на счет решаемой проблемы и так далее.

Например, Вы продаете книгу о том, как бросить курить. У Вас 6 серьезных конкурентов в нише. В этом отношении необходимо раскрыть вопрос о курении более подробнее, чем это сделали конкуренты – добавить статьи независимых авторов о Вашем методе или его аспектах, добавить дополнительные сведения о вреде курения, поместить альтернативные способы избавления от привычки.

2. Ваш информационный товар имеет упаковку. Если материальные товары – книги, диски, шариковые ручки имеют физическую упаковку в виде обложки и формы, то информационные товары представлены графической версией, форматом и всеми внешними атрибутами информации.

Я настоятельно рекомендую Вам ознакомиться со всеми предложениями Ваших конкурентов. Посмотрите, как они делают графические версии, в каком формате выполнен их продукт, какие дополнительные функции предусматривает их предложение.

Упаковка так же включает дизайн сайта, бренд под которым выходит товар, в общем, все дополнительные элементы первого пункта.

Подумайте над цветовой гаммой Вашего сайта, психологией цвета, формат, который не вызовет проблем в использовании Вашего информационного товара, возможности распечатки, если эта электронная книга и так далее.

3. Ваш информационный товар всегда есть, чем дополнить. В дополнения входят консультации, специальные предложения с ограничением по сроку действия, бонусные предложения. Я считаю, этому пункту Вам следует уделить особое внимание – сделать особые бонусы.

Вернемся к книге о том, как бросить курить и подумаем, какая дополнительная информация окажется полезной нашей целевой аудитории. Книга по психологии (не сорваться в нужный момент), подборка статей независимых авторов о методах избавления от вредной привычки, аудио-версия книги (очень ценно), для более удобного изучения информации, Ваши персональные консультации и ограниченный бонус – например, первым 12 клиентам бесплатные консультации по телефону в течении месяца.

Понимаете о чем я? Если допустим Вы продаете электронную книгу о оптимизации сайта под поисковые запросы, отличным дополнением будет комплект программ по тестированию ревалентности слов и так далее. Это крайне важно! Все, что Вам нужно... Внимание! Повысить ценность Вашего предложения в глазах потенциальных клиентов.

Есть ситуации, когда мы не можем воздействовать на первый и второй уровни. Например, участвуя в партнерских программах, реализуя товары с правами перепродажи. Мы всегда можем дополнить предложение своим собственным бонусом, сделав из не уникального товара (книга с правами перепродажи) уникальный.

К примеру, Вы почувствуете в партнерской программе по продвижению книги Александра Доценко на тему создания графических обложек цифровых товаров. Снимите небольшой фильм в программе Camtasia Studio, где Вы поэтапно создаете обложку для собственного товара и объявите об этом людям – делая заказ по Вашей ссылке, человек лично от Вас получит обучающий фильм.

Я знаю одного INTERNET-бизнесмена. Он совсем безбашенный парень – взялся за распространение книги с правами перепродажи, когда её уже продвигал очень серьезный бизнесмен и еще несколько авторитетных коммерсантов. Но парня это не испугало он подверг изменению первый и второй уровни... Я знаю этого парня – дела у него идут прекрасно!:) На сколько виртуозно сделано? Посмотрите сами.

Вы, кстати, сейчас читаете его статью...

www.creation.e-youcan.com/

INTENRET-маркетинг. Глубже, теплее, больше!

Понимание

Термин маркетинг происходит от английского слова «market» (рынок) и означает деятельность в сфере рынка сбыта. Маркетинг – мир вечных отношений между тем, кто производит и тем, кто продает.

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена (Ф. Котлер)

Важно понять, что люди, доставая из бумажника наличные или кредитку за оплату продукта, приобретают не сам продукт, а результат от его применения! Люди платят за решение проблем с лишним весом, ростом волос и графическим банером, что не в силах нарисовать сами. В знойный день Вы, одоленный жаждой, добираетесь до ближайшего магазина с целью купить минеральной воды...

Стоп! Вы о чем Вы думаете в этот момент? О продукте питания? Вы думаете о чертовой жажде и пустынной сухости во рту, представляете, как холодная минеральная вода тушит вулканы и восстанавливает равновесие... Вы платите за равновесие, а не за продукт! Поэтому позиционируйте следствие, а не причину.

Много людей готовы платить за необходимый результат, так же не один Вы стремитесь его предоставить, следовательно, будьте лучше и эффективнее в действии других!

Мудрая змея

Удовлетворить потребность ниши *всегда* удобнее, чем целого сегмента. Если Вы IT-специалист, а именно оптимизатор, то лучше эффективней решать проблемы с оптимизацией сайта заказчика, чем пытаться предоставлять разноплановые услуги продвижения.

Опыт многих людей позволяет создать полноценное техническое руководство, не многие, однако, желают это делать! Еще меньшее количество специалистов пытается организовать пассивный доход, но заметьте, ВСЕ не откажутся от дополнительной прибыли... Препятствия рождаются в одной утробе с мыслью о создании электронной книг и сопровождают человека вплоть до становления бизнеса!

Большинство уходит после первого сканирования сети на наличие конкурентов, и энтузиазм исчезает, как не было его вовсе, как не существовало момента представления великих перспектив. Интересно те серые толпы, что каждый день бьют дороги поисковых запросов знают о слове «сегментирование» и преимуществ его использования. Иногда стоит лишь добавить предлог в названии продукта, и ниша повернется на 360 градусов.

- Что за предлог? Какое еще «сегментирование»? Смирнов ты о чем?

Приведу пример. Ваш приятель добился определенных успехов в работе над своим телом... Занимается этим не один год, регулярно посещает спортзал, знает тонкости и секреты реального преобразования тела за определенный период времени – особенности питания, нагрузка на группы мышц и так далее. Вот бодибилдеру пришла идея написать электронную книгу на пресловутую тему, он лезет в сеть, набирает в поисковике «Книга о бодибилдинге» и его вниманию предстают километры страниц. Ваш приятель юзает один мини-сайт за другим, его зрочки расширяются и желание о «заработке в сети» испаряется, как капля воды на раскаленной сковородке.

Наличие конкурентов, лишь доказывает востребованность темы!

Если человек слушал аудио-ролик одного из ведущих коммерсантов Runet или подписался на условно-бесплатный e-mail-курс [«ТОЭ – тайная формула маркетингового исследования в INTERNET»](#), возможно, он догадается определить свою нишу с помощью предлога в заголовке. Предлога в заголовке...

«Бодибилдинг **для** тинэйджеров»

«Как накачать тело **в** домашних условиях»

«Стальные мышцы **за** 93 дня»

Подумайте над этим...

Узнать более подробную информацию о видах и инструментах маркетингового исследования в INTERNET вы можете, подписавшись на мой условно-бесплатный e-mail-курс [«ТОЭ – тайная формула маркетингового исследования в INTERNET»](#). Что значит «условно-бесплатный»? Ну, просто я не хочу говорить, что, но бесплатный, потому что уж очень ценен для меня, но сегодня данная информация достается Вам совершенно бесплатно!

Торговцы идеями – откройте глаза

*Всякому времени – свой язык, свои правила и законы коммуникации, свой этикет.
Антон Буланов,*

Творческий директор «Михайлов и Партнеры»

Пророчество об упадке и забвении маркетинга, основанного на привлечении внимания покупателя, осуществились – «прерывающий» маркетинг продолжает терять популярность.

Я хочу, чтобы Вам было известно – телевизионные компании по данным журнала «Секрет фирмы» инвестируют деньги в различные направления деятельности, желая как можно быстрее уйти, от традиционного сетевого телевидения; банерная реклама переживает тяжелые времена, и я сомневаюсь, что переживет их – либо исчезнет, либо перейдет в иную форму. Показатели эффективности рекламных объявлений снизились на 74%, и статистика количества показа банера к переходам по нему постоянно идет на спад.

Пытаться привлекать внимание людей, которые не хотят воспринимать информацию о товаре, по той причине, что ничего не знают о нем, методами «прерывающего» маркетинга – спам, банерная реклама, радио, телевидение Вам не удастся. У посетителей Вашего сайта слишком мало времени и огромное пространство выбора, чтобы в будущем сохранить подобное положение дел.

Сегодня идея

Предлагаю Вам переместиться в первые 100 лет существования России ... Шла борьба за землю, и был в почете, уважении, пользуясь почестями знати, человек, у которого земли во владении было больше – распоряжались ей, как правило, в пахотных целях - феодал был богат. Сейчас стать преуспевающим владельцем колхоза крайне трудно, особенно в условиях Российского налогообложения и цен на топливо.

Следующие 100 лет происходило развитие промышленности - строительство заводов, фабрик. Образование общества российских промышленников – самых обеспеченных и уважаемых людей в России. Хм... владение заводом в настоящее время, при высоких фиксированных расходах, конкуренции и скудных государственных заказах, бизнес весьма не простой.

Добро пожаловать в третье столетие – центр внимания идеи.

К сожалению, а может быть и к счастью, никто не владеет колхозом, где выращивали бы идеи или заводом, где их бы производили и упаковывали. Идеи делают людей известными, успешными и богатыми, идеи меняют мир вокруг нас. Мне не известен секрет производства стоящих внимания идей, но очевидно, что если попробовать добиться того, чтобы люди приняли Вашу идею, стали ей пользоваться, уважали и ценили её, то Вы неизбежно станете победителем!

Стать первым, изменив состояние ниши, в которой Вы работаете или изменить весь мир, необходимо знать святое правило торговцев идеями: выпустить на свободу идею-вирус. Идея, движущаяся вперед, распространяясь и заражая всех на своем пути. Такие идеи быстро и легко множатся, становясь сильнее и более ценными, в зависимости от количества людей, «зараженных» ими.

Идея может принимать разные формы – письменное заявление, графическое изображение, товар, или действие... не имеет значение, посредством чего идея выражается, главное - информация, которую Вы хотите сообщить об идее. Средство выражения идеи – это материя, в которой она существует.

Что Вы думаете о том, когда потребитель сам рассказывает о Вашем товаре тем своим друзьям? В начале статьи я попытался Вас убедить, что в современном мире потребители выработали иммунитет против традиционных маркетинговых приемов. Огромный поток информации не оставляет шанса быть воспринятым и поэтому, если Вы сумели добиться внимания потребителя, Вы обязаны сделать его своим сторонником и верным распространителем идеи.

Интересно, можно ли назвать идею-вирус одной из форм маркетинга? Я Вам скажу больше – сегодня маркетинг целиком в этом и состоит. Вы выиграете у конкурентов не скриптом автоматической доставки товара или модернизацией сайта. Вы выиграете, если

улучшите свою систему маркетинга, потому что грамотный маркетинг предполагает распространение идей, а идеи – это единственное, в чем сегодня можно соперничать.

Идеи-вирусы существовали во все времена – мифы, легенды, слухи, мысли и принципы поведения, которые распространяются словно самая страшная чума – от человека к человеку, но это лучший инструмент маркетинга. Вспомните курс истории – Галилей своими идеями потряс всех жителей Пизы, не давая рекламных объявление или 5 минутных видео-роликов во время олимпийских игр:).

Идея-вирус – это модная идея, распространяющаяся с огромной скоростью внутри целевой группы, а именно части населения, объединенной общим интересом. Крайне важно, что подобная идея влияет на каждого, кого коснется и с его помощью коснется того, кого коснется он... Вирус.

Предлагаю взглянуть на российский сервер Mail. Почему большинство пользователей INTERENT, несмотря на огромное разнообразие таких же бесплатных почтовых сервисов с более качественными услугами, пользуются электронными ящиками mail? Я уверяю Вас, так происходит не потому, что Mail крутит много рекламы на телевидении. Идея мгновенной бесплатной почты нравится людям, она приобрела вирусный характер. Кто-то рассказал Вам об этом.

Вам не кажется, что порой все Ваши знакомые, говорят об одних и тех же передачах, фильмах, книгах, которые прочли? К примеру, мои друзья в университете, постоянно смеются над шутками COMEDYCLAB, мы обсуждаем впечатления от просмотра фильма «Пила 3» или книгу о методе избавления от табачной зависимости, благодаря которой бросило курить чуть ли не половина группы. Замечу, что начало этому процессу, заложил один человек, бросивший курить после восьми лет зависимости и рассказавший об этом в группе.

Такое возникает потому, что идея, став вирусом, распространяется сама по себе, а не потому, что компания затратила половину своего бюджета на рекламу или на создание вируса. Как именно идея распространяется, и методы увеличения скорости этого процесса лежат в основе построения идеи-вируса.

Радио потребовалось 40 лет, чтобы привлечь внимание 10 миллионов человек. У телевидения на это ушло 15 лет. Netscape понадобилось 3 года, чтобы достичь подобного результата, а Hotmail и Napster понадобилось меньше года. Собирая себе большую аудиторию, Hotmail и Napster извлекают значительную прибыль за короткий промежуток времени. 10 миллионов за год... Они делают это с помощью идеи-вируса.

Благодаря современным технологиям, идеи-вирусы распространяются быстро и дешево, время, которое требуется на распространение приближается к нулю. Почему имеет значение свойство идеи, распространяется с огромной скоростью? Я отвечу на этот вопрос! Идея – это валюта будущего, а её механизм – это то, благодаря чему, эти идеи распространяются и потому, что Вы можете это использовать, чтобы стать победителем.

Вы, наверное, понимаете, что создание идеи-вируса имеет закономерный процесс. Вам не нужно ждать, пока идея-вирус возникнет самостоятельно. Вы можете спланировать, оптимизировать и выпустить идею на свободу. Вам интересно, как это осуществить?

Я сначала думал сделать семидневный e-mail-курс на тему создания идеи-вируса в целях увеличения своего подписного листа, затем, решил сделать традиционный аудио-урок «Model I

– Ядерное оружие Вашего маркетинга», в котором рассмотрел 8 переменных идеи-вируса и частные случаи её создания...

Эта статья появилась на свет благодаря книге одного из лучших западных маркетологов. При написании статьи и создании бесплатного аудио-урока [Model I «Ядерное оружие Вашего маркетинга»](#) для своих подписчиков я во многом опирался на его знания. Название книги и ссылки по теме в [аудио-уроке](#).

ГЛАВА 3 «БИЗНЕС»

Манящий оскал нишевого Бизнеса

Сегодня я хочу затронуть тему развития INTERNET-бизнеса в нишах не связанных с INTERNET-маркетингом, копирайтингом и все что связано с построением успешной модели продаж.

Я искренне верю, что человек не может создать высокодоходных INTERNET-проект, не являясь профессионалом выбранной темы... Как он будет писать статьи? Как оказывать поддержку посетителям сайта? Как создавать продукт? Да, я прав – не возможно или ущербно... Только при одном «ЕСЛИ»! Эту безумную мысль, возможно, успешно реализовать - если Вы специалист онлайн-бизнеса.

Ранее, а может быть и сейчас бытует ложное суждение (как миф о золотом драконе), что информационный продукт может быть успешно реализован только в том случае, если он посвящен обучению развития INTERNET-бизнеса.

Но это не так! Более того, я уверен – потенциал данной ниши не самый высокий. Пусть аудитория – Вы и я, наиболее подкованы в Интернет-технологиях, но выписать счет в системе RuPay сможет и домохозяйка.

Другими словами людей страдающих от лишнего веса и готовых платить деньги за решение своих проблем гораздо больше, чем тех, кто вообще знает, что такое SEO.

Если говорить о конкретных примерах, то сейчас я могу вспомнить несколько авторов работающих в нишах не связанных с INTERNET-маркетингом.

- Вера Медведева «Избавляемся от прыщей. Быстро и просто!» Сайт - antiacnebook.com
- Елена Станив «Путь к замужеству» Сайт - staniv.ru
- Специальный отчет о выращивании овощей в зимний период «Огород Круглый Год»
- Хамидуллин Григорий «Freelance - киберпрофессия будущего» Сайт - bizzon.info/new-e-freelans.htm
- CD по организации бизнеса на основе продажи и изготовления, бильярдных столов
- Армен Бабаян «Семь лепестков цветочного бизнеса» - bukhara.ru
- Елена Иванова «Как снять квартиру в Москве без посредников» arenda.commerce-service.com/
- Иван Исаев «Электронная камасутра» kamasutra-ebook.pp.ru
- Дмитрий Шеломенцев – «КАК НАБРАТЬ ВЕС? СЕКРЕТЫ ПОСТРОЕНИЯ КРАСИВОГО ТЕЛА» massgain.ru

В западном сегменте INTERNET нишевой бизнес приносит колоссальные доходы.

- Молодой парень – чемпион бодибилдинга 2004 года, создал уникальное пособие наращивания мышечной массы за 31 день и зарабатывает на этом 864.000\$ в год.
- Леди написала обучающий курс «Как научиться играть на пианино за 7 дней» и обеспечила себе прибыль в 469.000\$ в год
- Гений онлайн бизнеса, Джон Риз, пришел из нишевого бизнеса, где он успешно работал более 13 лет и на сколько мне известно сейчас снова с головой ушел в свои нишевые проекты.

Хорошо! Являясь специалистом, Вы вполне можете запустить дополнительный или основной источник прибыли в INTERNET, а что, если Вы таковым специалистом не являетесь?:) Что, если Вы знаете и видите огромный потенциал определенного коммерческого проекта и Вам это интересно, но компетенции на создание собственных товаров или написание статей у Вас нет? Это уже завораживает...

Например, я вижу, модное молодежное увлечение, раскручиваемое СМИ и мои догадки подтверждаются маркетинговыми исследованиями, но я не профи искусства обольщения. Я коммерсант и что Вы думаете, может меня остановить обуздать эту нишу и попробовать свои силы? Ничего!:))

Сейчас давайте представим диалог «Здравого смысла» и «Безумного коммерсанта»

> Здравый: Первое и самое верное, мой друг – будучи не компетентным как ты создашь собственный качественный информационный или физический продукт?

> Безумец: Почему я вообще должен этим заниматься?:) Я найму специалиста на договорной основе, с процентными отчислениями с каждой продажи, или оплатив его работу один раз. Поскольку мне интересна эта тема, я знаю людей, которые разбираются в ней на много лучше меня.

Однажды, знаменитого шотландца-миллионера Карнеги спросили, как ему удастся вести дела настолько успешно, и он ответил – «Я обладаю искусством концентрировать силы людей, которые на много умнее меня и разбираются во всех тонкостях моего дела лучше, чем я сам».

Я могу провести маркетинговое исследование, изучить аудиторию, написать продающий текст, провести успешный релиз... Вот, что важно. Более того, успешный коммерческий продукт, возможно, создать, взяв интервью у известного специалиста в данной области или определить наиболее важные темы и взять интервью у нескольких людей в соответствии этим темам.

Или создать информационный товар из имеющегося контента – статьи специалистов, спец. отчеты, аудио-материалы. Все это, возможно, структурировать в целостную систему и сделать прекрасный комплект.

Обновление и смена формата; покупка прав перепродажи высшего уровня и создание комплекта из имеющихся товаров; использование раритетного контента. В общем, способов множество.

> Здравый: Не являясь профессионалом, как ты будешь вести рассылку, и наполнять её выпуски качественным контентом, а также свой тематический центр?

> Безумец: Без проблем:

1. Я могу нанять фрилансера, и он напишет мне качественную статью
2. Я могу воспользоваться искусством репликации – создание уникального контента из уже имеющегося, путем, смены формата, подборки статей и создание книги.
3. Я могу писать на смежные темы. Если говорить о Pickur – искусство обольщения, то, возможно, затронуть любую из тем, которая будет интересна моей аудитории – стиль, сексология, отношения, NLP, знакомство, внутренний настрой.

4. Я могу сделать аудио-лекцию по действительно качественным статьям данной темы.

> Здравый: И самое главное – как ты будешь вести поддержку своей аудитории, и консультировать их?

> Безумец: Возможно, организовать форму отправки сообщений по техническим вопросам проекта, это те письма, которые буду получать я, как коммерческий директор и вопросы, направляемые специалисту, который создавал товар, то есть связанные непосредственно с обобщением.

Большинство ответов есть на формах, где люди с удовольствием обсасывают актуальные темы до костей. Я могу предоставить человеку ссылку на тему в форуме по его вопросу. Возможно, найти ответ в публикациях других авторов и, наконец, я уже буду разбираться к тому моменту в вопросах выпущенного мною инфо-товара, пусть даже не я его автор.

Итак, развитие бизнеса в нише, не связанной с Вашими интересами и компетенцией, вполне реально... Если Вы знаете что такое INTERNET-бизнес, у Вас развита фантазия, Вы не боитесь страха, провала и просто выходить ночью из дома, а также, если Вы имели такие аспекты, как копирайтинг, маркетинг, CMR, спец. технологии не только в презервативе.

Поиметь их можно здесь, одним разом все – www.e-youcan.biz

Великая тайна искусства обхождения с людьми

Я изучил относительно большое количество книг по психологии, искусству взаимоотношений, убеждения и обольщения женщин! Разговаривая на повышенных тонах, убеждая инспектора ГАИ в своей правоте, мило беседуя с подружкой друга моей подружки, я применял различные тактики обхождения с людьми, выделяя действенные из них, но вывод всегда был одним!

Есть на свете один способ побудить человека к действию нам выгодному. Только один способ! Он заключается в том, чтобы заставить другого человека... захотеть это сделать.

Безусловно, если Вам понравились часы прохожего вы можете заставить его захотеть отдать Вам эти часы, приблизив к его виску дуло пистолета. Так же, как родители заставляют детей делать то, что они хотят с помощью ремня и угроз.

Однако подобной тактике свойственны весьма нежелательные последствия, что нам, онлайн-бизнесменам, не допустимо в своем деле.

Существует одна действенная тактика, какой мы можем побудить клиента что-либо сделать – дать ему то, чего он желает.

Один из наиболее известных психологов 20 века Зигмунд Фрейд, утверждал, что в основе всех наших поступков лежат два мотива – сексуальное влечение и желание стать великим.

Итак, чего хотят наши клиенты? Чего хотят люди и мы с вами? Каждый нормальный взрослый человек хочет:

- 1) здоровья и сохранения жизни

- 2) пищи
- 3) сна
- 4) денег и вещей
- 5) сексуального удовлетворения
- 6) благополучия своих детей
- 7) сознания собственной значительности

Все приведенные потребности удовлетворяются – все кроме одного. Последнее желание столь же властно, как пища и сон, редко удовлетворяется.

Уильямс Джеймс сказал: «Глубочайшим свойством человеческой природы является страстное стремление людей быть оцененными по достоинству». Стремление к собственной значимости является одной из главных черт, отличия человека от животного

Один мой старый приятель профессионально занимается продюсированием начинающих реп-исполнителей нашего города и России. На его студии записывается большая часть команд! Так происходит вовсе не из-за отсутствия конкуренции или технического превосходства студии. Как он сам утверждает, может заключить контракт с любым исполнителем, которого посчитает перспективным.

Как ему это удастся?

Вот, что он ответил – «Я просто умею вызывать у этих парней энтузиазм, позже с помощью признания и достоинств, развиваю и кристаллизирую талант! Если мне что-то нравится, то я не упущу возможность похвалить их!».

Таким образом, он повышает их чувство собственной значимости и поддерживает его, что так необходимо молодым исполнителям.

Брайен Камар в своей книге «Психология продаж» пишет о том, как составлять наиболее результативные предложения о совместных проектах.

Вот, что он пишет по этому поводу: «Постарайтесь узнать как можно больше о том человеке, с которым собираетесь осуществить совместный проект. Если данный предприниматель является для Вас уважаемым и непревзойденным, напишите ему об этом! Если Вы ранее покупали его товары или услуги и пришли от них в восторг и теперь хотите, поэтому работать именно с ним - напишите ему об этом! Подобные письма приятно получать все без исключения профессионалам своего дела. Помните это».

Если бы наши предки не имели этого пламенного стремления к собственной значимости, то не было бы цивилизации.

Именно это стремление заставляет Вас носить модную одежду, управлять новейшей моделью автомобиля и говорить о своих успехах. Это стремление заставило копить Рокфеллера миллионы, которые он так и не успел истратить. И именно оно заставило богатейших людей вашего города построить дом гораздо больших размеров, чем может потребоваться.

Раз уж я вспомнил Рокфеллера, поведаю Вам один из его секретов в обращении с людьми! Секрет заключается в умение искренне ценить людей! Однажды его партнер по бизнесу, Эдвард Бедфорд, допустил ошибку, стоившей компании одного миллиона долларов, вследствие неудачного приобретения. Рокфеллер мог бы позволить себе его покритиковать, но он знал, что

Бедфорд старался сделать, как можно лучше. На этом инцидент был исчерпан. Однако Рокфеллер нашел повод для похвалы. Он поздравил Бедфорда с тем, что ему удалось спасти 60% вложенного капитала.

История представляет нам множество забавных примеров, как известные люди стремились «обозначить свою значимость».

Екатерина II, например, не желала вскрывать писем, которые не адресовались ей, как «Её императорскому величеству». Даже величайший из великих, Шекспир, пытался придать блеск своему имени путем приобретения герба для своего рода.

Некоторые авторитетные специалисты утверждают, что люди могут действительно сойти с ума, в надежде обрести сознание значимости в мире собственных грез и фантазий, так как были лишены этого в суровом реальном мире.

Итак, если некоторые люди на столько жаждут удовлетворить подобное сознание, что сходят с ума, то представьте себе, каких удивительных результатов мы можем достичь, давая им подлинное, признание их достоинств?

Я призываю Вас быть «чистосердечным в своей оценке и щедрым на похвалу!» Я призываю Вас отказаться от «дешевой похвалы» - не стоит прибегать к лести. Лесть подобна фальшивым деньгам, которые при попытке их сбыть доведут Вас до беды.

Признавайте достоинства других людей в Ваших рекламных текстах, в сообщениях на форуме и предложениях о сотрудничестве.

Подумайте, какими положительными качествами может обладать Ваш клиент, подписчик или партнер. Признайте в нем его достоинства – будьте «чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу»!

Забудьте о лести и искренне выскажете свое одобрение тогда люди будут хранить в памяти Ваши слова, дорожить Вашим мнением и покупать только Ваши товары!

Дюйм титана в защиту идеи

После прочтения статьи небезызвестного RuNet предпринимателя Ушанова Азамата я подумал написать, как раз об «альтернативном варианте» мариновке идей!

Итак, здесь и сейчас Смирнов расскажет Вам, как сохранять внезапные советы и пожелания таинственного внутреннего голоса, дабы в будущем извлечь пользу от их реализации - стать лучше или стать статью лучшего.

Мы – это они...

Идея – плод трех основополагающих: разум, воображение, подсознание. Отличается от потока мыслей уникальностью и возможной пользой для автора идеи. По сути, явление не предсказуемое, но определяемое на месте. Ведь подумав о результате реализации действия, Вы вешаете ярлык, исходя из личных соображений – плохая идея, хорошая идея.

Реально гениальные идеи посещают нашу светлую голову внезапно, ярко выделяясь из хаотичного потока мыслей.

Вспомните Ньютона, обиженного «притянутым» землей яблоком. Стивен Спилберг пишет сюжеты, не прерываясь, сутки, и как сам заявляет, стоит лишь заставить работать идею на свое воображение.

Мы с Вами не физики и сценарии к кинокартинам не пишем, однако! Мы делаем бизнес в INTERNET, влияя в меньшей или большей степени на его развитие. Пусть Ваш знакомый думает о машинах, его девушка занимается дайвингом, а владелец «Porsche Cayenne», что Вы видели в прошлом, умеет «решать проблемы» с должниками. Да, это их мир, но желание иметь собственный высокодоходный бизнес в INTERNET часть Вашего, где время оживляет одни идеи и убивает другие мгновенно.!

Каждая(!) более-менее светлая идея должна работать, принося пользу окружающим и Вам в частности. Заставьте работать каждую идею! Не игнорируйте свой внутренний голос! Кто лучше сделает Вас, чем Вы сами?

Недра

Внутренний голос – неуловимая инстанция неопределенных возможностей. Подсознание не волнует, где Вы сейчас находитесь, ему безразлично степень важности настоящих занятий. Голос есть и говорит, когда наступает определенное время. Следовать подсказкам или игнорировать их дело каждого, так же, как двигаться вперед, стоять на месте или падать очень быстро.

Неопределенность времени подсказок внутреннего голоса и есть первый барьер на пути к следованию этим подсказкам. Не сохранив интересную мысль, Вы терпите поражение еще до плана «военных действий» за существование идеи в реальности.

Гениальные идеи подобны снам. Проснувшись, пересказ более чем детальный, спустя всего несколько минут целостность теряется либо исчезает вовсе.

Будьте готовы выслушать шептания внутреннего голоса и сохранить информацию на бумаге, диктофоне, текстовом файле, где угодно, главное сохраните её в первозданном виде. Время на работу будет, если будет над, чем работать! Однажды сохраненная и реализованная в будущем идея, способна принести её создателю много пользы.

Я советую хранить идеи именно на бумаге, ибо так правильно! Заведите себе отдельный «кладёзь идей» или выделите особое место в рабочей тетради.

Составьте маркированный список компонент реализации идеи, например, как делаю я:

1. Организация бизнеса на аукционе ebay :

Сложность – умеренно

Организация – сам/партнер

Компетентность – любитель

Перспективность – долгосрочная

Приоритет на сегодня – средний

2. Написание статьи «Минуса плюс Ваших аудио-сообщений»

Сложность – легко

Организация – сам

Компетентность – профи

Перспективность(польза) – среднесрочная

Приоритет – высокий

3. Создание программы «Конструктор зданий»

Сложность – очень сложно

Организация – только не я

Компетентность – мохнатый ламер

Перспективность– среднесрочная

Приоритет - низкий

В поисках колодца

Как хищник выявляет звук движение своей добычи из полигамности музыки леса, так и Вы сумеете услышать требовательные голоса заинтересованной аудитории E-commerce .

Проблемы бизнес сообщества RuNet – Ваши идеи создания продукта! Спрос рождает предложение, а не наоборот!

Особенности записи опыта в аудио-формате

Великие возможности, видя умом, а не глазами.

Роберт Киосаки

Собственно, какое право я имею писать настоящую статью и учить Вас особенностям записи аудио-файлов? Почему об этом еще не написал Петрович или его коллега Федот?

Ответ на этот вопрос закономерен, как круговорот в природе – я преуспел в этом более других и что самое приятное для Вас, у меня есть непреодолимое желание разрешить вопросы и сгладить камни, которые Вас ожидают на пути записи аудио- интервью с профессионалами своего дела!

Все началось с невинной прозы в стихах, когда я еще не имел модема и представления о e-commerce . Я показал текст другу, и он высказал предположение, что из этого может получиться отличная рэп-композиция. Так я началось мое увлечение поэзией 21 века, записи, выступления, музыка и особенности её создания.

Сейчас я отошел от этого, но все же написание текстов и создание музыкального сопровождения к ним остается моим хобби. Как ни странно я неосознанно переношу это в INTERNET -бизнес. Меня увлекает заниматься созданием аудиозаписей! Уверен, что усвоение материала в формате mp 3, куда более удобней и продуктивней e - book , особенно если к записи прилагается текстовая транскрипция.

Давайте рассмотрим основные преимущества и недостатки обучающих аудио-файлов! Преимущества я вижу в следующем:

Искренность и откровенность изложения

Вы можете проснуться рано утром в бодром состоянии духа, зажать микрофон в руке и говорить, все то, что хотите сказать – откровенно, искренне, без фальши и шаблонности изложения. У Вас попросту не будет времени продумывать каждую свою фразу - Вы подобны оратору.

Главное в этом отношении выбрать верный стиль и тон изложения. Как Вы общаетесь с друзьями, так и говорите подписчикам, клиентам или респонденту в зависимости от направленности записи.

Спонтанность записи

Как я уже отметил в предыдущем пункте – место записи не имеет значение. Ключевым моментом в этом отношении является Ваш настрой! Если Вы имеете, диктофон, запись может состояться, где угодно Вашему внутреннему состоянию.

Удобное изучение материала

Представьте, Вы приобрели e - book ... Отправили письмо автору и получили активационный пароль, после обнаруживаете отсутствие возможности распечатки!

С аудиозаписями все гораздо приятнее! После основного прослушивания Вы можете включить запись и заниматься своими делами, подсознательно воспринимая материал; остановить запись в любой момент для конспектирования материала; закачать файл в mp 3-плеер и обучаться по пути на работу, например.

Экономия времени

Представьте сколько времени начинающий публицист тратит на написание электронной книги! Выдержать стиль, не допустить грамматических и орфографических ошибок, достойно оформить.

В случае создания аудиозаписи Вам понадобится несколько часов.

Ценность

Аудиоматериалы воспринимаются с гораздо большей ценностью, чем текстовые.

Однако ничего не бывает идеального и сейчас я опишу основные недостатки в использовании аудиоматериалов:

Вес

Мр 3-файл весит больше электронной книги или отчета в формате pdf . В общем, если Ваш несколько часовой аудио-продукт, весит около 50 метров, имеет смысл представить его на CD.

Обработка аудио-файлов

Требует специального программного обеспечения и навыков в работе с ним. В основном это граберы – программы для конвертации аудио-файлов, так же, если Вы задумали наложить музыкальное сопровождение Вам понадобятся комплексные программные решения на подобие eJay .

В общем, чтобы записать только свой голос на компьютер достаточно микрофона и простой программы записи в mp 3 – [http:// www.e-youcan.biz/free/record.zip](http://www.e-youcan.biz/free/record.zip)

Создание аудио-товара или бонуса увлекательный процесс! Лично я перед тем, как создавать что-то новое в mp 3 формате готовлю подробный конспект и рассказываю людям, что должен опираться на него.

В процессе бывают небольшие запинки, оговорки, проблемы с дикцией. Этого следует избегать, но не старайтесь писать идеальное аудио, то есть будьте живым человеком, а не скучным преподавателем физики. Покажите людям свою индивидуальность – шутите, приводите сравнительные примеры, используйте метафоры и афоризмы.

В общем, в аудио Вы такой, как в жизни – самодостаточный остроумный человек!

Приступайте к записи только в позитивном настрое. Желательно в начале дня, когда Вы полны сил и решимости, говорите так, чтобы люди почувствовали Вашу положительную энергетику, прониклись доверием и симпатией.

Вам интересно, как аудио эффективно применяется в построении моего бренда? Рад представить раздел моего тематического центра E - YOUCAN.COM – «Аудио-материалы »

В следующей статье я опишу, как эффективно использовать музыкальное сопровождение Вашего аудио-шедевра!

Если Вы, дорогой друг, желаете получать информацию на рабочий стол, которую я трепетно и с великой избранностью готовлю, каждый месяц для своей аудитории предлагаю - Вам подписаться на мою бесплатную рассылку « Бизнес в INTERNET всерьез и надолго »

ДОПОЛНЕНИЕ

Создатели Apple – фанатик и мечтатель

"В основе большого творения или любых из земных благ лежит идея или мечта"

Наполеон Хилл Хомстэд

Стивен Джобс и Стив Возняк не верили своим глазам. На обложке журнала Popular Electronics красовалась цветная фотография первого в мире микрокомпьютера Altair 8800.

До этого иметь вычислительные машины с их многомиллионной стоимостью могли себе позволить только большие административные центры, университеты или крупные предприятия. К этим машинам имели доступ инженеры только со специальным допуском. Но это оставалось не так долго.

Двое молодых людей, недавно закончившие школу, заморожено смотрели на цветное фото Altair'a. Прочитав статью несколько раз, пришли к важному решению - они сконструируют компьютер, который будет не только красивее и лучше, но и проще в обращении.

По вечерам Возняк начал работать в гараже Джобса над созданием, как он говорил, "личного компьютера для собственных целей".

Фанат техники и большой мечтатель

Одержимость Возняка к техническим новшествам, касающихся вычислительных машин, не знала предела. Он изучил всю имеющуюся литературу по электронной технике и мечтал сконструировать персональную вычислительную машину, позже ее назовут ПК (персональный компьютер), для домашнего развлечения и демонстрации его перед друзьями.

Однако Джобс смотрел шире на возможность использования ПК. Помимо развлечения он увидел в нем бизнес. Мечтал пустить в продажу первые компактные вычислительные машины с монитором и клавиатурой. Надеялся, что сможет реализовать по тысяче штук в месяц.

С появлением на рынке в 1978 году Apple II успех был однозначным. Два молодых конструктора начали путь к своим миллионам. И когда Джобс убедился, что продавать тысячу компьютеров в месяц не сложно, он понял, что задачи надо ставить перед собой смелее. (Хотя в 1978 году, когда фактически промышленности по производству компьютеров еще не существовало, планировать продажу тысячу машин в месяц было отчаянным поступком). Позже Джобс перестал мелкими и осторожными шагами идти к своей цели. Он начал мечтать о том, чтобы обеспечить персональными компьютерами каждый письменный стол, каждую квартиру, каждую школу, каждый офис во всем мире. Это звучало!

Кто мог в 1978 году мечтать о таких планах, когда в мире было больше огромных, громоздких, стоимостью в миллионы долларов вычислительных машин, чем персональных компьютеров.

Нужно признать, что мечты Джобса были, не так уж далеки от реальности. И не исключено, что он увидит осуществление своей невероятной мечты.

На сегодняшний день в эксплуатации находятся 330 миллионов персональных компьютеров. По прогнозам специалистов за 10 лет это число увеличится в десятки раз, - заявляет журнал Technology Investing . Кто мог предвидеть, что за два десятилетия персональные компьютеры преобразуют мировую экономику.

Ошеломляюще, что это началось с мечты продать одну тысячу ПК в месяц.

Смелые мечты приносят высокие результаты

Что было бы, если бы Джобс в 1977 году вместо своих коммерческих представлений принял бы скромные мечты Возняка, по которым изготовление компьютера служило бы только для своего развлечения и предметом хвастовства перед друзьями. На сегодняшнем ли уровне развития находилась бы компьютерная промышленность? Нет, конечно! Но, поскольку у Джобса было представление о будущем, и, не боясь смелых мечтаний, он добился выдающихся результатов, вследствие чего миллионы людей во всем мире смогли занять компьютеры по сравнительно не высоким ценам.

Его смелая мечта способствовала не только созданию новой отрасли промышленности, но и ввела радикальные изменения в формы и методы работы мировой экономики. На этом примере мы можем убедиться в том, что смелые мечтания приносят выдающиеся результаты. Скромные мечты - скромные итоги.

Наполеон Хилл, автор книги "Думай и богатей", чудесной метафорой определяет важность мечты в нашей жизни: "Мечта - это проект наших конечных свершений".

Правда, фантастически точно передана суть. Если вдуматься, мы действительно строители своего собственного будущего. Нам снятся его проекции, чертежи, планы... после чего приступаем к реализации, к осуществлению этих мечтаний. Каковы эти мечты - таковы и результаты.

Каковы наши мечты?

Какие же, действительно, наши мечтания? Стремимся ли мы к большим свершениям, как Джобс? Или довольствуемся скромными представлениями, как Возняк? Мечтаем ли мы достичь серьезных результатов для своего удовлетворения, или ограничиваемся скромными сновидениями? Хотим ли шикарный особняк или останемся жить в многоэтажке?

Мечтаем ли об учебе своих детей в престижном университете или будем довольствоваться местным институтом, успокаивая себя близостью детей к родным пенатам? Хотим владеть крупным предприятием, или устроит нас быть подчиненным в какой- то фирме, где труд - наш, а высокая зарплата и слава - удел босса?

Есть ли среди нас, кто лелеет мечту достичь высот успеха? Если есть, то это исключительный случай. Из своего опыта могу вас заверить, что большинство людей удовлетворены скромными сновидениями с малой сметной стоимостью. Почему? Да потому, что большинство живет в обратном порядке: их мечты определяются величиной их дохода в то время, когда правильнее ставить высокие задачи, которые со временем и определяют их доходы

Если больше людей были бы охвачены более высокими мечтами, они искали бы возможности расширить рамки своей материальной базы, вместо того, чтобы урезать свои

доходы, ставить в узкие рамки свои способности, старания, свой талант, свое самовыражение возможность состояться.

Элеонора Рузвельт красиво сказала: "Будущее за теми, кто верит в красоту мечтаний".

Взываю всех к смелым мечтаниям. Откроем свой ум перед информацией на следующих страницах. Давайте выбирать из пут старых представлений и поверим в красоту мечтаний.

Верующему в это, принадлежит будущее!

Барк Хэдджс - www.dream-biz.com

Перевод на русский язык - Евгений Смирнов - www.e-youcan.com

О мечтах, которые приносят результат подробнее в моем бесплатном аудио-уроке «Код желаний – метод Визуализация »

- Что именно следует представлять в своем воображении?
- Какую роль это может сыграть в Вашей жизни?
- Что именно необходимо представляет
- Главный принцип визуализации!
- Успешный INTERNET-маркетолог Ричард Брук о людских желаниях
- Сценарий лучшего дня и как его следует писать?
- Люди достойные Ваших стремлений!
- Как лично я, Евгений Смирнов, применяю метод Визуализации в своей жизни?
- Магия портретов и её влияния!

Аудиозапись посвящена психотехническому методу достижения поставленных целей. Визуализация - это сознательное программирование собственного сознания на достижение желаемого будущего, путем его мысленного представления.

«Код желаний – метод Визуализация» - <http://www.e-youcan.com/audio.shtml>

**Хотите еще более 9 Аудио-записей
Совершенно Бесплатно?**

www.e-youcan.com/audio.shtml

**А Как на счет Электронных книг по
Личностному росту, Копирайтингу,
Маркетингу и так далее?**

www.e-youcan.com/freebook.shtml

**Более того... Это еще не Все! =)
Дистанционные e-mail-курсы:**

**1. ТОЭ - секретная формула проведения
маркетингового исследования в INTERNET за 6 дней!**

www.toe.e-youcan.com

2. Я знаю, где Ваши 15 минут славы!

www.15minutes.e-youcan.com