

Как выстроить очередь из подписчиков?

**10 неочевидных секретов создания
ажиотажных подписных курсов!**



МИНИ-ОТЧЕТ = МАКСИ-РЕЗУЛЬТАТ

Как выстроить очередь из подписчиков?

**10 неочевидных секретов создания
ажиотажных подписных курсов!**

Мини-отчет = Макси-результат!

Здравствуйте, уважаемый читатель!

Этот короткий отчет расскажет Вам о том, как создавать такие бесплатные курсы/книги и другие материалы, которые Вы отдаете за подписку, чтобы за ними выстраивалась самая настоящая ажиотажная очередь!

Прочтите его за 10 минут до самого конца, и Вы будете обладать невероятным преимуществом перед Вашими конкурентами. А если еще и примените полученные фишки, то станете однозначным лидером в Вашей теме.

Пару слов о себе, ну чтобы, как говорится, *“растопить лед недоверия”*) и Вы смогли бы виртуально представить, как будто я Вам рассказываю прямо вот так, лично, тет-а-тет.

Меня зовут Константин Волков и это мои фотки)



И еще пару слов.

В интернете (да вообще, по жизни...) занимаюсь своим любимым делом – помогаю людям выбраться из “..опы” серых будней, недовольства своей жизнью и вечных крысиных бегов за деньгами. Веду проекты в темах личностного роста и саморазвития, интернет-маркетинга, онлайн-инвестиций ну и еще нескольких. Инфобизнес стал для меня стилем жизни)

Веду здоровый образ жизни и это не просто слова, а принципиальная позиция, поэтому категорически не употребляю алкоголь, табак и прочие наркотики – заменители & иллюзии жизни.

В общем, живу в постоянном развитии и движении, чего и Вам искренне желаю. Довольно обо мне, пора к теме.

Как же создать ажиотажный курс, чтобы выстроить очередь из подписчиков?

СЕКРЕТ #1. ВОЛНА



Быть «на волне» тех тенденций, направлений, трендов, что происходят сейчас в Вашей нише – это первый секрет создания ажиотажного курса.

Рунет сейчас развивается семимильными шагами, и поймать новинку, почувствовать ее и быть в числе первых – это важная задача любого нормального инфобизнесмена. И это дает Вам фору перед остальными. Пока все пережевывают старое, Вы уже, что называется, на пике моды, и хватате славу)

Да! В инфобизнесе все так же, как и в оффлайне! Он тоже подвержен веяниям новых фишек. Если Вы будете держать руку на пульсе, то Вы сумеете опережать конкурентов и быть на высоте.

Всегда находитесь, что называется "в теме", в гуще событий. Наблюдайте за новыми тенденциями, своевременно хватайте их и используйте.

ЗАДАНИЕ.

Проанализируйте Ваш материал на предмет соответствия с современными направлениями в Вашей нише. Если таковых на данный момент нет, найдите «новинку» и включите в материал. Обозначьте это на подписной странице и/или в названии/описании.



ХЭПС – Хочу Это Прямо Сейчас!

Когда Вы создаете свой курс или пишете отчет/книгу, Вы должны ВСЕГДА исходить из того, что **ХОЧЕТ** Ваш потенциальный клиент. Обратите внимание, не ЧТО НУЖНО, а именно **ЧТО ХОЧЕТ!** Это очень важно понять.

Чем отличается “хочу” от “нужно”?

НУЖНО – это холодная техника, механика, а ХОЧУ – это горячая ЭМОЦИЯ! Эмоция всегда побеждает разум (ну, почти всегда))).

Вы замечали, что в любой медийной рекламе **ВСЕГДА обращаются к эмоциям и ощущениям**, а не к процессу или техническим деталям? Даже если описывают технические детали, то их обязательно привязывают к эмоции. Радость, удовольствие, наслаждение, комфорт, здоровье, победы, счастье... и т.д. Т.е., как говорится, *давят на чувства*. И это неспроста!

Рекламщики-маркетологи не дураки, они прекрасно знают, что без эмоционального окрашивания, товар или услугу им не продать. На этикетках, баннерах, TV-рекламе – сплошные счастливые довольные лица. Наверное, у всех у нас всё зашибись! ;)

Не-не, я не против! Лучше улыбающиеся лица, чем бухие рожи.

Так вот. Надеюсь, Вы уловили разницу и сейчас понимаете, о чем я.

Еще раз. Забудьте о том, что НУЖНО Вашему клиенту, сконцентрируйтесь на главном, на **“ХОЧУ”** клиента!

И я попрошу вас не путать ситуации. Когда вопрос стоит о жизненно необходимых вещах, например, какие-то лекарства, здесь это правило не применимо. Давайте подходить к теме со здоровым умом. Мы все-таки об инфобизнесе, где царица продаж – ЭМОЦИЯ!

Еще один момент. Человек, который ХОЧЕТ, активно ищет возможности удовлетворения своей хотелки. Человек, которому просто НУЖНО, ищет вяло, от случая к случаю.

Поэтому, наша задача, либо искать тех, кто уже ХОЧЕТ, либо переводить человека из стадии НУЖНО в ХОЧУ. А можно делать и то и другое одновременно)

Пример.

“Вы научитесь делать сайты и будете на них зарабатывать”

и

“Вы научить делать аппетитные сайты, которые уже через месяц обеспечат Вашу семью постоянным доходом, а Ваши друзья будут с завистью поглядывать на Вас...”

В каком из этих двух примеров Вы разбудите ЭМОЦИЮ?

Несмотря на то, что это всего лишь заголовок и, вроде бы к ажиотажному курсу не имеет прямого отношения... Тем не менее, при создании Ваших будущих материалов Вам нужно непременно ориентироваться на этот заголовок, всегда держать его в голове, чтобы и курс получился таким же эмоционально заряженным!

Обратитесь к чувствам и эмоциям и увидите, как это классно работает!

ЗАДАНИЕ.

Прочтите, просмотрите свою подписную страницу. Обратите внимание, возникают ли у Вас эмоции при прочтении? К каким эмоциям Вы обращаетесь? Или Ваш текст сух, холоден и больше похож на техническую документацию? Тогда, срочно ПЕРЕДЕЛЫВАТЬ!

СЕКРЕТ #3 ФИШКА



Фишка – некая особенность, изюминка, то, что выделяет Ваш материал среди других в Вашей теме. Фишка всегда привлекает внимание посетителей. Информации очень много и Ваша задача – выделиться, зацепить внимание, заинтересовать.

Что может стать такой фишкой?

Что-то, чего нет у большинства других. Бесплатная консультация, ответы на вопросы, интеллект-карта, чек-лист. Классно работает добавление формата, который не использовался в основном курсе - аудио/видео/текстовая версия. Мультимедийность расширяет аудиторию + восприятие информации.

Фишкой может быть, например, количество отзывов или количество уже изучивших курс людей. Но если у Вас пока всего 12,5 подписчиков, естественно не стоит об этом заявлять на публику))) Речь идет о уже значимых цифрах.

ЗАДАНИЕ.

Найдите фишку и обозначьте ее на Вашей подписной странице.

СЕКРЕТ #4. РЕЗУЛЬТАТЫ и ВЫГОДЫ



Поменяйте вектор Ваших материалов и подписной страницы с процесса на конечный результат и получите очередь из клиентов.

Друзья! Сколько раз я это видел...

На подписных страницах вместо списка выгод и результатов, которые получит подписчик – пустое процессное описание. Так и хочется закричать: *«Елки-палки, да мне пофигу что там внутри и какие у Вас классные материалы! Покажите мне, **ЧТО конкретно я получу В ИТОГЕ?! КАКОЙ результат** я буду иметь? Какие преимущества мне это даст? **КАКИЕ ВЫГОДЫ?**»*

Нарисуйте в глазах потенциального подписчика его будущие **результаты и выгоды**, которые он **ХОЧЕТ** получить уже очень давно! И Вы увидите, какие результаты это принесет Вам.

ЗАДАНИЕ.

Просмотрите Ваш маркированный список на подписной странице. Убедитесь, что он соответствует выгодам и результатам. Вы можете прочитать каждый маркер и задать вопрос: **«А какую выгоду и/или результат это даст Вашему клиенту?»** И перестройте фразы/предложения так, чтобы они отвечали на этот вопрос.

СЕКРЕТ #5. ОБЛОЖКА

Виртуальное 3D-изображение Вашего продукта имеет оро-о-омное значение. Однако, очень многие этот элемент сильно недооценивают, и напрасно.

Как говорится, "встречают по одежке". Это так. Чтобы не быть голо- и много-словным, лучше покажу Вам пример, сами все поймете...



Чтобы никого не обижать, показал свои обложки, а не чужие. Первая сделана в далеком динозаврском... когда я еще только начинал. Согласитесь, она вызывает куда меньше эмоций. Вернее, вызывает, но скорее отрицательные)) И уж точно, не совсем соответствует названию.., блин, **вообще не соответствует...**

Кстати, я до сих пор встречаю обложки еще более худшего представления. В наше то время... стыдно, друзья.

А вот вторая обложка ассоциируется с чем-то легким и нежным, она вызывает очень теплые чувства и, возможно у кого-то, ностальгию. В любом случае – это приятное изображение, не так ли?

В высоком разрешении (большое изображение) обложка выглядит потрясающе

При создании своего ажиотажного курса ориентируйтесь на ассоциации с названием, а лучше, результатом. Эту тему можно хорошо развернуть, но в задачи данного мини-отчета это не входит. Главное – натолкнуть Вас на мысли, показать верное направление.

Однако, не переусердствуйте с ассоциациями. Лучше, чтобы они были очевидными и понятными большинству людей, а не только Вам)))

СЕКРЕТ #6. НАЗВАНИЕ ПРОДУКТА



Название Вашего продукта (курса, книги...) должно отражать конечную цель, которую преследует Ваш материал. Т.е., ЧТО в итоге должно получиться у клиента? Кем он станет или что у него поменяется?

Когда посетитель читает название, он должен сразу понимать, к чему он придет, видеть конечный результат применения Вашего материала. По длине названия – длина может быть разной.

Если название короткое и емкое, то можно добавить небольшое описание, добавляющее ясность и подробности в тему. Если название длинное, то описание можно и не писать, т.к. уже в самом названии уже все подробно сказано.

ЗАДАНИЕ.

Проанализируйте название Вашего продукта. Отвечает ли оно конечному результату? Если нет, измените.

СЕКРЕТ #7. ЗАГОЛОВОК СТРАНИЦЫ



Заголовок – это то, что читает посетитель в-первую очередь после общего беглого осмотра всей страницы. Поэтому крайне необходимо уделить заголовку особое внимание!

Задача заголовка – оставить посетителя на странице и заинтересовать его читать дальше. Заголовок должен быть четким, конкретным и понятным, обозначающим одну проблему. Не надо пихать в заголовок всё, что Вам хочется выдать.

Я часто вижу такие заголовки, куда собран целый винегрет всего-всего, или заголовок настолько размазан, что вообще не понятно, о чем это... И не надо **«иметь ввиду»**, надо написать об этом. Ведь не все экстрасенсы, правда?)

Наилучшее решение для заголовка – показать вопрос, наиболее сильно волнующий посетителя. Форма может быть любой – вопросительная или утвердительная, но всегда интригующая. Чтобы у человека возникало желание смотреть/читать дальше.

Еще один момент заголовка – конкретность. Если Вы указываете точные цифры (желательно **не** круглые), у посетителя это вызывает большее доверие, т.к. результат конкретный, измеримый и уже полученный. Но это, конечно же, не обязательно и зависит от материала.

А вообще, лучше составлять разные заголовки на разные целевые группы и **ТЕСТИРОВАТЬ**, какой работает эффективнее.

ЗАДАНИЕ.

Просмотреть заголовок, составить его конкретным, решающим одну задачу, интригующим, побуждающим к дальнейшему чтению. Сделать несколько заголовков и тестировать.

СЕКРЕТ #8. ОФОРМЛЕНИЕ СТРАНИЦЫ



Это самое первое, что видит посетитель, зайдя на Вашу страницу – ее оформление. Многие сильно недооценивают этот элемент и делают всё, как попало: белая страница, неказистые красные заголовки, шрифт Times New Roman, допотопная форма подписки и т.д.

НЕ прокатывает уже это! Людям приелись и осточертели страницы уровня детского сада. Ну почему крупные компании уделяют визуальному представлению столько много внимания и денег? Ведь не просто так, как Вы считаете?

Тогда что Вам мешает иметь нормальную стильную красивую страницу, чтобы достойно, со всем гостеприимством встретить желанного гостя? Вам что, плевать на него? Ну, так и он будет к вам относиться точно так же!

По моему глубокому убеждению, люди, встречающие своих гостей, то бишь, будущих потенциальных клиентов на страницах, сделанных лишь бы, лишь бы, криво-косо, не уважают ни себя, ни, собственно, самих посетителей!

Да Вы сами подумайте, в каком магазине Вы будете покупать один и тот же товар по одинаковой цене? В затхлом подвальном, где на Вас сыпется штукатурка, а прилавок сооружен из старого стола времен Вашей прабабушки... или в нормальном, современном, в приятной обстановке с улыбающейся продавщицей?

Все тянутся к лучшему, это в подсознании. Тем более, когда **выбор ЕСТЬ!** Поэтому давайте относиться к своим клиентам с уважением и встречать их на хороших красивых страницах.

Да и потом. Отношение к материалам автора складывается еще на этапе знакомства с сайтом. Какой сайт – такой и материал. Естественно, далеко не всегда это так, но у посетителя с большой вероятностью может формироваться именно такое впечатление. Особенно, если автор не известен широко.

Вот потом бегай, доказывай, что у тебя классный курс, просто сайт страшный)

ЗАДАНИЕ.

Посмотрите на свою подписную страницу. Вызывает ли она у вас ощущение целостности? Приятно ли на нее смотреть? “Замылился” глаз? Попросите знакомых оценить ваш сайт. Пусть обратят внимание именно на первое впечатление.

Если что-то не так, переделывайте. Сейчас есть и сервисы и нормальные шаблоны страниц захвата. Так что, с этим проблем нет.

СЕКРЕТ #9. КАЧЕСТВО



Несмотря на то, что качество вашего материала на этапе подписки человеку оценить невозможно, однако, если вы наплевательски относитесь к этому вопросу, то вокруг Вас постепенно будет складываться нехорошая карма.

Вы будете получать обратную связь, комментарии, отзывы и т.д. Дело в том, что люди так устроены – недовольный человек расскажет о вас гораздо большему числу своих друзей, нежели довольный. А это естественным образом будет влиять на ваш авторитет и число читателей/последователей.

ВСЕГДА и ВСЁ делайте КАЧЕСТВЕННО!

Пусть у Вас уйдет намного больше времени на создание контента, но, поверьте, это того стоит. Интернет-рынок, в том числе, инфобизнес, очень быстро развивается, появляется больше бизнесменов, компаний с крупными бюджетами и в этой связи – **КАЧЕСТВО** должно стать главным приоритетом в вашем деле.

Друзья! На самом деле, я встречал столько отвратительных материалов, которые и читать/смотреть не хочется. Единственное желание – закрыть, удалить и никогда больше не получать от этого автора ничего.

Приучите себя к качеству во всем!

ЗАДАНИЕ.

Обратите внимание на все мелочи в ваших материалах. Особенно важно – качество звука (если это видео- или аудиокурс). Звук должен быть четким, громким и понятным. Не записывайтесь, пережевывая пиццу...) Купите нормальный микрофон.

Проверьте свои текстовые записи на орфографические и пунктуационные ошибки. Грамотность – это мегаважнейший фактор! Я вообще сразу закрываю материал с ошибками, это ужасно.

Записывайте скринкасты в HD, не надо мельчить. Человек не должен вглядываться и рассматривать, что происходит на экране.

СЕКРЕТ #10. НАСТОЯЩЕСТЬ



Понятно, такого слова нет) Исходит оно из слова «**настоящий**». Будьте настоящим, будьте самими собой. Не надо никого изображать, парадировать – это в театр. Сейчас так много людей делают из себя этаких важных бизнес-персон, мол, вот я какой, посмотрите на меня, я крут, я успешен, я звезда...

Сами себя наделили важностью и сами же от этого прутся))) Паранойя?

Человеком надо оставаться. Нормальным обычным человеком, со всеми своими косяками, открытым и искренним. Когда вы не играете никого, а показываете себя настоящего, это чувствуют другие и это притягивает к вам таких же людей. А когда в вашем окружении такие же, как и вы сами, вам легче с ними общаться и взаимодействовать, в том числе, продавать)

Но здесь надо иметь ввиду, что если, к примеру, в реальной жизни вы материтесь “как сапожник”, то не надо транслировать это другим (хотя, на Западе, есть такой инфо-деятель, продающий на миллионы долларов и имеющий своих последователей).

Но я придерживаюсь общечеловеческих норм этики и морали. Тем более, к западной модели поведения у меня особое отношение... Опять же, включайте здравый ум, а ущербные и разрушающие привычки искореняйте.

ЗАДАНИЕ.

Будьте хорошим человеком и к вам потянутся!

Вот и все 10 секретов. Вы узнали о них за 10 минут и сейчас можете начать применять для построения своей **очереди из подписчиков**. Кстати сказать, используя эти секреты на одном из своих бесплатных курсов, я набрал около 12 тыс. новых подписчиков всего за пару недель. Неплохо? Действуйте!

Всё получится, я знаю!

Константин Волков

Хотите больше и бесплатно?



- ✔ **4 профессиональных шаблона страниц захвата**, которые будут конвертировать до **70%** посетителей в подписчиков без сна и отдыха + подробные видеоинструкции
- ✔ **10 заготовок для 3D** виртуальных обложек Ваших продуктов + видеоинструкции
- ✔ **Попап** - всплывающее окно на Ваши страницы для увеличения числа подписчиков + шаблон. **И многое другое для роста Вашей базы!**

ВНИМАНИЕ! Будьте осторожны. Более 300 восторженных отзывов!

ЗАБИРАЙТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС БЕСПЛАТНО! У Вас ровно 5 минут!

А хотите зарабатывать, просто раздавая этот бесплатный отчет в интернете?

100%-ая партнерка Константина Волкова



Зарегистрируйтесь в моей партнерской программе и получайте **все 100% комиссионных**. Подробности на странице: <http://effectpage.ru/partner.html>