

# Майкл Расмьюсен

## Высокоприбыльное разрастание контента



<http://www.berestneff.com>

Издательство Виртуального Колледжа  
электронной коммерции  
<http://www.berestneff.com>

## Содержание:

Получите Ваш подарок! .....	3
Вместо введения.....	4
Прием № 1 – Создание «дразнящего подарка» .....	7
Прием № 2 – Создание небольших докладов (электронных книг) для использования в предпродажной работе другими предпринимателями	8
Прием № 3 – Создание специальной версии коммерческих электронных книг для продажи через онлайн-аукционы .....	9
Прием № 4 – Разбивка существующих объемных публикаций на самостоятельные статьи .....	10
Прием № 5 – Трансформация Вашей электронной книги в сайт с бесплатной или платной подпиской .....	11
Прием № 6 – Создание вирусных электронных книг.....	12
Прием № 7 – Создание автоматической серии писем .....	13
Прием № 8 – Превращение Вашего контента в посты на форумах .....	13
Прием № 9 – Формирование коммерческого предложения с правами личной марки .....	14
Прием № 10 – Превращение Вашего контента в тематическое видео.	15
Вместо заключения.....	17
Вам еще один подарок!.....	18
Хотите заработать на бесплатной раздаче данной электронной книги? .....	19

## Получите Ваш подарок!

**Вам, как читателю данной электронной книги полагается специальный подарок-сюрприз – 59-минутная аудиозапись первого выпуска моего ток-шоу «Berestneff Live» под названием «Репликация контента».**

В рамках данной аудиозаписи я подробно рассказал о том, что такое репликация контента и как ее наилучшим образом использовать для разрастания Вашего бизнеса и многократного умножения Ваших доходов!

Плюс к этому в записи изложено большое количество приемов репликации, о которых не говорится в данном специальном докладе. Таким образом, эта аудиозапись послужит идеальным дополнением к настоящему докладу и позволит Вам извлечь из него максимальную пользу!



**Для того чтобы получить данную подарочную аудиозапись – просто...**

**==> Щелкните здесь! <==**

**Внимание!** При этом Вы должны быть подключены к Сети INTERNET!

Для Вашей пользы и прибыльности!

*Искренне Ваш,*

*Павел Берестнев,*

*Директор Виртуального Колледжа  
электронной коммерции.*

<http://www.berestneff-blog.ru>

## Вместо введения

Приветствую Вас, дорогой читатель!

Добро пожаловать на страницы моего очередного специального доклада, имеющего своей целью помочь Вам довести суммы извлекаемой Вами из собственного онлайн-бизнеса прибыли до максимальной отметки!

Сегодня мы с Вами поговорим о максимально-выгодном и эффективном использовании того контента, который на данный момент уже имеется в Вашем распоряжении. Иными словами, сегодняшний доклад посвящен такой мощной и эффективной сфере работы любого онлайн-предпринимателя, как высокоприбыльное разрастание (репликация) Вашего контента.

Будем реалистами: создание собственного авторского контента предполагает выполнение довольно большого количества не такой уж и легкой работы. Особенно это касается тех случаев, когда Вы своими силами готовите те или иные письменные материалы. Поэтому сегодня все большее и большее количество онлайн-бизнесменов начинают широко использовать труд наемных писателей – фрилансеров, ибо он относительно дешев и позволяет получить результат достаточно быстро, не прилагая к его достижению никаких собственных усилий.

Но вместе с тем, использование труда фрилансеров, как правило, проблемы не решает...

Почему? Ответ прост: основная масса того контента, который сегодня присутствует во Всемирной Паутине, характеризуется одним общим недостатком. Практически во всем этом контенте отсутствует самый важный компонент, который необходим нам для обеспечения желаемого успеха в онлайн-бизнесе.

Что это за компонент? Он Вам известен лучше, чем мне, и это...

## Ценность и качество!

Для того, чтобы принести Вам тот результат, которого Вы ожидаете, Ваш контент должен быть качественным и нести ценность и пользу тем людям, которые станут его изучать. В противном случае единственное, чего Вы добьетесь – полное разрушение собственной репутации и всего бизнеса в целом.

Ибо люди приходят в Сеть за ценной и полезной информацией, некачественный контент никому не нужен. И если в Вашем ассортименте будет присутствовать контент, не обладающий ценностью для читателя – Вы очень быстро сойдете со сцены.

Сегодня получили довольно широкое распространение различные компьютерные программы и скрипты для «генерации» контента. Знаете, что я Вам скажу по их поводу? Это – самое глупое изобретение за всю историю онлайн-бизнеса, хотя бы потому, что тот контент, который выходит «из-под пера» таких автоматов, абсолютно бесполезен для человека, который станет его читать.

Эти программы и скрипты просто-напросто «дергают» куски информации с различных ресурсов и перетасовывают их для того, чтобы сформировать наполнение для Web-страниц и других ресурсов, которое будет выглядеть «уникальным и ценным» для... поисковых систем!

Но вот для пользователей и посетителей подобная информация не представляет собой ровным счетом никакой ценности. Скажите мне: кто будет покупать Ваши информационные товары и платить Вам деньги? Посетители или роботы поисковых систем, которые индексируют Ваши страницы?

Ответ очевиден. Тогда с какой стати бизнесмены стремятся «заточить» собственный контент под поисковики, а не под людей, которые должны делать покупки?

Большую глупость поистине трудно придумать.

Конечно, различные умники в ответ на данные строки начнут орать, что если наши страницы не будут иметь высокий рейтинг в поисковых системах – у нас будут проблемы с трафиком и соответственно – с продажами. Вот что я Вам скажу: хорошо, с помощью такого бесцельного контента мы добились высоких рейтингов и обеспечили трафик с поисковых систем. А что же дальше? Посетители, пришедшие на наши страницы и обнаружившие, что у нас нет ничего, кроме пережеванной десятки раз отрывочной информации – станут ли они у нас что-то покупать?

Это путь в никуда.

И лучше всего по этому поводу выразился известный онлайн-бизнесмен Джейсон Поташ. Он сказал буквально следующее: «Гораздо лучше и прибыльнее писать собственные публикации так, чтобы они несли практическую пользу и ценность нашим читателям – и нет ничего страшного в том, что если при соблюдении этого требования пострадает поисковая оптимизация. Ибо алгоритмы работы поисковых систем постоянно меняются. То, что работает сегодня, может запросто перестать работать через неделю, а вот ценность для посетителя и читателя останется всегда на высоте».

Вам обязательно следует иметь в виду эту важную составляющую нашего успеха на протяжении чтения всего текста данного специального доклада. Описанные в нем приемы и методы работы являются мощными и эффективными, но лишь при одном условии – контент, к которому Вы станете их применять, обязательно должен быть качественным и нести Вашему посетителю, читателю и подписчику необходимую ценность.

Иначе вся Ваша работа окажется напрасной.

Бесполезная и набитая информационным мусором электронная «книга» останется бесполезной и никчемной в любом виде и формате – какой бы метод разрастания контента Вы к ней ни применили. Я очень рекомендую Вам твердо усвоить и раз навсегда уяснить эту важную мысль.

Кстати говоря... Если Вам посчастливится приобрести хорошую и качественную электронную книгу с правами личной марки (позволяющими Вам делать с ее содержанием что угодно), можете использовать данный специальный доклад в качестве путеводителя по ее репликации для того, чтобы обеспечить максимальную прибыль от использования содержащегося в ней контента.

Вообще, больше чем уверен, что Вы даже не представляете себе ту мощь и эффективность, которая откроется Вам и Вашему бизнесу, когда Вы научитесь использовать уже имеющийся в Вашем распоряжении контент многообразными способами. Превращение одной формы контента в другую открывает Вам поистине необъятные горизонты и может обеспечить просто экспоненциальный рост Ваших доходов.

Главное – творчески подойти к делу и не замыкаться в рамках «традиционных» подходов. Репликация (превращение имеющегося контента из одной формы в другую) – на самом деле уникальная и, пожалуй, одна из самых прибыльных форм развития Вашего онлайн-бизнеса!

Поэтому настоятельно рекомендую Вам периодически возвращаться к тексту настоящего доклада и перечитывать его – весьма вероятно, что в ходе каждого такого прочтения Вам будут открываться все новые и новые грани информационного наполнения Ваших ресурсов – и, причем, без необходимости производить на свет дополнительную информацию.

Вполне достаточно и той, которая уже имеется в Вашем распоряжении на данный момент времени.

Итак, все вводные обозначены и усвоены, и мы можем приступать к изучению приемов и методик высокоприбыльного разрастания контента для повышения эффективности и доходности нашего информационного онлайн-бизнеса.

Что ж, поехали...

## **Прием № 1 – Создание «дразнящего подарка»**

Прием создания «дразнящего подарка» из того контента, который уже имеется в Вашем распоряжении, является одной из моих любимых тактик в области e-mail-маркетинга. И Вы очень скоро поймете, почему.

Работает он следующим образом.

Предположим, что в Вашем товарном ассортименте имеется коммерческая электронная книга, к которой прилагаются, скажем, два доклада в качестве бонусов. И весь этот комплект Вы продаете на постоянной основе, допустим, за \$ 27.

Многие предприниматели время от времени делают своим подписчикам специальные предложения со скидками. В нашем случае мы можем выйти на свой подписной лист с временным предложением данного комплекта, допустим, в течение 7 дней по специальной цене в \$ 17 и весьма неплохо на этом заработать.

Но здесь есть одна весьма болезненная проблема...

**Как быть с теми нашими подписчиками, кто ранее приобрел этот комплект по полной цене?**

Как только они узнают о таком Вашем специальном предложении, в абсолютном большинстве случаев они почувствуют, что поторопились с покупательским решением и здорово переплатили в свое время за этот комплект. Думаю, последствия возникновения таких настроений в подписном листе мне объяснять не нужно – разочарование, негатив, минирование отношений с клиентами, плюс открытые проявления недовольства – вплоть до требований возврата денег...

И что самое прискорбное – в будущем все эти покупатели уже не будут так охотно оформлять заказы на другие Ваши товары, подозревая, что могут снова попасть в аналогичную ситуацию.

Что у нас получается?

С одной стороны, мы можем заработать на подобном ограниченном предложении весьма и весьма неплохо, но с другой – можем существенно навредить уже сформированной ранее клиентской базе. Ничего хорошего из подобной организации специального предложения, как правило, не получится.

Поэтому действовать в данном случае необходимо несколько по-иному.

Нам нужно воспользоваться приемом создания «дразнящего подарка».

Вместо того, чтобы предоставлять в течение ограниченного периода скидку на указанный товарный комплект, мы можем оставить цену прежней, а в течение, скажем, 7 дней предложить предоставление *дополнительного* подарка, который обладал бы в глазах наших подписчиков высокой воспринимаемой ценностью.



Проще говоря, цену мы не меняем, а вместо этого объявляем, что в течение 7 дней каждый покупатель данного комплекта получит дополнительный ценный бонус, который по завершению акции он нигде купить и найти не сможет. Вот такой весьма нехитрый, но очень действенный прием.

Вместо того, чтобы снижать цену, расстраивая при этом предыдущих покупателей и снижая собственную потенциальную прибыль, мы предлагаем *дополнительный подарок*. Подписчики, понимая его ценность и зная, что он предлагается в течение ограниченного времени, будут очень хорошо стимулироваться оформлять заказ как можно скорее. Этот прием работает просто восхитительно и, кстати говоря, гораздо эффективнее, чем использование скидок!

А что же предыдущие покупатели? Все очень просто: прежде чем объявлять о подобном специальном предложении своему подписному листу, Вы просто-напросто отправляете каждому из тех, кто ранее купил данный комплект, свой «дразнящий бонус» абсолютно бесплатно и с выражением благодарности за ранее совершенную покупку.

Таким образом, все оказываются в выигрыше – и предыдущие покупатели, и те, кто принимает ограниченное предложение, и, конечно же, мы сами! Подобная ситуация является типичным примером формирования клиентского восхищения, являющегося залогом успешности любого онлайн-бизнеса.

Заметьте – это только один из способов использования уже имеющегося у Вас контента, и даже один этот прием способен принести Вам огромные потоки дополнительной прибыли.

Но зачем им ограничиваться? Ведь существует и масса других, не менее эффективных и доходных!

Давайте рассмотрим следующий вариант прибыльного разрастания Вашего контента...

## **Прием № 2 – Создание небольших докладов (электронных книг) для использования в предпродажной работе другими предпринимателями**

Это один из самых простых способов помочь участникам Вашей партнерской программы обеспечить максимальное количество продаж и заработок максимальных комиссионных, а Вам, соответственно – максимальную прибыль от их работы.

Сегодня пользователи Сети скептичны как никогда. И на то есть веская причина: каждый продавец обещает им решение всех их проблем и обеспечение земного рая, но на практике, как правило, лишь единицы предоставляют своим покупателям на самом деле качественную информацию, которую они хотели бы видеть в обмен на свои деньги.

Что в итоге?



Скептицизм покупателей в онлайн растет не по дням, а по часам, ибо каждому из них хотя бы раз приходится сталкиваться не просто с предпринимательской недобросовестностью, но даже и с открытой ложью. Поэтому, если Вы хотите, чтобы Ваши партнеры успешно продвигали Ваши товары и услуги – Вам необходимо помогать им выполнять предпродажную работу с их подписными листами.

Это обязательное условие обеспечения обоюдного успеха!

Вот почему в последнее время все чаще и чаще многие предприниматели проводят бесплатные телесеминары и размещают из записи в свободном доступе. Дело не в том, что им просто в кайф повисеть часок-другой на телефоне с себе подобными, а как раз в том, что таким образом они стараются подогреть аудиторию, сблизиться с ней и обеспечить эффективную работу по предпродажам продвигаемых ими товаров и услуг.

Один из самых простых способов помочь собственным аффилиатам проводить эффективную предпродажную работу – предоставить в их распоряжение какую-либо полезную бесплатную электронную книгу (или специальный доклад) с внедренной партнерской ссылкой – для раздачи по их собственным подписным листам. Прочитав данную книгу, подписчики Ваших партнеров, если найдут предоставленную информацию полезной, с удовольствием купят и коммерческий товар.

Данный способ хорош в первую очередь тем, что его реализация в буквальном смысле слова ничего Вам не стоит. Точно так же она ничего не стоит и Вашим аффилиатам. А приносимые в итоге результаты частенько превосходят все ожидания.

На самом деле потрясающий способ!

### **Прием № 3 – Создание специальной версии коммерческих электронных книг для продажи через онлайн-аукционы**

Данный прием не является моей собственной разработкой. Он был, с позволения сказать, «изобретен» одним из моих партнеров, а в дальнейшем его взяли на вооружение и многие другие предприниматели. Он достаточно оригинален и эффективен, и Вам будет весьма полезно узнать о нем.

Появился он на свет следующим образом.

Мой друг и партнер по бизнесу продавал с собственного сайта одну электронную книгу по цене в \$ 24.95. Продажи шли весьма и весьма неплохо, но кто из предпринимателей откажется от дополнительных каналов сбыта? И мой друг решил попробовать продавать данную книгу еще и на сайте всемирного онлайн-аукциона eBay (<http://www.ebay.com>). Цену он поставил ту же самую - \$ 24.95, но знаете что? Показатели продаж на аукционе с самого начала прочно застыли на мертвой точке.

Абсолютное большинство бизнесменов, оказавшись в подобной ситуации, опустили бы руки и плюнули бы на эту «безнадежную затею». Но только не мой друг. Он решил воспользоваться несколько иным подходом к организации продаж.

Он модифицировал свою коммерческую электронную книгу, убрав из нее примерно половину информации и изготовив так называемую «облегченную (light) версию». Эту книгу он и стал продавать с сайта аукциона, поставив на нее цену в \$ 9.97.

И, знаете что? Продажи пошли весьма и весьма неплохо, причем постоянно возрастающими темпами.

Но в этой «облегченной версии» была заложена определенная маркетинговая тонкость. Последняя страница книги предлагала покупателю приобрести полную версию – за те же самые \$ 24.95. И что бы Вы думали? Более 90 % покупателей этой «облегченной» версии оформляли в дальнейшем заказ на покупку полного варианта книги!

Вот такая любопытная история.

Поэтому Вам следует подумать о возможностях применения данного метода в практике своей работы. Исполненное таким образом разрастание контента получается весьма и весьма прибыльным, и для того чтобы это понять, вовсе не обязательно быть доктором математических наук. ☺

## **Прием № 4 – Разбивка существующих объемных публикаций на самостоятельные статьи**

Не исключено, что Вы уже слышали об этом приеме работы, но я все же посоветовал бы Вам весьма внимательно прочесть данный пункт, ибо, как показывает практика, основное большинство вариантов исполнения данной методики претворяются в жизнь с ошибками, имеющими губительные последствия для Вашего бизнеса.

Так что слушайте внимательно.

Ненавижу говорить это, но приходится... **основное большинство онлайн-предпринимателей грамотными авторами назвать не получается.**

Хотя бы потому, что практически все их публикации переполнены многочисленными орфографическими, лексическими, грамматическими и смысловыми ошибками. Кстати говоря, себя любимого я вынужден также отнести к данной категории. Более того – чаще всего публикации не носят явно выраженного последовательного характера – излагаемая смысловая линия постоянно сбивается и уходит в сторону вместо того, чтобы литься стройным и последовательным потоком.

Из подобных публикаций, если они имеют довольно обширный объем, изготовить сколько-нибудь пригодные для самостоятельного использования отдельные статьи бывает, мягко говоря, затруднительно. А чаще всего и вообще невозможно.

Тем не менее, на практике ситуация обычно выглядит следующим образом. Предприниматель берет, скажем, электронную книгу собственного авторства, разбивает ее на составные куски и эти куски с гордостью начинает именовать статьями...

На самом деле это очень серьезная (и чаще всего – непростительная) ошибка!

Запомните, мой друг, если Вы решили создать серию полезных и качественных статей на основе уже имеющейся у Вас объемной публикации – придется немало поработать, возможно, даже и потратить на это определенные деньги. Я настоятельно рекомендую Вам воспользоваться услугами профессионального редактора (и очень советую не гнаться за дешевизной, прицениваясь к его услугам!).

Поручите доработку Ваших «информационных кусков» хорошему специалисту своего дела. Оно того стоит, так как изготовленные им из Вашего «сырья» публикации будут по достоинству оценены Вашими читателями, ибо, вне всякого сомнения, каждая из них будет представлять для Ваших потенциальных клиентов самостоятельную ценность в силу своей информативности и качества.

То, что надо, не так ли?

## **Прием № 5 – Трансформация Вашей электронной книги в сайт с бесплатной или платной подпиской**

Этот прием работы также потребует участия профессионального редактора. Действовать в данном случае необходимо следующим образом.

Вы собираете весь имеющийся у Вас контент и распределяете его по тематическим категориям, представляющим собой своеобразные массивы информации, объединенные тем или иным вопросом выбранной Вами темы. И доведение до ума каждого такого массива я вновь рекомендую Вам поручить специалисту – профессиональному редактору. Все Ваши затраты обязательно окупятся, если в итоге Вы сможете обеспечить своим подписчикам контент максимального качества и обладающий для них максимальной ценностью.

Вот как обычно это делаю я...

Я беру за основу какую-либо электронную книгу и собираю к ней дополнительный материал – весь, который мне удастся отыскать. Затем я попросту выполняю пересортировку и группирую материал по разделам, каждый из которых соответствует тому или иному пункту электронной книги.

Затем я создаю систему страниц внутри сайта, доступного только для подписчиков, у которых есть логин и пароль для доступа, и выстраиваю по данным страницам тематическую систему навигации.

К примеру, если я создаю сайт с бесплатной или платной подпиской на основе руководства по копирайтингу, такой сайт может включать в себя следующие тематические разделы:

- основы копирайтинга;
- какие книги нужно читать для совершенствования собственного мастерства и профессионального уровня;
- формирование собственного ударного файла и работа с ним;

- основные упражнения для развития копирайтерских навыков;
- разработка эффективных заголовков;
- разработка стрелочных списков выгод для Ваших продающих текстов;
- и так далее.

А затем я распределяю имеющийся у меня материал по данным разделам.

В дальнейшем, когда у нас появляются новые материалы по копирайтингу, мы просто добавляем их в соответствующий раздел. Это особенно важно, если Вы взимаете с подписчиков ежемесячную плату за доступ к материалам сайта – в этом случае Вы попросту обязаны постоянно работать над его наполнением, чтобы Ваши клиенты были довольны и счастливы и исправно оплачивали подписку.

## **Прием № 6 – Создание вирусных электронных книг**

Одно из направлений моей работы, выполнением которого я занимаюсь практически постоянно – формирование из уже имеющегося у меня контента вирусных электронных книг для обеспечения автоматического роста моих подписных листов.

И Вам я очень советую прилежно этим заниматься.

Ибо, если в Вашем распоряжении имеется хорошая порция на самом деле уникальной и качественной информации, которой Вы можете поделиться с аудиторией совершенно бесплатно – Вы без каких бы то ни было проблем сможете довольно быстро обеспечить существенные притоки нового целевого трафика на свои ресурсы.

Ключ к успеху здесь тот же самый, что и во всех остальных случаях, и я о нем уже упоминал. Это – **качество** контента. Если Ваша информация на самом деле представляет собой самостоятельную ценность и является уникальной – пользователи Сети будут распространять ее с огромным удовольствием. Но если Ваш контент слаб, блекл и никчем – они никогда не станут этим заниматься, что бы Вы ни обещали им взамен и как бы слезно ни просили об этом.

Кстати говоря... попросить Ваших читателей принять участие в распространении Ваших материалов является необходимой составляющей процесса. Сами по себе они вряд ли станут этим заниматься. Вам необходимо *попросить* их об этом – точно так же, как Вы призываете сделать заказ Вашего товара в своих продающих текстах.

Ибо факт остается фактом: если Вы не попросите своих посетителей, читателей и подписчиков дать ход Вашей информации – в девяти случаях из десяти они не станут делать этого самостоятельно.

## **Прием № 7 – Создание автоматической серии писем**

Данный прием является еще одной мощной методикой, способной существенно повысить прибыльность Вашего бизнеса. И здесь снова лучше всего привлечь к участию в формировании нового типа контента профессионального редактора. Ибо, если Вы сами не являетесь специалистом в данном вопросе, Ваши результаты могут получиться, мягко говоря, весьма скромными.

Лучше всего отыскать человека, специализирующегося на подготовке эффективных серий писем для автореспондеров, и поручить ему создать серию из 5 – 7 писем на основе, скажем, Вашей бесплатной электронной книги. Естественным, целью таких писем является использование их в целях информационного сопровождения потенциального клиента и неуклонного его приближения к покупательскому решению.

Как работают подобные автоматические серии писем?

Они подобны бесплатному пробнику того или иного блюда. Потенциальному клиенту допускается откусить и прожевать небольшой кусочек. Если вкус ему понравится, и он захочет получить целую тарелку – ничего не поделав, нужно будет оформлять заказ. Иными словами, в подобной серии писем Вы предоставляете подписчику пробную порцию информации, а за всеми подробностями адресуете его к коммерческому предложению.

Профессионал, которого Вы привлекаете для разработки серии писем информационного сопровождения, должен понимать, как все это работает. Он должен уметь разрабатывать подобные письма, которые будут в состоянии эффективно разбудить любопытство и желание в потенциальном клиенте и побудить его к немедленному действию. Все это очень важно, поэтому я очень не рекомендую Вам экономить на оплате услуг хорошего специалиста в данной области.

Ибо подобные затраты обязательно окупятся.

Конечно, Вы можете выполнить всю эту работу и самостоятельно, но... почему бы не посвятить Ваше время маркетингу собственного проекта, Ваших товаров и услуг, а разработку подобных материалов поручить профессионалу, который зарекомендовал себя как отличный специалист в данной области?

## **Прием № 8 – Превращение Вашего контента в посты на форумах**

Существует достаточно интересная методика популяризации Вашего личного бренда и Вашего проекта в процессе общения с представителями Вашей целевой аудитории в рамках избранной рыночной ниши.

Для того, чтобы взять его на вооружение, необходимо подготовить самостоятельные порции ценной информации по тому или иному вопросу – извлечения из уже имеющегося в Вашем распоряжении контента.

Самое главное – чтобы эти порции информации имели самостоятельную ценность и в сжатом виде (но с достаточной подробностью) излагали ответ на тот или иной вопрос Вашей специализации. И, естественно, чтобы они сами по себе были ценны и полезны для каждого, кто заинтересован в информации подобного типа.

Приведу пример для того, чтобы Вам стало предельно ясно, о чем идет речь.

Предположим, у Вас есть отличное руководство по копирайтингу Вашего собственного изготовления. И в этом пособии есть раздел «Самые важные уроки, которые необходимо усвоить для того, чтобы стать хорошим копирайтером». При таких вводных Вам будет целесообразно сделать следующее.

На любом тематическом форуме, где собираются предприниматели, интересующиеся вопросами копирайтинга (а еще лучше – сразу на нескольких форумах) Вы открываете топик со следующим вопросом: «Всем привет! Как по-Вашему, какие основные уроки должен усвоить каждый, кто серьезно собирается стать хорошим копирайтером?» Затем Вы предоставляете возможность высказаться всем участникам форума, а потом помещаете в топик извлечение из соответствующего раздела собственной книги.

Это очень эффективный и действенный прием. И что самое главное – он способствует обогащению содержания форума, наработке информации, которая будет весьма и весьма полезна каждому, кто заинтересован в подобных материалах. Таким образом, выполняется требование качества контента и соответственно – гарантируются отличные результаты Вашей работы.

## **Прием № 9 – Формирование коммерческого предложения с правами личной марки**

Это – отличный способ обеспечить себе новый поток прибыли путем некоторой «реформации и расширения» продаж какого-либо из уже существующих в Вашем ассортименте товаров. Если Вы уже продали достаточно большое количество копий какого-либо из своих информационных товаров и не делаете больших ставок на его дальнейшую монетизацию, сформируйте на его основе коммерческое предложение с правами личной марки и адресуйте его своей целевой аудитории.

Рассмотрим сказанное на конкретном примере.

Предположим, в Вашем ассортименте есть электронная книга, которая уже достаточно давно продается с Вашего сайта, скажем, по цене в \$ 27. Если Вы не делаете больших ставок на дальнейшие ее продажи, то помимо самой книги можете предложить отдельно приобрести на нее права личной марки за \$ 97. Если же Вы планируете продавать ее еще длительное время с тем же успехом – можете ограничить количество комплектов прав личной марки, но взимать за них гораздо большую цену.

Я знаю одного предпринимателя, который установил цену на права личной марки для его электронной книги в \$ 997 и достаточно успешно их распродал. Почему? Да просто потому, что он ограничил количество комплектов прав 20 копиями. И хочу обратить Ваше внимание: эта книга была посвящена нишевой теме, никоим образом не связанной с INTERNET-маркетингом и заработком в Сети.

Отыскать качественный контент с правами личной марки в большинстве рыночных ниш весьма проблематично, вот почему он ценится настолько высоко.

## **Прием № 10 – Превращение Вашего контента в тематическое видео**

Данная техника работы появилась в INTERNET относительно недавно, но уже довольно уверенно и быстро набирает обороты. Популярность ресурсов, осуществляющих обмен видеоматериалами (таких, как YouTube.Com и MySpace.Com) бешено возрастает с каждым днем. Прогнозы однозначны: она будет расти теми же и даже все более возрастающими темпами в течение еще довольно длительного времени...

И в этой тенденции таится огромное количество потрясающих возможностей для онлайн-предпринимателей – таких, как Вы и я. ☺

Существует большое количество видов тематического видео, в которые Вы можете обратить уже имеющийся в Вашем распоряжении контент. Давайте кратко коснемся наиболее популярных из них.

### **Видео, записанное с экрана монитора.**

Я обожаю изготавливать такие видеоматериалы, и делаю это с помощью двух достаточно распространенных программ – Microsoft PowerPoint и Camtasia Studio. Каждый подобный видеоматериал представляет собой презентацию, сделанную в PowerPoint и записанную в видеоролик формата FLASH с моими голосовыми комментариями.

В частности, таким образом был создан мой обучающий курс Email Promos Exposed (<http://www.emailpromosexposed.com>). Кстати говоря, если Вы до настоящего времени не получили в свое распоряжение бесплатную копию данного курса, не понимаю, чего Вы ждете? Материалы этого курса абсолютно бесплатны и содержат гораздо больше полезной и ценной информации, чем многие коммерческие товары стоимостью в \$ 200 и даже более.

### **Живые видеоролики**

Это – вещь значительно серьезнее, чем только что рассмотренная разновидность тематического видео.

Данный тип видеоматериалов представляет собой презентацию, исполненную Вами вживую. Проще говоря, Вы сами проводите презентацию «в камеру», то есть, на видео получается лично Вы в процессе Вашего разговора со зрителем (подписчиком, потенциальным клиентом).



Вне всякого сомнения, создание таких материалов требует определенной подготовки. Вы должны в кадре смотреться естественно, а не в качестве «трещотки», бубнящей заученный текст. Добиться этого зачастую бывает не так уж и просто, но при небольшой тренировке нужного эффекта вполне можно достичь.

Кстати говоря, если Вы желаете освоить все необходимые тонкости подготовки видеоматериалов данного вида, очень рекомендую Вам прочитать мою книгу под названием «Tube Traffic». Ее Вы сможете без каких бы то ни было проблем отыскать через банальный поиск в Google'е.

Помимо того, что данные материалы обладают высокой убеждающей силой, с их помощью Вы можете обеспечить себе достаточно существенные притоки вирусного трафика. Загрузив эти ролики на сервисы типа YouTube.Com и MySpace.Com. Если аудитория найдет их достаточно ценными, то пользователи указанных сервисов будут демонстрировать ссылки на них своим знакомым, друзьям, партнерам и подписчикам. Таким образом Вы сможете заручиться дополнительными потоками вирусного трафика на Ваши сайты.

Кстати говоря, многие предприниматели, освоившие работу с видеоматериалами данного типа, свидетельствуют, что пока не нуждаются в дополнительном контенте текстового формата. Ибо эти видеоролики работают сегодня гораздо сильнее материалов в любом другом формате.

## Вместо заключения

Согласитесь, прочитав данный небольшой специальный доклад, Вы были немало удивлены описанным разнообразием прибыльного разрастания собственного контента путем его преобразования из одного формата в другой (репликации)? ☺

А ведь это – лишь капля в море по сравнению со всеми существующими возможностями...

Но как бы там ни было, Вам всегда необходимо помнить одно важное правило – ключ к успеху заключается в том, чтобы предоставлять аудитории максимально полезный и качественный контент, вне зависимости от того, какой формат Вы для этого выберете.

Прибыльное разрастание Вашего контента – одна из самых перспективных сфер развития Вашего бизнеса вне зависимости от того, в какой рыночной нише Вы работаете, и кто Ваши потенциальные клиенты. Причина проста – многие предпочитают получать Ваш контент в различных формах и форматах. Возьмите, например, меня. Больше всего я люблю читать электронные книги и смотреть обучающее видео. Кто-то предпочитает текстовые и аудиоматериалы, кто-то – аудио и видео. Таким образом, используя прибыльное разрастание собственного контента, Вы сможете охватить максимальное количество потенциальных клиентов с точки зрения предпочтительных способов доставки им Вашей информации.

Уверен, что идеи, изложенные на только что прочитанных Вами страницах, позволят Вам быстро и без больших усилий поднять Ваш бизнес на новый уровень. С этой единственной целью данный доклад и был написан специально для Вас.

Единственное, о чем мне хотелось бы Вас попросить, прежде чем попрощаться – если кому-либо из Ваших партнеров, подписчиков, посетителей, друзей и знакомых данная информация может оказаться полезной, не сочтите за труд – перешлите им копию данного доклада.

Они будут Вам очень благодарны! Так же, как и я. ☺

Обязательно увидимся на страницах других полезных материалов!

*Искренне Ваш друг,*

*Michael Rasmussen*

**Майкл Расмьюссен.**

**<http://www.MichaelRasmussen.com>**

## Вам еще один подарок!

Вам как читателю этой книги полагается шикарный подарок-сюрприз –  
10 записей из серии телесеминаров «Звонок недели»!



**Более 10 часов аудио:** ответы на Ваши самые наболевшие, острые  
и актуальные вопросы о домашнем онлайн-бизнесе!

Получите прямо сейчас **совершенно бесплатно!**

*Для получения подарка просто...*

**==> Щелкните здесь! <==**

*и заполните расположенную там форму подписки.*

*Для Вашей пользы и прибыльности!*

**Хотите заработать на бесплатной раздаче данной электронной книги?**



**Щелкайте здесь -**

**<http://www.berestneff.com/affiliates/pdf/rasmussen/leverage-content.html>**

**Партнерская Программа  
Виртуального Колледжа  
электронной коммерции**

**<http://www.berestneff.com/affiliates/>**