

## Простой бизнес на миллионы

### Введение

---

Это часть сборника

#### **6 конспектов-ключей для интернет бизнеса**

Эти ключи помогли тысячам людей:

Заработать деньги в Интернете;

Создать базы в тысячи подписчиков мгновенно;

Превратить обычный контент в продающий;

Разработать крутые полезные информационные продукты;

Стать мастерами трафика;

Грамотно делегировать полномочия и отдавать задачи на аутсорсинг без заморочек;

Построить бизнес с доходами от 1 000 000 рублей.



[Узнать подробнее>>](#)

---

Когда люди думают о бизнесе с 6-значным доходом, им на ум приходит сложная машина продаж, которую они никогда не смогут освоить.

Поначалу это может казаться трудоемким и сложным процессом. В машине продаж есть множество движущих частей. Но если вы хотите ПРОСТОЙ способ зарабатывать миллионы, то вы читаете правильную инструкцию.

Чтобы достичь 6-значного дохода, вам понадобятся 2 вещи: предложение и покупатель.

Существует много способов достижения этого результата, но вы не хотите ничего усложнять. Вы не хотите напрягать себя множеством задач. Поэтому в данном отчете мы сконцентрируемся на системе из трех частей, которой вы можете воспользоваться, чтобы начать бизнес с шестизначным доходом:

1. Привлечение аудитории.
2. Выстраивание отношений с аудиторией.

### 3. Создание воронки продаж.

Давайте детально рассмотрим каждый шаг...

## Шаг 1: Привлечение аудитории

Ключ к созданию успешного бизнеса – это работа над созданием, развлечением и расширением общества людей со схожими интересами.

Пять способов привлечь аудиторию:

1. Список рассылки. База email-адресов подписчиков. Обычно вы создаете бесплатный продукт с большим спросом (так называемый лид-магнит) и раздаете его людям, которые присоединяются к вашему списку рассылки. Затем начинаете рассылать письма своим подписчикам.



### Как быстро создать свой сайт, блог

Вы пришли в Инфобизнес и перед вами стоит множество задач: это и создание своего Сайта или Блога, привлечение на него трафика, создание рассылки, изготовление и упаковка своего первого продукта, создание виртуальной обложки и много других моментов, которые необходимо сделать, чтобы создать эффективный инструмент для сбора вашей подписной базы и местом, где вы будете общаться с вашими читателями и

потенциальными клиентами.

Новые подписчики – это ваши новые потенциальные клиенты. Но что делать в самом начале карьеры инфопредпринимателя, когда у вас нет абсолютно ничего - ни знаний, ни навыков? В этом вам поможет каждый из трёх обучающих видеокурсов, входящих в этот комплект.

[Получить комплекты>>](#)

---

2. Блог. Сайт, содержащий размещенный вами контент. Он может включать статьи, инфографику, чеклисты, видео и многое другое. Вы можете создать собственный блог быстро и просто с помощью бесплатной платформы, например, WordPress.org.
3. Социальные сети. Это онлайн наблюдение за кем-то на платформе для личных взаимоотношений. Наиболее популярные платформы – Вконтакте, Instagram, Facebook.
4. Подкасты. Здесь вы предлагаете скачиваемые или потоковые аудио-записи, например, еженедельный подкаст по теме, которая интересует вашу аудиторию.
5. Видео-канал. Вы создаете коллекцию видеороликов. Многие люди запускают собственные каналы на YouTube, где любой пользователь может подписаться на канал, а также оценить или прокомментировать видео-контент. Для лучшего результата размещайте видео регулярно (примерно раз или два в неделю).

В конце концов, вы создадите общую стратегию, где будете использовать каждую из этих пяти платформ для привлечения аудитории. Но пока мы сосредоточимся только на одном: выстраивание списка рассылки.

Чтобы начать выстраивать список рассылки, вам понадобятся следующие составляющие:

- Сервис по рассылке писем, например, [Goodly.Pro](https://goodly.pro) или Mailchimp.com.
- Лид-магнит. Это привлекательный бесплатный продукт, который вы раздаете в обмен на адрес электронной почты. (Вы узнаете больше о бесплатных продуктах всего через пару мгновений).
- Страница для лидов. Это страница, которая включает вашу форму подписки, а также продающий текст, который будет советовать людям присоединиться к вашему списку.

Однако, сама по себе аудитория ничего не значит. Поэтому вам необходимо выстроить с ней отношения. Что подводит нас к следующей части...

## Шаг 2: Выстраивание отношений с аудиторией

Люди обычно ведут бизнес с теми, кого знают, кто им нравится и кому они доверяют. Вот почему вы всегда получаете больший коэффициент конверсии от собственного списка рассылки в отличие от размещения рекламы перед холодными покупателями. Именно поэтому требуется выстроить взаимоотношения со своей аудиторией.

Первый шаг на пути к выстраиванию хороших взаимоотношений – предложение бесплатного контента, который поможет вашей аудитории решить какую-то проблему. Вы можете предложить бесплатный продукт с большим спросом в качестве лид-магнита, чтобы убедить людей присоединиться к вашему списку рассылки. Затем нужно продолжать предлагать бесплатные продукты как способ выстраивания взаимоотношений. Бесплатный продукт может:

1. Помочь аудитории узнать вас лучше.
2. Помочь продвигать ваши продукты и увеличить продажи.

Звучит неплохо, правда? Примеры таких бесплатных продуктов:

- Статьи или посты в блогах. Это может включать статьи-руководства, статьи с советами, обзорами или чем-то другим, что вызывает интерес вашей аудитории.
- Отчеты. Если вы можете решить конкретную проблему с помощью вашего отчета, тогда ваши потенциальные покупатели скорее всего станут вашими заказчиками. Например, вы можете написать отчет о правильном питании, который будет рассказывать о том, как питаться, чтобы терять лишний вес.
- Набор инструментов. Этот бесплатный продукт направляет ваших потенциальных покупателей к совершению действия в соответствии с информацией, которую они только что изучили. Например, набор инструментов для запуска бизнеса может включать шаблон политики конфиденциальности, примеры бухгалтерских документов и так далее.

- Вебинары. Люди привыкли считать, что живые мероприятия имеют большую ценность и это делает вебинары привлекательным бесплатным продуктом. А главное, что записи вебинаров вы потом тоже сможете продать.
- Кейсы или примеры из практики. Прелесть разбора кейсов в том, что они делятся информацией о том, как получить определенный результат, а также мотивируют и вдохновляют, плюс продвигают определенное предложение. Например, вы можете рассказать о том, как вы (или другой маркетолог) увеличили свой трафик, используя одну определенную стратегию.
- Рабочие страницы. Вот еще один инструмент, который поможет людям совершить действие в соответствии с только что изученной информацией. Например, вы можете предоставить рабочие ведомости для урегулирования задолженностей и ведения бюджета людям, которые хотят избавиться от долгов.
- Аудиозаписи. Это могут быть записи с инструкциями или вы можете создать аудио, которое поможет кому-то с выполнением определенной задачи или действия. Например, если вы руководите сайтом для медитаций, то можете предложить медитацию с инструкциями, которую люди смогут слушать через MP3 плееры.
- Email-курсы. Прелесть предложения курсов по электронной почте в качестве бесплатных продуктов заключается в том, что вы приучаете своих подписчиков открывать и читать ваши письма. Например, можете отправить электронный курс из 7 частей под названием «7 секретов по увеличению трафика вдвое».
- [Материалы с правом перепродажи](#). Иногда кому-то легче выполнить задачу, если у них есть немного вдохновения. В качестве хорошего примера можно предложить материалы с заголовками и названиями, которые копирайтеры могут затем использовать для создания собственных.
- Шпаргалки. Это такие листы, которые сжимают огромное количество текста до одной странички и выражают самую суть. Обычно на них представлено множество идей и советов, не вдаваясь в подробности.

- **Плanners.** Это еще один инструмент для совершения действия, который поможет людям начать действовать и достигать лучших результатов. Например, вы можете предложить бодибилдерам 3-месячный план с тренировками и примерным меню.
- **Чеклисты.** Это отличный инструмент, который вы можете предложить людям, когда им необходимо решить сложную или состоящую из множества частей задачу. Например, если у вас сайт про путешествия, то вы можете предлагать своим посетителям чеклист для зарубежных путешествий.
- **Новостная рассылка.** Это то, что вы должны еженедельно отправлять по электронной почте. Ваша новостная рассылка может включать в себя разную информацию, советы, подсказки, отзывы о продуктах, новости вашей индустрии и т.д.
- **Шаблоны.** Вы можете предложить шаблоны для людей, которые занимаются созданием контента. Например, вы можете предложить шаблон продающего письма начинающим копирайтерам или, возможно, поделиться шаблонами детективных романов, чтобы вдохновить писателей.
- **Интервью.** Есть два способа: брать интервью у других или чтобы другие брали интервью у вас.

Преимущество того, что интервьюируют вас заключается в том, что вы автоматически выглядите экспертом. Это отличный способ укрепить свой авторитет.

Второй вариант – брать интервью у экспертов вашей ниши с помощью email, телефона/Skype, или даже во время вебинара. Это отличный способ бесплатно получить высококачественный контент. В качестве дополнительного бонуса вы также получаете «заимствованный авторитет», когда работаете с известными экспертами в нише.

- **Полезные источники.** Здесь вы даете своей аудитории список полезной литературы, инструментов или ресурсов, которые им нужны для достижения своих целей. Например, вы можете поделиться с

онлайн-маркетологами списком своих любимых сервисов рассылки электронных писем, платежных систем, плагинов WordPress, скриптов, регистраторов доменов, хостинговых компаний, инструментов для проведения сплит-тестов и многим другим. Это сэкономит вашей аудитории кучу времени, так как им не потребуется выискивать эти ресурсы самостоятельно.

А теперь, прежде чем вы начнете раздавать бесплатные продукты своей аудитории, позвольте рассказать вам восемь лучших способов из практического опыта, которые помогут вам оптимизировать результаты. Взгляните...

**1. Делитесь высококачественным контентом, который будет полезен вашей аудитории.** В идеале, этот контент должен быть направлен на решении какой-то конкретной проблемы, и ваши потенциальные покупатели должны получить достаточно быстро результаты, если они применят эту информацию на практике. Таким образом, у вас появятся довольные потенциальные покупатели, которые более вероятно приобретут платный контент.

СОВЕТ: Ваш контент должен быть не просто полезным, но и реально желанным для вашей потенциальной аудитории. Поэтому неплохо было бы провести маркетинговое исследование, чтобы узнать, что уже покупает и что использует ваша аудитория. Потом вы создаете что-то похожее, только лучше с собственной уникальной интерпретацией и методом обучения.

Интересный пример использовать акронимы при обучении новой стратегии. Например, если писать о привлечении средств для открытия бизнеса, то можно назвать это «5 шагов, чтобы привлечь много Д.Е.Н.Е.Г. для нового стартапа». Затем каждый шаг будет соответствовать первой букве в слове Д.Е.Н.Е.Г. (например, первый шаг будет называться «Дозвонись до своего банкира»). Это делает контент уникальным и запоминающимся.

**2. Рассказывайте истории из своей жизни, чтобы аудитория лучше вас узнала.** Даже если вы управляете компанией, неплохо было бы создать для нее имя и «лицо». Это значит позволить людям узнать вас.

Расскажите о своем отпуске. Поделитесь информацией о своих увлечениях. Покажите фото собаки, отремонтированной машины, как вы пробегаете марафон. Также продемонстрируйте свою уязвимость, например, как вы плакали, когда читали книгу Николаса Спаркса. Расскажите о самом ярком воспоминании из детства.

Другими словами, покажите вашей аудитории, что вы тоже обычный человек. Таким образом начнется процесс построения отношений, где ваши потенциальные покупатели начнут потихоньку узнавать вас, испытывать симпатию и доверять вам.

СОВЕТ: Иногда люди говорят, что корпорации не работают подобным образом, но это не всегда правда. Вспомните Стива Джобса (который возглавлял компанию Apple до того, как ушел в мир иной). Или Била Гейтса (Microsoft). И, наконец, есть Опра Уинфри.

Это всего лишь три примера людей, которые стали лицами своих корпораций. Но мы знаем так много про этих людей, начиная с неудач и заканчивая их победами, потому что они позволяют нам об этом узнать. Подобным же образом вы должны рассказывать о себе своей аудитории.

### **3. Сочувствуйте проблемам, с которыми сталкивается ваша аудитория.**

Люди не любят чувствовать, что их покупают. Наоборот, они хотят, чтобы кто-то реально понял и посочувствовал их проблемам. Хороший способ продемонстрировать это – рассказать историю, где вы покажете, как вы чувствуете их боль и как сами преодолели эти проблемы.

**4. Дайте доказательства и кейсы, чтобы завоевать доверие.** Ваши потенциальные покупатели хотят вам верить. Но вы знаете что? Они часто обжигались в прошлом. Другие маркетологи делали громкие заявления, которые просто не были правдой. Поэтому потенциальные покупатели настроены скептически по отношению и к вашим заявлениям.

Где решение? Вам нужно установить к себе доверие. Один из способов – чтобы вас хвалили ДРУГИЕ. Это включает:

- Положительные отзывы. Лучшие отзывы – это те, что рассказывают об определенном положительном результате, которого достиг покупатель.

Например, такой отзыв о книге по похудению, который говорит, что ее «быстро и легко читать», не является убедительным. Он ничего не говорит об информации внутри книги.



Лучшим отзывом будет тот, что упоминает об определенных достоинствах продукта, а еще лучше – о результатах, которых достиг покупатель. Например, «Рецепты из книги «пальчики оближешь» и я потерял 10 кг в первый же месяц диеты!»

- Кейсы/Примеры из жизни. Здесь вы или кто-то другой использует продукт в течение определенного времени (или до выполнения какой-то задачи), а затем записывает результаты. Обычно такое доказательство содержит множество данных, когда возможно, фотографий или скриншотов и т.д.

Например, кто-нибудь может провести опыт и 6 недель придерживаться какой-либо диеты, чтобы посмотреть, работает ли она.

Другой пример в течение одной недели маркетолог проводит опыт, чтобы записать результаты работы какого-нибудь метода для привлечения трафика.

Практический опыт или кейсы должны доказывать ваши заявления или ваши инструкции, о том, как добиться результата, а также вдохновлять.

## **5. Взаимодействуйте с аудиторией, отвечая на их вопросы, задавайте**

**свои.** Вы не можете вести монологи (одностороннее общение) и рассчитывать на то, что вы будете нравиться людям, что они начнут доверять вам. С популярностью социальных сетей это особенно актуально. Люди хотят общаться с вами, чтобы узнать поближе. Вот почему вы должны задавать и отвечать на их вопросы в блоге, соц. сетях или форуме сообщества. В качестве дополнительного бонуса, отвечая на относящиеся к вашей нише вопросы, вы утверждаете свой авторитет.

## **6. Лично отвечайте на комментарии, вопросы и письма.**

Время от времени вы видите, как маркетолог задает своей публике различные вопросы в блоге, в новостной рассылке и на странице во Вконтакте. От пользователей поступает множество комментариев. Но сам маркетолог на отвечает на них...

Это не очень хорошо. У потенциальных покупателей это может создать неприятные ощущения. Они могут уйти к конкуренту, который будет выказывать большее уважение.

Не поступайте так со своей аудиторией и покупателями. Покажите им, насколько они для вас важны, лично отвечая на комментарии в блогах, форумах, группа в социальных сетях или по электронной почте. Обязательно отвечайте достаточно быстро, что поможет создать положительный опыт для потенциальных покупателей и заказчиков.

## **7. Спрашивайте свою аудиторию, что нового они хотят от вас узнать.**

Когда вы публикуете новостную рассылку или создаете продукт, всегда следует проводить исследования рынка, чтобы знать, какие темы популярны и что лучше всего продается в вашей нише. Однако, не забывайте о том, что у вас уже есть очень хороший и доступный источник: существующий список рассылки. Спросите у них, о чем бы им хотелось узнать больше, а затем предоставьте бесплатные и платные источники, которые решат их проблемы.

СОВЕТ: Есть еще один хороший способ, чтобы заставить своих читателей почувствовать свою значимость и важность. Например, если «Алексей Петров» говорит вам, что хочет получить формулу по подсчету калорий, то упомяните его имя без фамилии и поблагодарите в своей статье по этой теме. Такие мелочи помогают установить контакт с аудиторией

**8. Регулярно отправляйте им свежий контент и новые рекламные предложения.** Подумайте о том, как у вас завязалась дружба с лучшими друзьями в реальной жизни. В начале вы регулярно видите этих людей и затем, с течением времени, дружба крепнет.

То же самое происходит с вашими потенциальными покупателями и заказчиками. Вы не можете завязать с ними дружбу, если не будете регулярно с ними связываться. Вот почему необходимо отправлять новостные рассылки как минимум раз в неделю, это поможет создать у вашей аудитории максимальную осведомленность.

Но не отправляйте им уже устаревшие материалы. Предлагайте им свежий контент и новые рекламные предложения. И всегда отправляйте им ХОРОШИЙ материал (лучший материал), чтобы они с нетерпением ждали каждого отправленного вами письма..

Итак, к этому моменту вы выстроили хорошие взаимоотношения с вашей аудиторией. Теперь переходим к заключительной части.....

### **Part 3: Построение воронки продаж**

Каждый бизнес должен приносить доход, чтобы существовать. Теперь есть множество способов получить прибыль, но один из лучших – создавать собственные продукты. Таким образом вы контролируете качество, получаете список покупателей и всю прибыль.

В идеале, вам нужно построить воронку продаж, которая включает в себя большое разнообразие продуктов по разным ценовым категориям. И конечно, это включает премиальные продукты, так как это самый верный способ заработать много денег в вашем деле.

Обратите внимание на примеры ниже, чтобы убедиться, насколько просто зарабатывать шестизначную сумму в год с помощью инфобизнеса.

Модель 1: Продать инфопродукт за 2900 рублей. Вам нужно делать 3 продажи в день, чтобы заработать 3 175 500 рублей в год.

Модель 2: Предложите членство на сайте за 750 рублей в месяц. Если у вас наберется 400 участников ежемесячно, то это принесет вам 300 000 рублей в год.

Модель 3: Создайте 4-х недельный обучающий курс за 13500 рублей. Наберите 20 учеников для одного потока (12 потоков в год) и вы заработаете 3 240 000 рублей в год.

Модель 4: Разработайте лицензионный пакет за 4500 рублей. Набирая 10 заказов в неделю, вы заработаете 2 340 000 рублей в год.

Модель 5: Предложите готовый сервис за 2900 рублей. Совершайте 3 продажи в день, и вы получите 3 175 500 рублей в год.

Смысл в том, что вам не нужно ничего усложнять – вы тоже можете иметь шестизначный доход, воспользовавшись одним из

вышеперечисленных примеров. Или добиться других показателей, избрав собственный путь.

Более того, вы можете значительно увеличить свой доход, ежемесячно предпринимая последовательные шаги, чтобы привлекать больше трафика, улучшать конверсию и создавать новые продукты.

Например, создавая ежемесячно продукт за 2900 рублей, у вас будет 12 продуктов в год. А теперь представьте, если будете делать всего три продажи в день каждого из них. Взгляните на цифры:

12 продуктов X 3 продажи в день X 2900 рублей = 3 175 500 рублей в год!



### **Готовая партнёрская автоворонка для заработка**

Комплексное решение для начинающих инфобизнесменов

[Получить комплект>>](#)

---

А теперь, прежде чем вы оставите этот шаг, позвольте мне поделиться с вами тремя проверенными, но простыми способами расширения собственного бизнеса:

1. Привлекайте больше покупателей. Есть два способа сделать это. Первый способ – привлечь больше трафика. Второй способ – записывать и отслеживать свои кампании и продающие страницы, чтобы конвертировать больше посетителей в покупателей.
2. Заставить покупателей тратить больше за одну покупку. Другими словами, увеличивайте свою прибыль за транзакцию. Вы можете сделать это, предлагая сопутствующие и дополнительные товары, делая уникальные предложения в своей форме заказа.
3. Чаще заставляйте покупателей тратить больше за одну продажу. Один из ключевых моментов для получения большой прибыли состоит в том, насколько часто вы можете заставить существующих покупателей совершать у вас покупки. Вот почему так важно продолжать создавать новые продукты, чтобы у вас всегда было что-то, что еще можно продать. Также очень важно выстроить хорошие отношения с покупателями, так как довольный клиент становится постоянным клиентом.

А теперь давайте подведем итоги

## Заключение

Итак, теперь вы знаете три части, которые вам нужно сложить вместе, чтобы выстроить бизнес с шестизначным доходом. Эти компоненты включают:

1. Привлечение аудитории.
2. Выстраивание отношений с вашей аудиторией.
3. Создание воронки продаж.

И вот точка для стартовой позиции:

Один список рассылки + один источник трафика + одно предложение для целевой аудитории

Все это вы соберете вместе, мастерски овладеете всеми шагами и начнете замечать приятную прибыль.

А следующий шаг – расширить свой бизнес. Все, что вам нужно сделать, - добавить новые списки рассылки, новые источники трафика и создать больше предложений для целевой аудитории.

Продолжайте создавать с помощью последовательных действий, и вы будете приятно удивлены через 3 месяца, полгода и год от настоящего момента. Так зачем ждать? Начинайте создавать свой бизнес с шестизначным доходом прямо сейчас.



### **Большие деньги на дешёвых курсах**

Это пособие станет для Вас путеводителем, которое покажет Вам достойный, проверенный и работающий на 100%, способ заработать деньги через интернет.

[Получить бесплатно>>](#)