

Самые грязные уловки интернет- маркетинга

**Узнайте, почему
большинство гуру
интернет-маркетинга
НИКОГДА не хотят,
чтобы вы прочитали
содержимое этого
ошеломляющего
отчёта**

www.ebookexe.ru

Самые грязные уловки интернет-маркетинга

ВНИМАНИЕ! Вы не можете продавать эту книгу ни отдельно, ни в составе какого-либо комплекта курсов (материалов в электронном виде).

Вы можете давать эту книгу бонусом за подписку на вашу рассылку и/или распространять его бесплатно любым незапрещённым способом.

НО! Вы можете приобрести права личной марки на эту книгу и делать что угодно с ней - изменять в любом виде содержание, дополнять что-то от себя, менять полностью оформление, вставлять любую свою рекламную информацию - на свои проекты, на партнерские продукты и т. д.;

Вы можете изменять как угодно все, что входит в комплект - от графики (есть все исходники в PSD) до сайта;

Книга по сути является шаблоном для дальнейшей модернизации. Вы можете использовать ее в таком виде, в каком она сейчас, либо модернизировать ее и сделать совершенно другим продуктом.

[Подробнее об этом предложении смотрите здесь>>](#)

Краткое введение

Как раз когда вы думали, что безопасно войти в постоянно расширяющийся мир интернет-маркетинга, нагрянула очередная волна грязных трюков, призванных лишить вас дыхания и денег. Умные маленькие негодяи!

Но вот я снова здесь, чтобы разгадать тайны маркетинга и помочь вам расшифровать коды высасывания денег. Многое из того, что вы здесь прочтете, не шокирует вас, но ОТКРОЕТ вам глаза. С другой стороны, может быть, информация в этом кратком руководстве вас шокирует. Никто не знает, не так ли? ;-)

В «нормальном», не приукрашенном, «не пушистом» стиле этот удобный отчет не будет тратить ваше время и не отправит вас в часовое путешествие только для того, чтобы добраться до хорошего. Если вы ищете что-то подобное, то непременно бегите через ближайший веб-браузер и ищите те 500-страничные электронные книги в стиле «охоты за сокровищами», которые займут у вас целую вечность, чтобы найти хорошую информацию, скрытую во всех этих пушистых страницах. И обязательно заплатите за это 97 долларов. Потому что это все, что вы будете делать.

Прочитайте этот короткий отчет, и вы узнаете, как вычислить ЭТИХ мошенников. Я обещаю вам, что ваши деньги НЕ будут потрачены зря с серией «Самые грязные уловки интернет-маркетинга». На самом деле, вы можете начать ЭКОНОМИТЬ некоторые из ваших с трудом заработанных долларов и обрести некоторый смысл в этом процессе.

Как и прежде, в оригинальной серии «Самые грязные уловки интернет-маркетинга», смысл этого отчета в том, чтобы по сути перейти к сути и раскрыть все секретные маленькие «трюки торговли», которые хитрые интернет-маркетологи используют, чтобы заставить тех, кто «не в курсе», предпринять желаемые ими действия. . . . ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ!

Если вы используете методы или, за неимением лучшего слова, трюки, описанные на этих страницах, то вы тоже можете увидеть серьезное увеличение своей онлайн-рентабельности. Но, не останавливаясь на этом, эти методы также могут быть полезны и в офлайне.

Итак, те из вас, кто активно работает в сфере интернет-маркетинга, могут узнать многие из этих маленьких хитрых жемчужин, но, возможно, в спешке упустили их из виду. Или не придали им особого значения. А тем из вас, кто совсем новичок в интернет-маркетинге, этот отчет даст вам немного метода расшифровки, когда дело дойдет до обнаружения того, что заставляет ВАС тратить деньги, и как не чувствовать

себя вынужденным делать это, когда вы не можете или не хотите.

Знание трюков заранее приближает вас к победе в битве за деньги с армией умных интернет-маркетологов, готовых кричать «Победа!» при каждом взмахе кредитной карты. И, возможно, просто возможно, вы сами станете одним из кричащих «Победа!» ;-).

1. Все старое становится новым, снова и снова

Этот грязный маленький вонючка возрождается, как будто с помощью какой-то маркетинговой магии. Его невозможно остановить! Этот хитрый трюк следует той же концепции «передачи по наследству». Вы помните это, не так ли? Знаете, когда ваш старший брат или сестра перерастали свою одежду или обувь, и вы получали их «по наследству» из-за нехватки денег? Ага! Это ТА ЖЕ концепция, только с цифровыми продуктами.

Как это может быть, спросите вы? На самом деле все просто. Позвольте мне объяснить...

Автор придумывает новый продукт.

Продает продукт другим заинтересованным лицам.

Продукт устаревает.

О продукте забывают даже те, кто первым его купил.

Затем кто-то завладевает им. Может быть, даже первоначальный автор.

Знает, что это старый продукт, но решает «переделать» его.

Таким образом, старый забытый продукт, который все еще полезен, снова объявляется и становится снова ценным.

Другими словами, вы берете продукт и переделываете его. Даете ему новую электронную обложку, вносите несколько изменений во внутреннюю часть файла электронной книги, и вуаля! Появляется новый, но старый продукт, дающий вам шанс сделать старый продукт более ценным.

Конечно, этот грязный трюк также творит чудеса с продуктами Private Label. На самом

деле, он работает ЛУЧШЕ. Почему? Ну, для начала, вы можете перефразировать весь продукт, если хотите. Добавьте ВАШЕ имя как оригинального автора и вставьте все свои партнерские ссылки, чтобы сделать продукт «потокowym» производителем денег.

Хорошо, так что такое «потоковой» производитель денег?

«Потокowym» производителем денег является любой продукт, который может генерировать более ОДНОГО источника дохода.

ОДИН источник дохода будет получен путем прямой продажи продукта вашим клиентам. Но множественные потоки дохода будут созданы путем вставки ВАШИХ партнерских ссылок или ссылок на ДРУГИЕ продукты, которые вы продаете, на которые вы ссылаетесь внутри вашего оригинального продукта.

Звучит сложно? Ну, это не так. Вот как это сделать. . .

Во-первых, убедитесь, что вы можете законно вносить изменения в выбранный вами продукт. Будь то путем ребрендинга или чего-то еще.

Затем откройте выбранный вами продукт.

Затем вставьте ссылку(и) на свою партнерскую или другую страницу продаж продукта, как указано первоначальным автором/создателем продукта.

Сохраните изменения.

Готово!

Вот почему я говорю, что продукты Private Label лучше всего подходят для этого трюка, поскольку описанный выше процесс можно выполнить быстро и, что еще важнее, легко с их помощью.

Преимущества использования этого грязного маленького монстра для вас двояки. Во-первых, вы получаете готовый продукт, который вы можете изменить, чтобы в свою очередь создать что-то совершенно «новое». И во-вторых, вы можете превратить этот старый источник прибыли в источник многократного заработка, добавив свои партнерские или дополнительные ссылки на продукты.

Этот грязный трюк рекомендуется ВСЕМ, кто заинтересован в получении новых денег от старых продуктов.

2. «Фактор страха» жив и здоров

О? Вы думали, что этот вариант умер и похоронен с момента первого отчета Грязных трюков? Что ж, я рад сообщить вам, что он жив и **ОЧЕНЬ** хорош для интернет-маркетологов, которые используют этот маленький хитрый трюк.

Вера в то, что вы можете «упустить шанс», если можно так выразиться, заставляет вас немедленно предпринять **ДЕЙСТВИЯ**. В этом и заключается смысл этого. Заставить вас действовать.

Но, есть еще кое-что. То, как ваши **СЛОВА**, действительно заставляют людей действовать быстрее.

Например, скажем, вы написали то, что, по вашему мнению, является **УБИЙСТВЕННЫМ** продающим предложением. Затем, когда вы печатаете свой «призыв к действию», вы говорите...

«Спешите. Это предложение скоро заканчивается!»

Э-э. Хорошо. Но **КОГДА** это «скоро»??? Именно в этом и суть!

Скоро — это такое широкое определение с точки зрения времени, не так ли? Скоро может быть через два дня или через две недели. Маркетологам полезно попытаться сохранить свое «специальное предложение» в течение неопределенного периода времени. Но на самом деле, в долгосрочной перспективе это вредит им, если не выбрать определенную дату и время.

Убедитесь, что, когда вы используете «фактор страха», вы даете своим клиентам крайний срок. И **ПРИДЕРЖИВАЙТЕСЬ ЭТОГО КРАЙНЕГО СРОКА!** Фактор страха работает только в том случае, если вы назначаете дату, а затем удаляете свое предложение, когда эта дата наступает.

Да, вы можете упустить несколько продаж. Но подумайте об этом так: в следующий раз, когда вы запустите ограниченное по времени специальное предложение, ваши клиенты будут знать, что им лучше принять его или упустить навсегда. Ваша выгода. Их **ПОТЕРЯ**.

Теперь, продолжая наш «призыв к действию», как насчет того, чтобы сформулировать его так...

«Спешите! Это взрывное предложение, и оно самоуничтожится 14 июня этого года ровно в полночь».

Это даже хорошая идея — добавить небольшой счетчик javascript, чтобы действительно заставить их попотеть ;-).

Затем закончите чем-то вроде... . .

"Если вы вернетесь сюда после указанной выше даты, я не могу гарантировать, что эта страница все еще будет здесь. Вы **ДОЛЖНЫ ДЕЙСТВОВАТЬ СЕЙЧАС**, чтобы воспользоваться этим специальным предложением, или будете заблокированы навсегда!"

Именно так и должен работать "фактор страха". Предложите своим клиентам что-то грандиозное, установите конкретные временные рамки (обычно несколько дней отлично подходят), дайте им непревзойденную цену за то, что они получают, а затем украдите это у них, как вор в ночи.

Действительно, этот хитрый маленький негодяй творит чудеса. Особенно для тех, кто нуждается в быстрых деньгах и просто не может ждать их неделями или месяцами.

Плюс, это также сработает, когда вы собираете свою армию партнеров. Я рекомендую этот отвратительный маленький трюк всем, кто хочет провести масштабный запуск продукта, запланированный на определенное время. Это **БУДЕТ** работать в ваших интересах.



Лавина Денег

Зарабатывайте от 2000 рублей в день получая постоянный и растущий доход без дополнительных вложений.

Внедрив простую связку из двух сервисов.

[>>Узнать подробнее](#)

3. Игра на «воспринимаемом»

Думаете, ваше восприятие достаточно хорошее, чтобы сравниться с восприятием блестящего интернет-маркетолога? Хм-м. Возможно, вам стоит переосмыслить свой ответ.

Теперь, как интернет-маркетолог, я слишком хорошо знаю о силе восприятия. И о том, как она применяется к продаже цифровых продуктов. Если Вы не осознаете, насколько это важно, то я настоятельно рекомендую вам ПРОЧИТАТЬ КАЖДОЕ СЛОВО этой главы.

Итак, что же тогда означает «играть на восприятии»? Сначала позвольте мне рассказать вам, что такое сила восприятия.

Сила восприятия — это несуществующая ценность, приписываемая, в данном случае, цифровому продукту в отношении его объема, а НЕ его фактической ценности, полученной от написанных в нем слов.

Слишком сложно? Хорошо. Давайте попробуем объяснить это так. . .

Чем больше объем книги в страницах, тем больше она ценна.

Теперь, согласитесь ли вы, что это верно для ВАС, когда вы что-то покупаете? Особенно продукт информационного типа? Мне кажется, я слышу коллективное «ДА!».

Но это НЕПРАВИЛЬНОЕ мнение, мой друг. Интересно узнать, почему так? Что ж, я вам расскажу.

Часть ЛУЧШЕЙ познавательной информации можно найти в самых маленьких местах. То есть вам НЕ НУЖНО руководство на 600 страниц по ловле рыбы нахлыстом, чтобы научиться этому. По сути, все, что вам действительно нужно, это руководство на 5-15 страниц.

Вы только ДУМАЕТЕ, что вам нужно 600 страниц, потому что информация настолько обширна, что она ДОЛЖНА стоить тех денег, которые вы заплатили. Ах, если бы это было правдой. Но это не так.

И причина, по которой вы находите так много «пушистой» цифровой информационной продукции на рынке, заключается именно в этом. ПОТОМУ ЧТО ВЫ ДУМАЕТЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО ТАК МНОГО СТРАНИЦ, ЧТОБЫ ПРОДУКТ СТОИЛ СВОИХ ДЕНЕГ. Я почти готов поспорить, что вы найдете продукт на 350 страниц на тему «Как заработать

деньги в Интернете» и другой продукт всего на 25 страниц, который предоставит вам почти ТОЧНО такую же информацию.

В чем разница между продуктом на 350 страниц и продуктом на 25 страниц? Количество страниц. Вот и все. Автор продукта на 350 страниц обречен продать больше, чем другой автор, исключительно на основе количества страниц. А НЕ качества информации.

Игра на восприятии — это все о количестве, а НЕ о качестве.

Так что, если вы действующий писатель, то, конечно, позвольте своим словам перелететь на цифровые страницы и выпустить электронную книгу, руководство или отчет на 200 страниц. Хорошо, и что, если у вас 150 страниц бесполезной информации и только 50 страниц РЕАЛЬНОГО, «мяса и картошки» контента, который полезен вашим клиентам. Вы предоставляете им то, что они хотят. . .их восприятие собственной несуществующей ценности, которую они придали вашему продукту.

Вот почему использование силы восприятия в ваших продуктах — это гениальный ход при составлении и последующей продаже их широкой публике.

Этот маленький грязный трюк настоятельно рекомендуется всем авторам и писателям. И даже тем, кто не является авторами в первую очередь. Его использование может сделать выпуск вашего продукта еще более впечатляющим и может привести вас к славе писателя.

4. Можно ли ДЕЙСТВИТЕЛЬНО заработать деньги на «зарабатывании денег» "??

Деньги заставляют мир вращаться. По крайней мере, так я слышал. Но, отбросив глупые песенки и поговорки, это действительно так. Те, у кого они есть, хотят больше. Те, у кого их нет, хотят немного. И, конечно, они **НУЖНЫ** всем. К сожалению, деньги являются неотъемлемым инструментом нашего выживания в этом мире.

Поэтому неудивительно, что продажа цифровых информационных продуктов о том, как их заработать или сделать из них БОЛЬШЕ, продается как сумасшедшая. Это тема, которую **ВСЕ** хотят узнать. Поэтому она не умрет в ближайшее время. Если умрет вообще.

Но проблема возникает, когда вы не знаете, кто выдает правдивую информацию, а кто просто лжет. И у меня есть для вас решение.

ПИШИТЕ О СВОИХ СОБСТВЕННЫХ МЕТОДАХ ЗАРАБАТЫВАНИЯ ДЕНЕГ И ПРОДАВАЙТЕ ИХ!

Кто лучше знает, что работает, когда дело касается заработка денег в Интернете, чем **Вы**, тот, кто уже это сделал. Теперь вы можете подумать, что вы не зарабатываете достаточно, чтобы на самом деле писать о процессах, которые вы используете. Но это **ЛОЖЬ**. Кто определяет наши успехи и неудачи в жизни? **МЫ!**

Я говорю, если вам удалось заработать хотя бы 10 долларов в Интернете, то вы добились успеха. Пусть и небольшого, но все же успеха. Кто, кроме вас самих, оценивает вашу способность обучать других, желающих этому научиться, тому, чему вы научились? **НИКТО**. Не стоит недооценивать свои навыки преподавания. Если вы получили прибыль в Интернете, создайте пошаговое руководство и поделитесь им с теми, кто хочет учиться. Просто убедитесь, что вы предлагаете полезную информацию. И информацию, которая действительно работает. Тогда у вас в руках будет хит!

О, Вы боитесь раскрыть свои секреты зарабатывания денег? Ну не бойтесь. Скорее всего, только горстка людей, которые купят ваше руководство, когда-либо воспользуются этой информацией. Конечно, они его прочитают. Может быть, даже достаточно воодушевятся, чтобы сделать несколько маленьких шагов к началу собственного пути зарабатывания денег. Но очень немногие люди когда-либо завершают этот процесс.

Плюс, кто сказал, что вы должны рассказывать им ВСЕ? Помните, если вы дадите им все сейчас, сразу, вам НЕЧЕГО будет продать им позже ;-). Эй, это «маркетинговый путь». Изучите его. Используйте его. Или вас завалит.

Последний момент. Вам не нужно ограничивать себя продажей только ОДНОГО продукта «Как я зарабатываю деньги в Интернете». Методы меняются или улучшаются со временем. Пока вы все еще изучаете новые методы, у вас есть образование, чтобы написать еще один информационный продукт по этой теме.

Этот грязный трюк рекомендуется большинству интернет-маркетологов. И тем, кто стремится стать интернет-маркетологами. Это хороший способ «вставить ногу в дверь» и сделать свое имя узнаваемым. ЕСЛИ вы используете его правильно.



Заработок в Интернете на Инфопродуктах с Правами Личной Марки

По прилагаемой лицензии вы можете делать с ним все, что захотите:

Законно присваивать себе Авторство

Изменять, добавлять или редактировать весь контент

Изменять все графические изображения в оформлении

комплекта

Редактировать или полностью изменять страницы сайта

Продавать по любой, вами же установленной цене

Дарить, раздавать бесплатно за подписку и прочее.

Такие условия позволяют вам начать зарабатывать в интернете не имея своих инфопродуктов. Параллельно вы ещё набираете и базу подписчиков, которым впоследствии будете продавать и другие продукты. Это о-о-очень выгодное приобретение, которое окупается после первой же продажи, а весь остальной доход (100%) вы кладёте в свой кошелёк. И так - нон стоп!!!

[>>Получить комплект реселлера](#)

5. Персона быстрее глаза

Знаете ли вы, что многие успешные интернет-маркетологи по совместительству являются фокусниками? Ну, да. Вроде того.

Вы когда-нибудь слышали о парне, известном только в сети как «Богатый придурок»? Ага. Я думал, вы могли бы ;-). Теперь, я уверен, вы также знаете, что эта онлайн-персона не является естественным поведением этого человека, верно? Нет? Ну, тогда его маркетинговая тактика сработала, не так ли?!

С момента рождения «Богатого придурка» многие интернет-маркетологи последовали его примеру, создав свою собственную «придурковатую» персону. Конечно, они только делают то, что им проинструктировали другие маркетологи в стиле настоящих «гуру». А именно, берут то, что уже работает для других маркетологов, и улучшают это. Проблемы возникают, когда нет предсказуемого способа улучшить то, что было сделано ранее. Тогда страсти вспыхивают, что приводит к спорным онлайн-дебатам.

Видите ли, любой может быть тем, кем пожелает, скрываясь за экраном компьютера. Включая ВАС. Иногда это даже помогает вам создать «альтер эго» или личность, которую вы используете в маркетинговых целях. Фактически, некоторые опытные маркетологи создают несколько разных личностей, которые сражаются на обеих сторонах, Добра и Зла.

Суть в том, что это работает. И хорошо работает для многих. Да, это немного коварно. Но это похоже на то, как если бы авторы писали под «псевдонимом». И многие из этих знаменитых парней и девушек делают это постоянно.

Кроме того, когда вы хотите создать большую полемику, иногда предпочтительнее использовать онлайн-персону, чтобы принять на себя удар. Возьмем, к примеру, Богатого Придурка. Он относится к своим потенциальным клиентам и нынешним клиентам как к мусору. Разговаривает с ними свысока на каждом шагу. Даже когда они умоляют его о помощи, он все равно, ну, большой ПРИДУРОК. Это часть игры в образ. Вы должны сделать это правдоподобным, продолжая это. Вы не можете остановиться и быть «милым», когда у кого-то проблема. Тогда вас заклеят как мошенника. Нехорошо, особенно когда вы пытаетесь создать «честную» репутацию в сети.

Да, я знаю настоящую личность «Богатого придурка», но я НЕ раскрою ее здесь. Или где-либо еще. Это было бы плохой услугой для богатства знаний, переданных его клиентам. Что поднимает еще один вопрос при решении использовать онлайн-образ. . .

Вы умеете хранить секреты??

Если можете, то все готово. Если нет, то, возможно, вам стоит оставить этого грязного маленького негодяя в покое, пока вы не научитесь держать рот закрытым! Иначе он подорвет вашу надежность. Опять же, это плохо с большой буквы.

Есть много маркетологов, которые используют в своих отчетах мистера Х., мистера J., мистера В. и т. д., не принимая при этом на себя скрытную персону. Они просто выдумывают кого-то. И не просто ЛЮБОГО. Обычно этот мистер «кто-то» раскрывает какую-то секретную информацию, которая не должна была быть раскрыта никому. Непослушный, непослушный, мистер такой-то.

Иногда это даже заходит так далеко, что «пускает пыль в глаза» с помощью силы видео. Помните, «весь мир — сцена, а люди — всего лишь актеры». Однако некоторые интернет-маркетологи очень, очень хорошие актеры и могут заставить вас искренне поверить, что то, что вы видите, — правда. Даже если все это было подстроено.

Или не было подстроено? Мы никогда не узнаем наверняка. НО мы ЗНАЕМ, что эта методология заставляет нас хотеть узнать больше, выхватывая наши кредитные карты и платя за это.

Есть что-то почти соблазнительное в человеке, который не боится. Они каким-то образом становятся для нас невоспетым героем. Вот это да! Рискует так многим, чтобы дать нам информацию. Какой молодец! Они делают то, о чем мы только мечтаем. И это заставляет нас слушать или смотреть.

Итак, этот дерзкий маленький трюк предназначен для тех, кто храбр сердцем и умеет хранить секреты. Если вы можете, то используйте это в своих интересах и станьте тем, кем вы всегда хотели быть ;-).

6. Вы ВСЕ ЕЩЕ можете зарабатывать деньги с помощью своего списка подписчиков. . . ЕСЛИ вы знаете трюк!

Боже мой. Я не могу начать рассказывать вам, сколько раз это короткое предложение было выплюнуто в онлайн-мире. Но что, если это неправда? Что, если это была маленькая «белая» ложь, чтобы заработать больше денег для ее автора? Неужели это действительно так??

Ну, на этот вопрос нет простого ответа. Это и Да, и Нет.

По правде говоря, вы МОЖЕТЕ зарабатывать деньги на рассылке через свой информационный бюллетень или электронный журнал. Но вы НЕ МОЖЕТЕ предсказать эффективность, с которой вы будете получать эту прибыль.

Если вы спросите любого интернет-маркетолога, он скажет вам, что вы можете рассчитывать на получение по крайней мере 1% от своего списка рассылки. Что это значит? Ну, если у вас есть список, скажем, из 100 человек, и вы пытаетесь продать им продукт за 10 долларов, вы можете ОЖИДАТЬ, что сделаете 1 продажу(и) и заработаете 10 долларов.

Теперь, если вы продвигаете продукт стоимостью 197 долларов в качестве партнера и получаете за него комиссию в размере 50%, вы заработаете с ОДНОЙ продажи в общей сложности 98,50 долларов. Это большая разница, не правда ли?

Какова вероятность того, что вы заработаете эту почти 100-долларовую комиссию?

И возможно ли, что вы можете получить более высокий ожидаемый процент дохода, чем стандартный 1%?

Как правило, все зависит от того, кто у вас в списке. И сколько таких «кто» у вас в списке изначально.

То есть, если вы создали свой список, предлагая «бесплатные вещи» своим подписчикам, то вы можете ожидать, что вы заработаете ставку прибыли в размере 1%. Однако, если вы создали свой список из текущих клиентов, которые уже покупали у вас в прошлом, то вы можете ожидать, что ваша процентная ставка дохода значительно вырастет. Она может составлять от 2% до 100%!!

Ваши текущие клиенты — это то, где ваша прибыль поджидает вас. И гораздо, гораздо легче заработать эти \$98.50 комиссионных за более дорогие товары, когда вы знаете,

что люди, которым вы это предлагаете, потратят свои деньги. Кроме того, вы, вероятно, уже знаете, если ведете хороший учет того, кто и сколько тратит у вас, сколько продаж такого калибра вы можете ожидать.

Конечно, это не точная наука. Всегда есть место для человеческой ошибки. Или перерасчета ;-).

Это не значит, что вы не можете превзойти стандартную ставку заработка в 1% от «искателей халявы». Лучший способ работать с ними — предложить им что-то хорошее за небольшую цену. Обычно они на это согласятся.

Чтобы действительно получать хорошую прибыль от своего списка рассылки, есть секрет. Секрет в том, что... Имейте больше **ОДНОГО** списка!

Да. Вот именно. Вот в чем секрет. Теперь, если у вас есть только один список, на который вы полагаетесь, чтобы зарабатывать деньги, то вы уже знаете, чего ожидать. Одна продажа на 100 подписчиков. Но это уравнение **УДВАИВАЕТСЯ**, если у вас есть два списка, из которых можно извлечь прибыль. Хотите утроить его? Тогда заведите 3 списка. И так далее и тому подобное.

Вы думаете, что так называемые «гуру» полагаются только на один список для своего заработка? Если вы так считаете, то вы серьезно мечтаете! Конечно, у них больше одного списка. И самое приятное в этом то, что они **СПЕЦИАЛИЗИРУЮТ** все, что предлагают, в своих многочисленных списках, создавая «ниши».

«Ниша» — это конкретная тема. Ничего больше. Поэтому вместо того, чтобы выбирать общую тему, например, зарабатывание денег, вы сужаете ее до родителей-домоседов, зарабатывающих деньги. Затем, чтобы быть уверенным, что вы получаете прибыль с помощью своего маленького «нишевого» списка, вы продвигаете только те продукты или услуги, которые будут им полезны или помогут. **ВОТ** как вы зарабатываете деньги на списках рассылки. Так это делают большие парни. И именно так **Вы** должны это делать.

Поэтому наличие специализированных «нишевых» списков, и более одного, рекомендуется **ВСЕМ**, кто занимается онлайн-маркетингом. И, просто чтобы вы знали, если вы продаете что-то онлайн, то **Вы** — маркетолог. Ну, я сказал.

7. Фактор преувеличения

Все любят хорошие истории. Поэтому вполне логично, что вам следует стать мастером рассказа историй. Особенно в сфере интернет-маркетинга. И причина этого очень проста. Если вы можете связать хорошую историю с рекламным письмом вашего продукта, то у вас на руках может быть просто бестселлер.

Подумайте об этом. Разве продавцы не своего рода рассказчики историй? Конечно, они такие! Добавление отличной сюжетной линии к вашему торговому предложению может стать разницей между продажей и большим жирным гусиным яйцом. Истории передавались из поколения в поколение на протяжении многих лет. И каждый раз, когда их рассказывают, человек, рассказывающий их, раздувает их, чтобы сделать более захватывающими.

Конечно, это не явная ложь, а приправленная версия правды. Да. Некоторые в индустрии «м.и.» называют это «рекламой». Я называю это «специями». И, как всем известно, добавление правильных специй к блюду может иметь огромное значение во вкусе. И в общем наслаждении от этого блюда.

Базовое рекламное письмо действительно лишено продажного вкуса. Вот как это происходит. . .

Представляем "виджет № 7"

Вот что он делает

Вот сколько вы платите

Вот что другие сказали о "виджете № 7"

Загрузите свою копию сегодня

Довольно скучно, не так ли? Но что, если бы вы рассказали историю о том, почему был создан "виджет № 7"? Историю, которая имеет человеческую привлекательность. Это ключ к отличной истории, помещенной в остальное пресное рекламное письмо.
ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ.

Например, предположим, что вы только что закончили писать короткий отчет, описывающий опасности злоупотребления алкоголем. И предположим, что причиной, по которой вы его написали, было ухудшение здоровья близкого родственника. И затем

предположим, что им нужны дополнительные деньги, чтобы помочь покрыть расходы на врача. Но вы никогда не добавляете это в свое рекламное письмо. Вместо этого вы просто используете пресную, простую версию формата рекламного письма, показанного выше.

Какая трата денег!! Вы могли бы заработать гораздо больше денег, добавив свою личную историю в свое торговое письмо, это даже не смешно. Видите ли, люди захватываются трогательной историей и бросаются в действие. Иногда их интересует даже не продукт, а скорее ИСТОРИЯ, которую вы рассказали, и они просто хотят помочь.

Личные истории имеют очень странный способ дать другим понять, что по ту сторону монитора на самом деле есть человек. Вот почему они работают.

Вот еще один пример. Допустим, вы были в полном упадке и имели только 5 долларов на счету. Вы потеряли работу и не могли найти новую. И вдобавок ко всему вы собирались потерять все, что у вас было, свой дом, свою машину, может быть, даже свою семью, потому что вы были в нищете.

Затем, прямо перед тем, как вы собирались потерять подключение к Интернету, вы решили, что сделаете последнюю попытку, чтобы найти что-то, ЧТО УГОДНО, что может вам помочь в Интернете. И вот тогда это произошло! Вы нашли свое решение. И это стоило всего ПОЛОВИНУ от 5 оставшихся у вас баксов.

И в свою очередь, потраченные вами 2,50 доллара на самом деле принесли вам 2500 долларов чистой прибыли!! Тем самым спасая вас от полного банкротства и спасая вашу семью в процессе. Теперь все счастливы. Вы зарабатываете тысячи в месяц, и жизнь прекрасна.

Теперь предположим, что вы хотите поделиться тем, что сработало для вас, с другими, которые могут оказаться в том же трудном положении, что и вы, всего несколько месяцев назад. За те же 2,50 доллара, которые вы изначально заплатили. Вы думаете, что эта история может вас заинтересовать? Я так думаю.

Все ЛЮБЯТ трогательные истории. И почти все ЛЮБЯТ счастливый конец. И все ЛЮБЯТ шанс заработать деньги. Итак, теперь у вас есть три ключевых ингредиента, чтобы ВАШЕ предложение продавалось как лесной пожар...

1. Отличная история

2. Счастливый конец

3. Решение для зарабатывания денег по цене, которую может себе позволить КАЖДЫЙ!

Вот и все. Рассказывание истории — мощное оружие в мире маркетинга. Вот почему так много интернет-маркетологов используют его. Они ЗНАЮТ, что это работает. И работает безотказно. Каждый раз.

Итак, прежде чем выпустить свой следующий продукт, почему бы не добавить немного личной истории в смесь. Это может означать разницу между несколькими «хитрыми» продажами и целым потоком продаж.

Я рекомендую этот небольшой трюк всем, кто планирует продавать что-либо в Интернете. Или за его пределами, если на то пошло. Это — первоначальный шаг для максимизации вашего потенциального дохода.

Инфобизнес с нуля до PROfee

Хотите стать востребованным автором, у которого люди готовы покупать что угодно на высоком уровне доверия? Мечтаете о создании собственного онлайн-бизнеса, который приносил бы доход, давал бы свободу и позволял делиться знаниями с миром?

Ваша мечта может стать реальностью с данным уникальным продуктом, который возьмёт вас за руку и проведёт от абсолютного нуля до профессионального уровня инфобизнеса!



[Узнать подробнее>>](#)

8. Бомжи ДЕЙСТВИТЕЛЬНО зарабатывают деньги. . .Онлайн

Бомжи. Какая первая мысль приходит вам на ум, когда вы слышите это слово? Человек, живущий на улице и просящий милостыню? Ну, в офлайне это, вероятно, довольно хорошее визуальное описание. Может быть, без предыстории, но мы говорим о вашей ПЕРВОЙ мысли или впечатлении.

Однако, когда дело доходит до бомжей ОНЛАЙН, описание совершенно иное. Маркетинговые «бомжи» — это люди, которые выбирают легкий путь к получению прибыли в Интернете. И вот как они это делают. . .

Маркетинговый «бомж» либо пишет свою собственную статью, либо перепечатывает статью другого автора на 300-800 слов в нескольких местах, таких как бесплатные каталоги статей, или на своих собственных веб-сайтах, включая блоги. Кстати, блоги — отличное место для публикации статей.

Но внутри статей они прячут несколько разных источников дохода, таких как Google Ads, партнерские ссылки и ссылки на свои собственные избранные веб-страницы, которые предназначены для продажи ОДНОГО продукта за раз.

И все эти маленькие зарабатывающие деньги крупницы совпадают с темой, обсуждаемой в их статье. Что действительно круто в маркетологах-бродягах, так это то, что они почти ничего не делают, кроме как пишут короткие статьи и предлагают их бесплатно всем, кто хочет их прочитать, и все равно умудряются получать довольно хорошую прибыль.

Итак, они зарабатывают деньги, раздавая бесплатную информацию. Помимо этого, они также создают себе репутацию ценного человека для других, предоставляя такую ценную информацию бесплатно. Умные маленькие кроссовки!

Несмотря на то, что этот метод не является «новым» по определению, это метод, который приносит положительные результаты тем, кто его использует. Конечно, каждый заработает разную сумму. Кто-то заработает мало. А кто-то заработает много. Все зависит от приложенных усилий. То есть, если вы выпустите или опубликуете только несколько статей, усеянных вашими приемами зарабатывания денег, то вы можете ожидать увидеть небольшую отдачу от своих усилий.

С другой стороны, если вы публикуете, скажем, 100 статей, это увеличивает ваши шансы заработать больше маленьких струек прибыли. Маркетинг бездельников заключается в том, чтобы ваши статьи попали в онлайн-циркуляцию во всех возможных

местах, чтобы их прочитали, и, что самое важное, ваши маленькие денежные «самородки» увидели и нажали. Надеюсь, конечным результатом станет продажа.

Если вы маркетолог бездельников, то вы своего рода партнер. Либо вы партнер для кого-то другого, либо для себя. Или для обоих. Помните, все дело в количестве. Больше статей с большим количеством ссылок, приносящих доход, равнозначно большему количеству шансов получить прибыль для вас.

С учетом сказанного, есть много мест, где вы можете узнать больше об этом методе «бездельников», потому что есть много разных способов сделать это. В сети есть много «бездельников», которые являются отличными ступеньками в мир маркетинга бездельников. Если вы впервые читаете о маркетинге в стиле bum, то будет очень хорошей идеей проверить некоторые из этих мест, поискав их с помощью вашего любимого веб-браузера, чтобы узнать больше об этом процессе, прежде чем вы прыгнете с головой в этот грязный трюк.

Это фантастический маленький трюк, и его должен использовать каждый, у кого есть веб-сайт. И его также должен использовать каждый, кто хочет добавить больше потоков прибыли к своим существующим.



Две модели построения Инфобизнеса

Прежде чем подойти к инфобизнесу Вы должны понять, для себя: тянет ли Вас сюда, получаете ли Вы от этого удовольствие, можете ли Вы заинтересовать и повлечь за собой кого либо? Это очень важно для того, что бы правильно подобрать способ заработка, который подходит именно Вам. В книге эти способы рассмотрены более тщательно, и Вы сможете выбрать свой.

[Узнать подробнее>>](#)

9. «Выжимание прибыли»

Выжимание больше не ограничивается апельсиновым соком. Нет. Когда мы говорим об онлайн-выжимании, мы говорим о создании списка рассылки. Просто и понятно. Вот краткое описание процесса выжимания...

1. Вы создаете страницу подписки на рассылку и делаете ее первой и **ЕДИНСТВЕННОЙ** страницей, которую видят посетители вашего сайта, когда заходят на него
2. Вы предлагаете бесплатную информацию, имеющую **ЦЕННОСТЬ**
3. Вы получаете подписчиков
4. Вы создаете свой список рассылки
5. Вы **УВЕЛИЧИВАЕТЕ** свои шансы зарабатывать деньги снова и снова

Теперь вы понимаете, о чем вся эта маркетинговая «суета», когда речь идет о страницах захвата? Они могут быть более прибыльными для вас, чем торговля на фондовом рынке апельсиновым соком. Почему? Ну, потому что со списком **ПРАВИЛЬНЫХ** подписчиков вы можете получать прибыль в течение всего года. И каждый год после того, как вы создадите свой список, так часто, как и каждую неделю!

Однако, чтобы сделать страницу захвата эффективной, вы должны делать это правильно. Если все сделать правильно, вы можете создать список из тысяч голодных подписчиков, с нетерпением ожидающих вашего следующего письма. И это главная цель.

Вот несколько вариантов страниц захвата . . .

1. Используйте его в качестве главной страницы вашего сайта и предлагайте только процесс подписки, чтобы получить то, за чем ваши посетители пришли на ваш сайт.
2. Используйте метод подписки после того, как ваши посетители что-то у вас купили, добавив форму подписки на рассылку **ДО** того, как они перейдут к ссылкам для загрузки.
3. Используйте страницу со ссылкой на подписку для любых бесплатных раздач,

которые вы проводите.

4. Используйте метод страницы подписки, чтобы ваши посетители могли увидеть, «соответствуют ли» они требованиям для добавления в ваш список рассылки, чтобы получать специальные предложения и уведомления о предстоящих специальных предложениях или предложениях, которые вы настроили сами или являетесь партнером.

Это всего лишь несколько различных способов использования метода . Но конечный результат всегда один и тот же. . . Дайте им что-нибудь хорошее и создайте свой список рассылки.

Тяжелая работа по удержанию этих подписчиков начинается ПОСЛЕ того, как вы добавите людей в свой список. Вот как вы их удерживаете. . . Продолжайте давать им ценность с каждой отправляемой вами рассылкой. Будь то информация, продукты, бесплатные товары или что-то еще, это должно быть ценным. Даже если это только «воспринимаемая» ценность, убедитесь, что восприятие находится на правильном конце, на стороне подписчика, а НЕ на вашей.

Создание страниц захвата — это такое огромное дело, и это правильно, есть множество продуктов, которые были созданы только для этого процесса. Все они разработаны с ОДНОЙ целью. . . чтобы помочь вам создать отличную страницу захвата.

Это грязный трюк с суперприбыльными пропорциями, и он настоятельно рекомендуется всем, кто занимается любым видом бизнеса через Интернет.



Строим взаимоотношения со своими подписчиками

Умение строить отношения с подписчиками — это целое искусство. И это основа успеха в email-маркетинге. Ведь довольно непросто завоевать лояльность подписчиков, но очень легко ее потерять. Чтобы хорошо и много зарабатывать на рассылке, вам нужно хорошенько

поработать над тем, чтобы вас уважали и вам доверяли.

«Строим взаимоотношения со своими подписчиками» — это книга, в которой совершенно нет «воды». Да-да — здесь собраны исключительно практические советы по типу «возьми и сделай». Вы удивитесь тому, насколько просты многие секреты. Но то, что сложно, работает не всегда — сила в этой простоте.

[>>Узнать подробнее](#)

10. Миф о SEO... Э-э... Хитрость

SEO. Изобретение маленьких умных куки-файлов. И я НЕ имею в виду куки-файлы, сгенерированные компьютером!

Хм. Я ведь сказал и «миф», и «трюк», не так ли? Знаете, в названии этой главы? Это потому, что SEO глубоко укоренено в обоих! Запутались? Вы должны были.

Видите ли, когда SEO только начиналось, речь шла об использовании определенных ключевых слов и их изобилии на ваших страницах, чтобы вы получили более высокий рейтинг в поисковой системе. Теперь речь идет об использовании этих определенных ключевых слов и добавлении БОЛЬШЕ определенных ключевых слов на страницы вашего веб-сайта, генерируя «длиннохвостые» поисковые строки.

Что скажете?!?

Да. Это немного сбивает с толку. Так что давайте начнем с объяснения того, что такое SEO. SEO означает Search Engine Optimization (оптимизация поисковой системы). И это означает, что вы используете ключевые слова и фразы, которые вы размещаете на страницах своего веб-сайта (да, включая метатеги *^_^*), чтобы помочь страницам ВАШЕГО веб-сайта попасть в топ поисковых запросов, используемых людьми через поисковые системы, такие как Google и Yahoo!. По сути, SEO — это метод, с помощью которого вы пытаетесь разместить свой веб-сайт на первой странице любой поисковой системы.

Место вашего сайта на первой странице поиска, которое возвращается, считается вашим «рейтингом». Если вы находитесь в первой пятерке или шестерке, у вас все хорошо. Поздравляем! Но если вы в первой тройке, ну, вы делаете выдающиеся дела!! А быть в первой тройке или даже стремиться быть номером один — это главная цель SEO.

Итак, «миф» заключается в том, что если вы окажетесь на первой позиции в поисковых системах, то вы определенно увеличите свой трафик, тем самым увеличив свою прибыль. Правда в том, что если бы вы были на первом месте, вы бы увидели увеличение трафика или посетителей на вашем сайте. МИФ в том, что просто потому, что вы бы привлекли этих посетителей, вы бы заработали больше денег.

И это просто ЛОЖЬ. Давайте будем откровенны. Если у вас нерешительная веб-страница, которая не заставляет ваших посетителей хотеть предпринять действия, то

вы не увидите никакого увеличения прибыли.

Видите ли, привлечение людей на ваш сайт — это лишь малая часть успешного, приносящего деньги сайта. Есть и другие факторы, которые играют роль при попытке заработать деньги в Интернете. SEO — это только один из них. Факт остается фактом: вы можете получать тысячи посетителей в день и ничего не продавать. И если это так, то вам нужно внимательнее рассмотреть не только макет вашего сайта, но и «призыв к действию» на вашей странице. Возможно, даже ваше описание или продающий текст. В этом могут быть проблемы.

Затем, где-то по ходу дела, правила оптимизации ваших веб-страниц изменились. И все потому, что интернет-маркетологи стали умнее.

Вот это захватывающе. Это та самая «хитрость», о которой я упоминал. Вместо того, чтобы использовать одно и то же ключевое слово снова и снова на своих страницах и, конечно, вылетать из рейтинга поисковой системы, теперь хитрость заключается в использовании ключевых слов с «длинным хвостом». Я слышу, как вы говорите: «Что, черт возьми, такое ключевое слово с «длинным хвостом»?». Подождите, потому что я собираюсь вам рассказать.

Поиск с «длинным хвостом» — это поиск, в котором определенная фраза, состоящая из нескольких ключевых слов, используется для поиска того, что ищет пользователь через поисковую систему. Например, кто-то искал «рецепты подливки». Это, вероятно, даст слишком много результатов, и поэтому пользователю придется выполнять больше поиска. Но если этот же человек добавит слово «курица» или «коричневый» к другим ключевым словам «рецепты подливки», то он получит более точные результаты.

Таким образом, фраза «рецепты куриной подливки» считается поисковой фразой с «длинным хвостом». Я вижу, как загораются огни ;-). Вы понимаете! Что мощного в «длиннохвостых» поисковых фразах, разбросанных по вашим веб-страницам, так это то, что они естественным образом будут ранжироваться выше в поисковых системах.

Естественно? Да. Это означает, что вам не придется делать никакой работы, чтобы ваши страницы приблизились к верхней сетке. Он сделает все сам, без дополнительных усилий с вашей стороны! Так что, может быть, пришло время вам вернуться и попробовать вставить несколько дополнительных конкретных ключевых слов, чтобы получить эту «длиннохвостую» поисковую строку и повысить свой рейтинг.

Этот грязный маленький вонючка настоятельно рекомендуется каждому интернет-маркетологу на планете. И, конечно, также рекомендуется всем, кто хочет получить

более высокий рейтинг в поисковых системах ;-).

11. Дешево снова в моде

Этот грязный маленький трюк должен быть одним из моих самых любимых, когда дело доходит до грязной игры. Причина в том, что он выравнивает игровое поле интернет-маркетинга и зарабатывает деньги для «маленького парня или девушки». При всем уважении к «главным боссам», которые сосредоточены на продаже «дорогих» товаров, «дешевизна» — это фантастический способ быстро заработать деньги в Интернете. Прямо в точку.

Самое тревожное то, что этот грязный трюк «дешевизна» совсем не нов. На самом деле, он существует уже давно. Но только сейчас он возвращается в основной поток маркетинга с полной силой. И все началось с небольшого отчета под названием «Секреты за 7 долларов».

Конечно, информация не была чем-то «сногшибательной», но небольшой дополнительный скрипт, который прилагался к нему, был фантастическим! Он давал читателям возможность делать то же, что и автор, не будучи компьютерным гиком и не зная кучу кода. Это виртуальный скрипт «plug-and-play», который помогает вам зарабатывать деньги, продавая отчет «Секреты за 7 долларов» или ваш собственный продукт, а также позволяет вам одновременно создавать свой список рассылки.

Плюс, он сделал еще одну вещь. . . Он позволил вам позволить вашим покупателям перепродавать продукт, который Вы продаете, не делая ничего, кроме продвижения ссылки. Что-то вроде партнера, но этот партнер получает 100% от продажи. Так что эта маленькая красавица выполняет двойную работу для вас. Работает для вас И работает для ваших клиентов.

Отличный трюк! Вы получаете хорошую информацию И потрясающий скрипт многократного использования менее чем за 10 долларов. Эти три вещи в совокупности увеличивают воспринимаемую ценность, которую мы обсуждали ранее.

Этот продукт в стороне, трюк с «дешевизной» — это превосходный способ быстро заработать деньги. Как я уже говорил. И вот почему я так говорю. . .

У большинства людей нет лишних 300 долларов, которые они могут потратить, когда им захочется. У большинства людей есть около 10% от этого. Или, может быть, даже меньше. И эти люди, те, у кого есть около 30 долларов, чтобы потратить, значительно перевешивают тех, у кого есть сотни, чтобы потратить. Поэтому эта концепция подходит им.

И поскольку есть больше тех, у кого есть очень мало, чтобы потратить, вы, скорее всего, получите больше от них, чем от «больших париков». Большинство людей просто не могут позволить себе их высокие цены. Конечно, информация, вероятно, первоклассная и стоит своих денег. Но у кого есть столько денег, чтобы потратить без какой-либо гарантии возврата этих первоначальных затрат???

Появляется «дешевый» интернет-маркетолог. Их много. Просто не так хорошо известны, как «большие собаки». Но многие из «больших собак» отвоевывают свой собственный маленький уголок «дешевых» продуктов в онлайн-мире. И все из-за этого маленького отчета «Секреты за 7 долларов». Вы можете в это поверить?!? Ну, это правда.

Подумайте об этом, большинство «гуру» скажут вам «работать умнее, а не усерднее», чтобы заработать деньги. То есть, продавайте дорогие товары и продавайте их меньше, вместо того, чтобы продавать дешевые товары и продавать их больше, чтобы сравняться с тем, что вы продали по отношению к дорогим товарам.

ОДИН фактор, который они не учитывают, заключается в том, что у большинства людей не так много денег, чтобы тратить. Но у этих же людей есть МАЛО денег, чтобы тратить. Это те люди, на которых вы охотитесь. Вот разбивка...

Крупный маркетолог №1 продает продукт по \$97 за штуку и совершает 5 продаж, зарабатывая \$485.00

Маленький маркетолог №2 продает товар по 7 долларов за штуку и совершает 70 продаж, зарабатывая 490 долларов

Маленький маркетолог заработал на 5 долларов больше, чем большой парень. И предположим, что у обоих маркетологов одинаковое количество людей в списках рассылки. Допустим, у них в общей сложности 4000 подписчиков. Теперь можете ли вы угадать, у кого был более высокий коэффициент конверсии продаж? Да. У маленького маркетолога!

И все потому, что цена была ниже, чем у Большого маркетолога номер один. Каким маркетологом вы бы предпочли быть? Да. Я тоже ;-).

Последнее, о чем стоит подумать, прежде чем вы отбросите этот маленький грязный трюк: когда вы идете в розничный магазин и хотите купить книгу, сколько Вы готовы заплатить за эту книгу? 97 долларов или 7 долларов? Я думаю, ответ здесь предельно ясен. Итак, если вы сами даже не допускаете мысли заплатить около ста долларов за

печатную книгу, то почему, мой дорогой друг, вы ожидаете, что кто-то другой заплатит столько же за цифровую?!?

Всегда ставьте себя на место потенциального покупателя, когда продаете цифровые продукты. Так вы добьетесь большего успеха. И это ПРАВДА!

Итак, мы завершаем эту последнюю грязную маркетинговую уловку, которую я лично рекомендую каждому существующему интернет-маркетологу. Подумайте об ее использовании. Даже если ваш основной бизнес — продажа дорогостоящих продуктов. Худшее, что вы можете сделать, — это заработать немного дополнительных денег.

Заключение

Ох, как быстро мы подошли к концу :-). Извините, что этот отчет был таким коротким. Но, опять же, это хорошо, потому что он не отнял у вас слишком много времени. Надеюсь, вы ушли с возросшими знаниями о том, как эти хитрые маленькие интернет-маркетологи засовывают вас в свои «задние карманы», чтобы увеличить свою годовую прибыль. И как использование этих грязных маленьких трюков может помочь ВАМ стать одним из них!

Да. Я признаю, что Я действительно ОДИН из этих хитрых маленьких маркетологов. Однако я также признаю, что я постоянно пытаюсь предоставить вам информацию, которую вы действительно можете ИСПОЛЬЗОВАТЬ. И по РАЗУМНОЙ цене. Или, говоря простым языком, доступной для масс.

Это то, чего БОЛЬШИНСТВО маркетологов НЕ будут делать. Причин много, но я сведу их в одно предложение. . . Если они дадут вам всю необходимую информацию в ОДНОМ продукте, то как еще они смогут обеспечить свой непрерывный «поток прибыли»???

Однако помните, что интернет это мир, который постоянно меняется. Поэтому информация будет устаревать и время от времени ее нужно будет ОБНОВЛЯТЬ. Или все полностью изменится, тем самым создав потребность в совершенно новом продукте по теме.

Так что, каким-то странным образом, интернет-маркетологи необходимы для увеличения нашей расширяющейся базы знаний обо всем «веб-». Просто убедитесь, что вы знаете, за какую информацию вы готовы платить, а какую готовы с полной уверенностью пропустить. Я искренне надеюсь, что этот отчет немного облегчил вам

процесс расшифровки, рассказав, какие типы «трюков» используют самые умные интернет-маркетологи. И чтобы вы тоже, если захотите, могли использовать их для увеличения своих усилий по зарабатыванию денег!

Это возможно. И Вы можете это сделать! Все, что вам нужно, — это сила знаний :-)

Желаю вам всего наилучшего в увеличении вашей базы знаний и эффективном использовании всех этих «грязных» маленьких трюков по зарабатыванию денег,



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>>](#)