

Вячеслав Балашов

Твоя успешная е-маил рассылка



www.ebookexe.ru

Содержание

Введение.

1. Как правильно вести рассылки и получать благодарности

- 1.1. Авторская рассылка
- 1.2. МЛМ - рассылка
- 1.3. Рекламная или партнерская рассылка
- 1.4. Франшиза

2. Механизм подписки

- 2.1. Страница подписки
- 2.2. Страница активации
- 2.3. Что такое нулевое письмо

3. Настройка писем

- 3.1. Типы автоматических рассылок
- 3.2. Интервал между письмами в зависимости от типа рассылки
- 3.3. Сплит-тестирование писем по заголовкам и по содержанию

4. Что продавать в рассылках

- 4.1. Количество рекламы и полезного контента в зависимости от типа рассылки
- 4.2. Продажи в 7 касаний
- 4.3. Рекомендации и партнерские продажи
- 4.4. Использование P.S. - как часто это нужно делать

5. Сплит тестирование

- 5.1. Использование аккаунта на Justclick и Smartresponder
- 5.2. Заголовок письма
- 5.3. Отправка письма
- 5.4. Ссылки в письме

6. Набор подписчиков

- 6.1. Бесплатные и их варианты + результаты
- 6.2. Платные - и как их лучше использовать
- 6.3. Партнерские - относительно бесплатные и их нюансы.

7. Практические примеры

8. Как сделать сегментацию подписной базы

- 8.1. Рекламная метка
- 8.2. Маркеры
- 8.3. Несколько страниц подписки

9. Полезные советы

Заключение

Права перепродажи.

Об авторе или кто я такой?



Интернет-предприниматель, который прошел длинный и тернистый путь от самостоятельной разработки сайтов и авторских блогов на заказ, до создания собственных информационных продуктов.

Настроил и внедрил систему продаж с повышенной конверсией.

Разработал [«Скрипт одноразового предложения 2.0»](#), который успешно используют многие инфобизнесмены.

Автор многочисленных практических пособий в области интернет-бизнеса и автоматизации технических процессов.

Серьезно занимаюсь реселлингом и делаю упор на качество продуктов – многие из них вы можете найти в популярных реселл-каталогах и таким примером может послужить данная книга.

Более полную информацию о тонкостях е-маил маркетинга и его инструментах вы можете найти на моем блоге Balashoff.ru

Данная книга написана исключительно из моего личного опыта и имеет формат живой истории. Поэтому вы не только узнаете про саму рассылку, но и окунетесь в мир обычного человеческого восприятия. Надеюсь, что вам будет полезно и интересно изучить данную книгу.

Желаю вам приятного чтения и успешного применения знаний, полученных из этого практического пособия!

Введение

В свое время я понял, что точечная работа с клиентами и обслуживание клиентов – это, с одной стороны, может приносить и определенные деньги, если к этому грамотно подойти. Но в основном это приносит большое эмоциональное и энергетическое расстройство и напряжение. Поэтому я искал варианты, как можно взаимодействовать с клиентом так, чтобы оставался доволен и клиент, и сколько нужно тратить энергии на него, как это обычно происходит в процессе прямого общения.

Таким образом, постепенно я подходил к Интернету, потому что знал, что в Интернете есть деньги. Они там лежат и скрываются и каким образом их достать – об этом расскажу дальше. Мы пойдем от простого к сложному.

Данная книга построена в виде собственной истории и несет только практический опыт накопленный в течении трех лет путем собственных проб и ошибок. Также некоторые примеры были подсмотрены у других авторов рассылок и на их основании сделаны соответствующие выводы. Одним словом – здесь собрана выжимка из практики и только практики, а внедрять те или иные механизмы зависит исключительно от вашего принятия или не принятия данных методов.

В книге приведены некоторые не совсем культурные термины – кому-то это может показаться не корректным и резать слух, но без данных понятий будет утерян эмоциональный смысл данного материала. Поэтому я прошу вас запастись терпением, чашкой зеленого чая с мелиссой и не заикливаться на словах, а обратить свое внимание на смысл в целом – тогда получение знаний будет гораздо эффективней хотя в идеале стоило бы параллельно с чтением книги набрасывать для себя заметки и смотреть на практике работу того или иного механизма.

Итак, вперед к победе над холодными клиентами и неразговорчивыми посетителями ваших сайтов!

1. Как правильно вести рассылки и получать благодарности

Скорее всего, вам известно, что такое е-маил рассылка и для чего она создается. На всякий случай, для тех, кто еще не в теме, скажу: е-маил рассылка – это универсальный инструмент любого маркетинга в Интернете, наиболее удобный инструмент, через который вы взаимодействуете с вашим клиентом, с вашим партнером. В зависимости от того, как вы выстраиваете отношения, благодаря е-маил рассылке, формируется ваш бренд, ваше предложение, и ваша узнаваемость на рынке.

Мы сразу не будем разбирать е-маил рассылки, которые практически заспамнили нас. Нам известны все эти моменты, когда вы открываете почту, а там просто хлам: по 10-20 писем от разных людей. Где они берут ваши адреса, вам неизвестно, но они шлют и шлют какие-то предложения, чтобы заработать денег. Мы этого не касаемся – мы разбираем бизнес в том понимании, в котором его представляют, а именно в классическом стиле. Я в последующем расскажу, как можно увеличить конвертируемость подписной страницы.

Рассылки, в том приоритете, в котором они встречаются наиболее часто. Прежде всего, авторская рассылка – это рассылка, которую вы ведете как автор. Допустим, вы пришли в Интернет и хотите заниматься позиционированием себя, чтобы ваши продукты продавались, чтобы люди узнавали о вас, чтобы ваше имя было узнаваемо, и люди подтягивались к вам. Когда вы автор, то вы автор собственной рассылки, вы автор блога, хотя может он вам в начале и не нужен. Но потом, в процессе, вы понимаете, что блог является прекрасным дополнением рассылки, он потом будет ее частью.

Блог – это ваш паспорт. Если у вас есть блог, на котором вы ведете информацию – кто вы, что вы, чем вы занимаетесь, что вы практикуете, какие услуги вы предлагаете – то человек в любом случае понимает, что вы живой человек. Он смотрит на стиль вашего блога, на стиль вашей подписной страницы. Если у вас есть контакты в социальных сетях, человек может посмотреть на ваши профили и понять, что вы живой человек, как вы себя позиционируете, чем вы занимаетесь. Доверие, соответственно, повышается, человек охотнее оставляет свои контакты вам, когда видит, что вы открыты миру, у вас есть лицо, страницы в соцсетях, которые не просто наполнены перепостами, а там есть информация, связанная с вами, с вашим бизнесом.

Дальше идет МЛМ-рассылка – большинству известно, что сейчас удобно продвигать МЛМ-компании, строить структуры с этой помощью.

Чуть позже мы будем это разбирать. Потом рекламная идет рассылка, на последнем месте идет франшиза с правом перепродажи. По поводу рекламной (партнерской) рассылки: это отдельная тема, много в ней отдельных моментов, но по поводу франшизы я хотел уточнить, что в принципе, если вы пришли в Интернет, и вы абсолютный новичок, вы что-то знаете и имеете, но у вас не получается – то вам проще взять франшизу.

*Партнерские статьи и ссылки могут комбинироваться практически со всеми типами рассылок если соблюдать правило 80/20

К примеру, я в свое время брал блок франшиз и настраивал их, каждый из них в определенное время приносил результат. Я отметил звездочкой партнерские ссылки, которые могут вступать и входить в любые типы рассылки с сохранением правила 80/20. Это имею в виду, что вы даете 80% своего контента, либо который ведет ваша компания, либо вам помогают фрилансеры или другие авторы, и 20% рекламы. В таком соотношении, примерно, нужно вести рассылку. Не то, чтобы нужно, желательно соблюдать соотношение подписчиков, которые пришли и те, которые отписались. Отписки естественно неизбежны.

Следующий пункт – это сервис рассылок, что он из себя представляет? Страница подписки, страница активации, страница благодарности за подписку, нулевое письмо. Скажем так, страница подписки – это уже то, на что приходит ваш подписчик. Из чего она состоит, и самое главное, что на ней изображено. Конверсия заключается от многих составляющих, начиная от цветов и заканчивая вашим предложением и слоганом. Самое главное, это страница активации, мы чуть позже коснемся ее, какие они бывают, почему бывает много подписчиков, которые не попадают к вам в базу. Это страницы активации. Самое главное еще – это страницы благодарности за подписку и нулевое письмо.

На этих вещах можно строить первый свой бизнес. И практически не важно, с какими из типов рассылочных сервисов вы будете заниматься, но монетизировать уже можно благодаря нулевому письму и странице благодарности.

1.2 Авторская рассылка

Авторская рассылка стоит больше внимания изначально, потому что в основном все продажи, все продажи и деньги в дальнейшем и будущем будут идти благодаря авторской рассылке. В основном, люди проникаются доверием именно к автору, не к какому-то гуру, не к компании, а к именно вам, как к живому человеку. Здесь есть как

плюсы, так и минусы. Самой большой плюс – к вам начинают проникаться доверием. Если ваша рассылка качественная, если вы соблюдаете определенные базовые каноны, то вы подписчиков набираете быстро, и они с удовольствием будут платить вам деньги, если вы предлагаете им качественный контент и решение их проблем.

При этом, формируется ваше имя и ваш бренд, который с каждым днем, с каждым годом, будет все больше работать на вас. Представьте построение здания: если вы его будете строить методично днем за днем, то у вас будет хороший результат. Точно также происходит и с брендом: если вы его будете формировать с помощью рассылки, доносить до людей вашу информацию, то успех вам будет гарантирован. Со временем вас будут рекомендовать другим. Если у вас хороший продукт, допустим бесплатный или даже платный, но вы его не впариваете, а рекомендуете, и этот продукт решает проблему ваших подписчиков, то вас со временем будут рекомендовать другим. Человек решил свою проблему, он благодарен вам за это, если у вас цена будет не завышена, а качество продукта будет на хорошем уровне, то почему бы вас не порекомендовать другому?

Страница подписки на конкретный авторский продукт

Узнайте Какие Проблемы Могут Возникнуть При Работе С Партнерскими Програмами!

Прочитав Эту Книгу Вы Сбережете Массу Нервов При Работе С Партнерками - Ведь Эту Информацию От Вас Скрывают 95% Инфобизнесменов!



Заполните Форму Ниже И Получите Книгу

Введите ваш e-mail

Отправить

100% гарантия конфиденциальности ваших данных и отсутствия СПАМа!

Обычно, это зависит от ваших методов и количества денег, потому что я знаю случаи, когда люди стартовали молниеносно. Практически со старта, но это потому что, сразу вкидывали большое количество денег и у них были люди, которые их продюсировали. Нужно понимать свои силы, если у вас есть время – вы тратите свое время, если у вас есть деньги, лучше найти такого «импресарио», который будет делать эту работу. Тут надо тоже смотреть, чтобы не ошибиться, потому что люди есть разные – вы можете им скинуть деньги и не получить результат.

Для авторских рассылок требуется слишком много времени. В некоторых случаях, до нескольких лет, чтобы выстроить свой бренд и построить отношения с подписчиками. Потому что подписчик – это

живой человек со своими проблемами и со своими насущными ситуациями. Нужно понимать, что он подписан не только на вас, он подписан на несколько авторов. Лично я прекрасно понимаю, что многие подписаны на 30-40 рассылок. Минус – это то, что у вас в голове образуется каша от количества поступающих предложений и теряется концентрация внимания на основном моменте вашего интернет-бизнеса. Например, я сейчас подписан на несколько десятков рассылок, но это всего лишь несколько авторов с разными рассылками.

Есть такая особенность - у одного автора может быть несколько рассылок. У одного автора есть четыре рассылки, и я на них все подписан, потому что автор мне реально интересен. Точно также ваш подписчик, он может быть подписан на несколько авторов и десятки рассылок. Поэтому, когда вы ему присылаете письмо, возможно, он его не прочтет, потому что у него кавардак в почте. Тут из минусов – требуется много времени, чтобы войти в доверие с подписчиком, но когда вы входите в доверие, все становится проще.

Подписчик будет сам ждать вашего письма и сам выйдет с вами на контакт. Из минусов также то, что часто покупать сразу не будут, если вы еще не показали подписчику решение его проблем. Он не будет покупать сразу. Почему не будут покупать часто? Потому что, когда вы приходите, у вас нет такого продукта, которого нет в Интернете. Люди, которые собрали несколько продуктов до вас, у них есть ассортимент. Сейчас дам вам такую «фишку» интересную.

Страница подписки на отдельную авторскую тематику

Создание интернет-бизнеса на личных примерах

Узнайте как превратить ваш блог в магнит для посетителей!



Узнать сейчас!

Чтобы получить бесплатный Доступ введите Ваше Имя и Email в форму ниже

Введите ваше имя

Введите ваш e-mail

Получить сейчас!

Ваши данные защищены на 100%! Я гарантирую защиту от СПАМ!

После подписки Вам сразу же будут высланы три плагина для увеличения посетителей на блоге, а также Вы:

- ✓ узнаете простые методы организации продаж через блог
- ✓ научитесь создавать бесплатную рассылку
- ✓ автоматизируете прием платежей
- ✓ сможете настроить бесплатный скрипт рекомендаций
- ✓ получите множество фишек по настройке блога

© 2011 Вячеслав Балашов | Все права защищены.

Когда человек к вам приходит в рассылку и заходит на ваш блог или в ваш магазин и видит два продукта – это один момент. Он начинает выбирать между вами и тем парнем, у которого 12-15 продуктов, о котором кричит весь Интернет. Если он заходит к вам на страничку и видит хотя бы 8 продуктов и, при чем эти продукты в разных ценовых категориях, и они решают разные проблемы, то у человека не будет возникать выбора между вами и тем парнем. У человека будет возникать выбор между вами и вами. Это важный момент, когда у вас есть линейка продуктов, то это удерживает клиента. У него не возникает желания уйти, если он пришел, то он уже эмоционально готов. Вопрос о том, уйдет он к другому или останется у вас – вопрос таких фактов, как тот же внешний вид или оформление вашего сайта.

Из минусов – забирает много времени. Это изготовление продуктов и написание качественных писем. Это «фишка» из опыта, мы регулярно общаемся с коллегами и смотрим на моменты. Когда человек приходит и покупает у другого, или не завершает покупку, потому что у него есть альтернатива. Понятно, что альтернативы есть всегда, но, когда альтернатива «у вас или у вас» - тогда альтернатива в вашу пользу. Если альтернатива «у вас или у того парня», то тут уже 50/50. Конечно, было бы очень здорово, если делать много продуктов своих

собственных или предлагать ресселинговые продукты, есть такая «фишка».

Если вы предлагаете свои и ресселинговые продукты, это лучше, если вы предлагаете только ресселинговые. Если продукты заезженные, которые на каждом углу, это вызывает вопрос, лучше найти те ресселинговые продукты, которые еще не распространялись в таком количестве. Можно сделать ребрендинг – это когда вы берете чужой продукт и делаете по лицензии свою обложку. Дальше я покажу пример одной франшизы, там сделан ребрендинг и есть неплохая конверсия. Если вы будете напрягаться чуть больше, чем остальные, у вас будет больше «выхлоп», потому что, то, что я написал, что забирает много времени и энергии, со временем это решается.

Когда вы начинаете вести свою авторскую рассылку, у вас вырабатывается собственный стиль написания писем. Если вы ведете эту рассылку, пишите письма в спокойном расслабленном состоянии, у вас нет эмоционального срыва, вам будет требоваться от 15 минут, до получаса, чтобы написать более-менее нормальное письмо. Бывают моменты, когда вы пишете письмо, потому что надо что-то написать – обычно такие письма не работают, люди это чувствуют. Поэтому тут есть личный опыт: если у вас есть необходимость написать письмо завтра, сделайте это сейчас, и сделайте его красивым. Пусть даже его прочтает 20% ваших подписчиков, не важно, какая у вас база. Человек будет читать и проникаться, он будет чувствовать, что вы искренне его писали, дали людям позитив, это сыграет больше в вашу пользу, чем вы просто возьмете и напишите просто стандартное письмо.

Со временем это решается, когда вы делаете быстрые письма, и при этом качество не теряется. Вы быстро пишете письма и передаете ваш стиль. Я не говорю про видео, вы просто передаете ваш стиль, это надо тестировать.

1.3 МЛМ-рассылка

Я не буду на ней долго останавливаться, потому что мы можем об этом говорить очень долго. По поводу МЛМ-рассылки, тут интересная «фишка» есть, что ее можно использовать многогранно. В принципе, авторскую рассылку можно тоже использовать для достижения нескольких источников как дохода, так и результатов.

Многие допускают ошибки, МЛМ это не хорошо и не плохо, это нормально. Многие авторы делают ошибку, пытаются сделать побольше объемов, чтобы структуру вырастить, чтобы быстрее и больше сделать. Их стимулируют на лидера, говорят давай работай! С

одной стороны – это хорошо, с другой стороны, вы должны понимать, если вы не хотите писать или не можете, лучше этого не делать. В любом случае, стоит продвигать себя, как специалиста и параллельно говорить о своей компании. Но, продвигать себя как специалиста можно в любой сфере, все зависит от того, с кем вы общаетесь. Потом, промежду прочим, вы можете заинтриговать, но это несколько отдельная «фишка».

Из плюсов, вас сразу начинают воспринимать, как специалиста. Это похоже на авторские рассылки, только вы продвигаете не свои продукты, а продукты компании. В принципе, это гораздо проще, можно сказать, хотя вопрос спорный: что проще и где больше конкуренция? Вас начинают рассматривать как специалиста и доверять, если вы помогаете решать проблемы человека. Здесь вы начинаете достаточно быстро зарабатывать, предлагая качественные курсы или продукты.

Возьмем МЛМ-компании, которые занимаются хостингом, продвижением вебинарных сервисов, строением сайтов, респондеров и прочее. В принципе, эти вещи востребованы, в каждой компании отточены свои маркетинговые инструменты. Когда вы просто рекомендуете человеку воспользоваться, рекомендуете решить свою проблему, это встречается сплошь и рядом – когда человек приходит в Интернет, он готов заплатить любые деньги, лишь бы решить технические проблемы. Многие МЛМ-компании эти вопросы решают, когда человек подсаживается на определенный сервис, вносит свою абонплату регулярно, вы с этого получаете свои проценты.

Потом уже можно работать с ним как с партнером или оставить его в роли клиента. Вы, также, расцениваете себя как бренд, потому что вы занимаетесь рекрутированием, и в этом нет ничего сложного и страшного. Продавать, рекрутировать – это нормально. Лидерство – это вовлечение, единственное, вам нужно смотреть: вовлечение куда или на кого? Вовлечение в компанию, в МЛМ-компанию, многие говорят: «Моя МЛМ-компания». На самом деле это не так, человека вовлекли, и он работает. Но, когда человека привязываете к себе, то он за вами потом готов идти в любую компанию, главное, чтобы вы его не обманывали. Доверие – это дело серьезное и я не буду касаться морально-этических вещей, но со временем, то, что мы видим сейчас в инфо бизнесе, это просто нонсенс и большинство в этом плане разочаровывается.

Из минусов – то, что вы постоянно будете получать возражения. Даже если вы автор, вам будут писать на почту, в саппорт, в скайп, вы должны как лидер человека постоянно подстегивать и это не сложно. Те сетевики, которые уже давно работают, этой «фишкой» уже прониклись,

переступили. Кстати, из этого минуса можно сделать большой плюс: то, что нас не убивает, делает нас сильнее и когда вы сталкиваетесь с большим количеством возражений, тем больше вас это закаляет.

Естественно, вы будете получать массу предложений вступать в компании, вам будут предлагать бонусы, регалии, всячески переманивать. Поступайте так, как вы считаете нужным, только от вашего мнения и вашей совести зависит ваше дальнейшее поведение. Еще хочу сказать: вы будете постоянно получать предложения вступить не только в компании, вас будут приглашать в хайпы (HYIP) и сомнительные проекты. Вас будут, как лидера, постоянно куда-то пытаться выкупить и пригласить. Скажу честно, мы все люди понимаем, что деньги зарабатываются не так просто, в противном случае, мы все были бы миллионеры.

Из минусов – ваш спонсор в МЛМ окажется не только некомпетентным, он может просто отключиться от компании. Он наработал много клиентов, желая получать пассивный доход благодаря кому-то, но мой личный опыт говорит о том, что пассивный доход дается не за счет кого-то, а благодаря кому-то. В первую очередь вам: вы вкладываете свою энергию, а потом ваши усилия отдаются вам сторицей. Это как сад - вы выращиваете его и пожинаете плоды своих трудов спустя длительное время.

По поводу спонсора – вопрос ясен. Когда вы вливаетесь в вашу компанию, вот тут есть опасность, когда вы начинаете влюбляться. Это можно отнести к любой сфере – вы можете влюбиться в ваш продукт, влюбиться в ваш сервис и наделять его такими вещами, которыми он не обладает. Вы хотите выдавать желаемое за действительное и тут есть ошибки. Вместо того, чтобы создавать что-либо новое, вы можете заикнуться на старом. Если у вас МЛМ-рассылка, то вы не всегда сможете использовать свою рассылку для партнерства. Есть цепочка писем и на каждое из них партнерская ссылка, например, давай договоримся - я буду продвигать твой продукт, а ты мой.

У вас это может не получиться (не говорю, что не получится, может не получиться) из-за того, что у вас узконаправленная ниша именно по МЛМ. По-моему, в прошлом году мы общались с моей коллегой одной, у нее была рассылка небольшая, но очень дорогая, она ее собирала в Яндекс-директ. Она в нее вложила, около 200 долларов и получила всего 200 подписчиков. На тот момент у нее подписчик был практически золотой, и она не могла с ней полноценно работать, потому что каждое письмо по базе – это деньги. Надо следить за расходами.

1.4 Партнерская рассылка

Вот еще интересная тема – реклама или партнерская рассылка. Вы можете с этого начать. Это один из первых и простых способов, с которых можно начинать работать и получать быстрые деньги, это рекламная рассылка. Вы продвигаете в рассылке чьи-то товары или услуги постоянно. Можете написать несколько писем, а потом, когда ваша база раскручена, вы ее просто продаете. Не конкретно базу, а места рассылки. Просто продвигаете чужие товары постоянно – это является большим плюсом, что вы зарабатываете быстрые деньги.

Товары партнерские, которые уже есть, они уже раскручены, у них есть хорошие продажники, тексты, все на уровне – и человек, который приходит в вашу рассылку, он быстрее покупает то, что уже готово, это в двух словах. Из плюсов еще: буквально через месяц, через два, когда вы набираете базу, вам будут поступать предложения о том, чтобы разместить рекламу в вашей рассылке. Но вряд ли с вами будет кто-то партнериться, потому что у вас убитая база, это быстро становится известно. В принципе, много людей, которые занимаются такой рекламной рассылкой, они зарабатывают неплохие деньги. Но, есть определенная карма, что ли, когда ты работаешь не на бренд, а на деньги и ради денег. У тебя все завязано на деньгах, и ты даешь мало пользы людям.

1.5 Франшиза

Интересная «фишка» для новичков – франшиза или продукт с правами перепродажи. В последнее время это стало модным, когда многие гуру, более известные, делают уже готовые франшизы. Они полностью настроены для работы и есть несколько вариантов – есть франшизы, которые вы настраиваете самостоятельно (покупаете продукт и настраиваете у себя на хостинге), либо продавец франшизы оказывает такую услугу. У него есть своя наработанная команда, которая вам за определенную сумму делает все из настроек.

Я скажу так: трафик решает все, если у вас нет трафика, вам не помогут никакие франшизы, любая рассылка будет бесполезна. Любая страница будет мертва, потому что на ней нет посетителей. Далее мы будем касаться методов привлечения бесплатных и платных. Я покажу несколько интересных моментов, особенно бесплатных, как привлекать трафик на свою подписную и не тратить на это много времени.

Франшиза интересна как источник дополнительно заработка или как возможность стартовать. а потом уже определяться, что он будет делать, куда хочет вступить. Франшиза – это очень удобный способ

взять уже готовый бизнес. Многие стали продавать готовые бизнесы, и сейчас Интернет практически завален этим. Практически у всех владельцев франшиз есть лицензии на то, что вы продвигаете их продукт, вы получили права на обладание, но там должно сохраняться имя автора и ссылки на его сайт.

Есть интересная франшиза, когда вы можете особо не ковыряться и настраивать франшизу, а автор делает вам стопроцентную партнерку, а вы делаете все продажи через него, через его службу поддержки, выступаете в роли человека, который гонит трафик. Самое интересное, что вы начинаете быстро зарабатывать. Каждый автор заинтересован в том, чтобы его продукт хорошо продавался, чтобы было много клиентов. Его бренд и его имя должно звучать и через какое-то время автор запускает еще франшизу, потом вторую и так может длиться регулярно. Это интересный вид заработка, но про него можно написать отдельную книгу.

Из плюсов – вы имеете готовый бизнес, на основе которого можете строить свой собственный. В той франшизе, которую вы покупаете, в ней заложено уже пять писем. Автоматической серии писем, которые настроены с определенной частотой, и ваш подписчик их получает. Вы потом можете еще достроить часть писем, и подписчик сможет получать дополнительные материалы от вас. Я потом расскажу, как можно перестроить рассылку, как можно подтянуть дополнительно подписчиков. По поводу франшизы, я думаю, ясно.

Из «фишек» - большинство пользователей используют франшизы такие, как они есть. Если автор разрешает менять обложку, либо подписную, то лучше заменить. Если выходит новый продукт, а автор знаменит, и его продукт подхватывают масса партнеров и начинают продавать. Партнер получает 50% по франшизе, поэтому все партнеры автора быстро начинают продавать продукт. Если сделать ребрендинг, другую картинку вставить, сделать другую подписную, текст можно оставлять, только чуть-чуть видоизменить саму подписную, обычно франшизы идут очень хорошо. Вы гоните трафик не на продающую страницу, а на бесплатную, которая встроена в франшизу.

Вы можете что-то перестроить под себя, потому что на фоне одинаковых и стандартных страниц, когда человек пришел к вам – это уже психология – когда человек подписывается, он сначала смотрит на картинку, потом вводит свои данные, подтверждает и потом получает письма. Самое главное, чтобы он оставил вам свой адрес. Потом он будет получать стандартные письма либо они будут как-то иначе оформлены. Они идут стандартного порядка, и человек получает из разных источников пять одинаковых писем, ему все равно, на какую

ссылку нажимать. Если у вас будет немного другое оформление – хотя бы из интереса...

Человек, который попадает не к вам в базу, а к автору, который продал вам франшизу, либо человек попадает по вашей ссылке на блог автора и гоните трафик на бренд того автора, то есть небольшая вероятность, что человек будет получать у того автора и еще что-то, а вы будете получать свои комиссионные. Это такой приятный момент.

Из минусов – самый основательный минус, это то, что требуются большие вложения. Обычно, стоящие франшизы стоят от 10 тыс. рублей, это то, что не стыдно продавать и что будет приносить деньги. Не у каждого, кто пришел в Интернет, есть такие свободные средства, а если они есть, то не всегда есть возможность ими рискнуть. Если вы еще не совсем понимаете всех процессов, это будет для вас риск. Вложил 10-20 тысяч, подписчиков нет, продаж нет и мозг будет на этом зациклен и получаться не будет. Лучше, конечно, посмотреть что-то подешевле, где можно поиграть. Я купил в октябре франшизу за 1000 рублей всего лишь, я посчитал, что она мне принесла прибыли в четыре раза больше.

Самое главное, у меня осталась база подписчиков и до сих пор я по ней продаю еще некоторые труды. Там франшиза была недорогая, и продукт был дешевый, он стоил сто рублей. Сами понимаете, денег не заработаешь на продукте в сто рублей. Чем дороже вы покупаете франшизу, чем качественнее продукт и известнее автор, тем больше вы будете зарабатывать, тут этот минус изначально может быть плюсом. Дальше вы везде будете вкидывать деньги в рекламу, чтобы набирать подписчиков или делать все бесплатными методами. Почему я это отнес в минус? Потому что когда вы работаете как автор, то ваши продукты или у вас хорошая партнерка и вы отдаете своим партнерам 100%, то люди готовы вам приводить других клиентов.

Это бизнес на автомате, но нужно плотно поработать с другими партнерами, чтобы их заинтересовать, чтобы они видели, что ваш продукт стоящий. Самый большой минус – это то, что продукт не уникален и когда автор говорит, что я вам продам 40 или 50 копий – автор прав, он выложит только это количество копий, но многие, кто их купили, начнут их потом продавать. Есть разные виды франшиз, где вы можете продавать не только сам продукт, а и права перепродажи. Соответственно, тут уже другая политика – многие начнут продавать эти продукты и есть некачественные продавцы, которые начнут делать ресел-пакеты, либо нарушать условия франшизы.

Есть такая «фишка» - вы можете купить некачественную франшизу. Я с таким уже столкнулся: взял франшизу от одного распиаренного автора и мало того, что я ее два вечера настраивал, но у меня еще и рука не повернулась, поставить ту цену, которую назвал автор. Я поставил ту цену, которую мне позволила моя совесть, потому что продавать людям дешевый товар за такие деньги – тут нужно смотреть ведь может быть недовольство. Если вы постоянно продаете эти мануалы, которые сейчас модно продавать, а человек вам платит хорошие деньги и получает взамен мануал – то больше негатива будет, естественно.

Есть такой сервис, называется [Glopart](#), вот в большинстве есть такого рода там такие вещи – [Glopart](#) позволяет получать комиссионные моментально. Те люди, которые продают, они работают через партнеров, они отдают партнерам 50%, некоторые 100%, лишь бы получить себе подписчика или клиента. У меня есть свое видение по поводу [Glopart](#) – сервис хороший и удобный для начинающих, но там нужно смотреть, чтобы не купить kota в мешке. Если вы автор, у вас есть блог, значит, он должен быть и у автора франшизы. Если вы ничего не находите об этом авторе, там какой-то парень с неизвестной фамилией, вы рискуете приобрести продукт не совсем качественный.

Бренд стоит дорого. И в конец скажу, если вы не имеете своего бренда и работаете с кем-то в паре. Допустим, в подписи у вас стоят ваши данные и данные автора. Для начала это поможет хорошо стартовать и начать, потому что когда вы увидите, как работают эти франшизы, эти продукты, вы начнете делать свои продукты. Никто не мешает вам работать. Ведь на франшизе вы собираете базу подписчиков, потом потихоньку можно их подтягивать на себя. По поводу основных базовых вещей мы разобрали.

2 Механизм подписки

Теперь рассмотрим на практике несколько страниц активации, которые должны быть в рассылке. Переходим к практике, это самое интересное и важное. Без практики теория мертва и чем больше ты знаешь теории, чем больше ты в нее вникаешь, тем легче тебе будет даваться практика.

Всегда можно использовать какие-то минусы в плюсы. Я не настаиваю, но рекомендую использовать минусы по возможности. Если мы бьемся долго над чем-то и чувствуем усталость, тогда нужно на это посмотреть, как на знак – почему так происходит? Примерно в таком ключе, но это уже другая беседа.

2.2 Страницы подписки

Страницы подписки я буду показывать на примерах, знаете, есть такая теория – своя рубашка ближе к телу. Каждый рассматривает и примеряет на себя. Я вам покажу несколько подписных своих страниц, было бы странно, если бы я показывал другие страницы, вот несколько из них мы разберем. То, что вы видите, это я буквально в марте написал книгу и это авторский продукт. Под каждый продукт, под каждую нишу и тему, желательно иметь свою страницу подписки. Чем бы вы не занимались: авторской рассылкой, у вас есть свои продукты – желательно под каждый продукт иметь свою рассылку.

Мне задавали вопрос: сколько нужно иметь групп рассылок? У некоторых авторов есть несколько рассылок, они могут разные, есть такое понятие «группа подписчиков». На одну книгу есть свои подписчики, на другой продукт другая группа и таким образом, на каждый ваш продукт, даже на совершенно иной, такой как комплект графики – есть свои подписчики по категориям.

Из каждой категории люди перетекают по категориям, у вас один подписчик может находиться как в группе А, так и в В, так и в С. Он будет получать три разных рассылки, помните вначале мы говорили, на скольких авторов вы подписаны? Вы можете быть подписаны на одного автора, но у этого автора может быть четыре-пять рассылок. То же самое и в вашем случае: у вас может быть пять продуктов или больше, и вы предлагаете какие-то свои фишки людям, либо ваши партнеры приводят не на одну конкретную посадочную страницу, а на другие. Либо может сработать [Comebacker](#).

Многие не любят [Comebacker](#) и подобные скрипты, почему? Потому что он им кажется навязчивым, но есть статистика цифр, и против цифр и фактов не попрешь. Если ваш [Comebacker](#) на блоге генерирует и конвертирует подписчиков, вы получаете одного-два подписчика в день, даже десять подписчиков просто за бесплатно, это все равно хорошо. Подписчики – это тот ресурс в Интернете, благодаря которому строится любой бизнес, любые продажи. Западный вариант давно обошел нас, он работает через подписчиков. У нас еще по старинке, тот самый [Glopart](#), все гонят трафик на продающую страницу и вот смотришь на эти страшные страницы и понимаешь, как это можно покупать?

Люди торопятся заработать деньги, мы об этом говорили и к этому позже вернемся. Есть такая «фишка», как конверсия. Холодные контакты, холодное касание, например, 1000 человек пришло на продающую страницу. Есть страницы разные, если она цепляющая, тогда конверсия будет примерно 0,5%-1%, потому что с холодного

трафика бывает редко конверсия больше. Исключение, когда стоит супервидео, автор, эффекты, но я такое вижу мало, потому что это вложения, деньги.

Когда люди торопятся заработать быстро, они смотрят узко, они смотрят не далеко и быстрые деньги затмевают людям разум. Они не работают на перспективу, они не делают шаг, чтобы посмотреть вперед и многие гонят трафик просто на продающую страницу. На западе уже давно пришли к тому, что все нормальные продажи приходят через страницу подписки. Я смотрю, уже многие начинают понимать, что подписная база – это реально золотой актив. Это курица, которая будет нести золотые яйца постоянно, регулярно и много, если правильно работать.

Вернемся к практике. Сейчас мы видим обыкновенную стандартную страницу. Читаю вопрос в чате: страница подписки длинная, как продавники? Есть и такое. Я знаком с людьми, своими партнерами, которые используют длинные страницы подписки и в принципе, парадокс, но у них по аналитике хорошая конверсия.

Я более консервативен и думаю, что если оно работает, надо экспериментировать, но надо это делать аккуратно и некардинально. Вы можете сделать такого плана одну страницу и протестировать подобную, можно поставить кнопки соцсетей, комментарии, сейчас ранжирование происходит гораздо быстрее. Но я сторонник классики. Самое главное, позже я покажу «фишку» интересную, как можно дальше зацепить вашего подписчика за эмоции.

Мы тут разобрали в теории страницу подписки: заголовок красивый, подзаголовок, сама обложка-книжка, форма подписки. Я использую стрелки, мне нравится, когда присутствуют стрелки, потому что они являются дополнительным элементом, побуждающим человека к действию. Я не сторонник, когда на странице подписки или на продажке, есть ссылки. Комментарии Вконтакте отвлекают человека от самой главной вещи, от того, чтобы нажать на кнопку и подписаться либо получить что-то бесплатное.

Сейчас идет перебор информации, люди слишком завалены ею. Человек может просто не сообразить сразу, он начнет читать комментарии, перейдет что-то посмотреть, естественно, про страницу забудет и, я поэтому сторонник минимализма, классики.

Хотел показать уникальную вещь на мой взгляд. Это страницы подписки авторская, но не на авторскую книгу и продукт, а на тематику. Самое интересное, что эта страница подписки не плохо конвертирует

подписчиков, в свое время она принесла достаточное количество в базу. Эту страницу я уже не использую, наверное, месяцев восемь, может даже больше. Мне показалось, что она себя изжила. Она работала и сейчас работает, но когда я увидел, что идут новые тренды, такая американизация, сочные и яркие страницы подписки, когда хочется нажать на кнопки. Я ушел от этого и поставил современные, но вот эту классическую я решил сохранить как раритет.

Дело не в странице подписки, а в тематике. У вас может быть под каждый продукт своя рассылка. Если у вас нет продукта, а вы специалист при теме, то вы вполне можете людей цеплять на свою тему.

Люди, которые приходят в Интернет и не важно, новички они или опытные, они созрели для своей авторской рассылки, либо не авторской, а просто созрели, чтобы вести е-маил рассылку. Мы сейчас говорим об авторской, рассылке и новички останавливаются, потому что не знают, что дать подписчику. Элементарно написать книгу, но это долго или «Я не знаю, что писать, я не настолько крут, как автор, чтобы писать книгу» – эти вещи могут иногда останавливать.

Если вы чувствуете, что вас это стопорит уже день или два, а вам уже горит и пора, но чем вы раньше начнет собирать любую базу подписчиков, чем раньше начнете заниматься, тем вам проще будет потом. Если у вас есть подписная база, вы можете домонетизировать и доиспользовать ее во благо себе.

Люди будут с благодарностью вам давать комментарии, помогать, давать вам обратную связь, они будут именно дополнять ваш бизнес. Тогда вам будет гораздо проще, чем вы будете думать, какую книгу написать, какой курс? Если вам просто написать книгу за вечер или неделю, взяли написали. Оформили ее красиво, главное красиво – тогда конечно, чтобы ее хотелось взять в руки и подержать, тогда да. Если у вас этого нет или сложно, тогда берите свою тематику и выстраивайте серию писем из пяти-семи писем (лучше семь), отправляйте серию писем по вашей тематике.

Я давал информацию по плагинам - мне было интересно и тут не было никакого продукта, я просто давал серию писем. Я сразу давал массу подарков и в конце, в середине рассылки (четвертое-пятое письмо), я пошел таким способом: я уже что-то продавал и рекомендовал какие-то партнерские продукты. В данном случае партнерские товары и некоторые услуги других авторов. Вы можете идти таким путем, чтобы у вас не было несостыковки, что делать, когда

нет продукта? Делайте рассылку по тематике, в которой вы разбираетесь.

Я уверен, что вы найдете своих читателей - в Интернете все находят себе аудиторию. Надо знать только, где искать и как искать, но это уже детали. Вот это то, что я хотел показать и мне самому это интересно: это страница подписки, в которой уже готова франшиза с использованием ребрендинга. Сейчас поясню, что это.

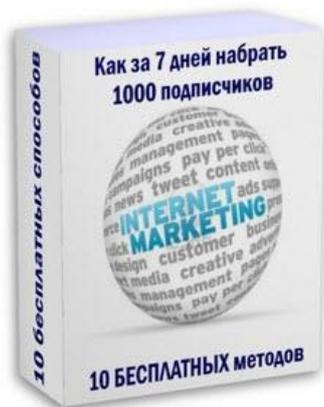
В свое время, буквально недавно, я стал обладателем такой франшизы, в принципе многие стали ею обладать, и есть такая вещь, что многие авторы и мои партнеры, с кем мы общаемся, подхватили эту франшизу, эту и другие. Сейчас проходят такие модные тренды. Смотришь на все страницы и понимаешь, что они одинаковые: картинки, тексты, все одинаковое и стандартное, как оно шло в комплекте. Человек просто взял и настроил ее и начал гнать трафик. Это нормально, быстро и легко, ведь франшизы для того и покупаются, чтобы облегчить себе существование и быстро запуститься.

Эта «фишка», о которой я говорил вначале, она существенно играет, когда вы берете франшизу и чуть-чуть в рамках допустимого, чуть-чуть реконструируете под себя. В данном случае, я не считаю, что эта коробка красивая, но мне не хотелось возиться с ней долго или отдавать фрилансерам, которые прекрасно делают эти коробки за два часа, я ее «сварганил» так, как видел это я. Обратите внимание на эту оранжевую кнопку: кнопка красная, желтая, оранжевая – в данном случае эта кнопка от Justclick, прекрасно работали и подписывала. Такой голубой фон, при том, что стрелка красная, кнопка яркая, но это все гармонично. Поэтому она по- своему неплохо конвертировала подписчиков.

Это уже более, она лучше конвертировала подписчиков, я измерял по внутренней статистике Justclick. Но потом, я бы заменил обложку, потому что она мне кажется слишком блеклой. Она хорошо собирала подписчиков, потому что она не со стандартными страшными обложками, а на них реально было страшно смотреть. Может это мое видение, но когда ты видишь на каждом третьем сайте одинаковые обложки, ты понимаешь, что бум пошел и уже очень тяжело удержать подписчиков. Он тоже видит, что и ты, смотрит и где-то подписывается, где-то нет. В завершение хочу сказать, что когда вы делаете небольшой и несложный ребрендинг, модернизируете стандартную страницу, то вероятность того, что у вас будет больше подписчиков – увеличивается.

Страница подписки – франшиза с использованием ребилдинга

Как За Неделю Набрать 1000 Подписчиков!
Используя только бесплатные методы!



Введите ваш е-маил в поле ниже
и нажмите на кнопку

Введите ваш е-mail

ПОЛУЧИТЬ СЕЙЧАС

Ваши данные останутся в тайне

© 2013 Вячеслав Балашов. Все разрешено.

Я рекомендую делать ребрендинг по возможности. Если вам позволяют знания, время, энергия, лучше потратить десять часов времени и сделать. Вы увидите, что будет на порядок выше. Дальше идет важная «фишка» и она важна не потому, что это страница после подписки, а, наверное, вы знаете, она важна, потому что я вам сейчас покажу, как мы можем терять подписчиков.

Вы делаете страницу подписки, вы ее красиво оформили под продукт, и вы оставили форму, кнопка хорошо работает – подписчик подписывается и после подписки он идет на стандартную страницу. Justclick или другой сервис, перекидывает его на страшную стандартную страницу. Может она не такая страшная, но она у всех одинаковая. Самая главная вещь, я хочу сконцентрировать на этом ваше внимание: после того, как человек ввел свой е-маил адрес и нажал на кнопку «получить доступ» или «подписаться», его сервис перекидывает на страницу после подписки. Человек может эту страницу на автомате просто закрыть, не увидев ее сразу, его может что-то отвлечь. У Smartresponder есть такая проблемная «фишка», когда не происходит переадресация на страницу подписки сразу.

Страница после подписки

**Сейчас вам на e-mail придет письмо с
просьбой подтвердить подписку...**

**Нажмите в нем на ссылку подтверждения, и вам
следом тут же придет письмо с ссылкой на
скачивание желаемого продукта!**

Если Вы действительно подписывались на эти рассылки,
то, пожалуйста, подтвердите подписку, кликнув на ссылку:

<http://balashov.justclick.ru/link/c7Towyfq3N5>

Перейти в свою почту



Бывает, что просто на какое-то время все зависает. Ваш подписчик, когда попадает на стандартную страницу, он может особо не читать, что там написано, и он будет не активирован, он будет у вас в базе, и вы его будет видеть, но он не будет получать вашу рассылку. Страница после подписки помогает подписчику завершить действие и вот те же самые стрелки и вот эти кнопки помогают подписчику попасть в почтовый ящик. Вот такая интересная «фишка», и я хотел бы, чтобы она у вас засела, потому что когда человек сразу попадает в свой почтовый ящик, он проверяет почту и активирует свое согласие и для него это самый простой вариант.

Мы должны давать людям все возможное, чтобы им быстрее совершить задачу: чтобы он легко подписался, быстро подтвердил,

чтобы ему было легче. Человек просто забывает, он завален информацией. Есть такая «фишка», что после подписки можно вставлять приветствие либо звуковое, либо видео. Вы можете поставить видео, где подписчик будет видеть ваше лицо, либо это будет какой-то слайд презентация в Powerpoint, и вы там что-то расскажите. Это момент видео, аудио хорошо влияют, если это у вас получается более-менее качественно. Если корявое аудио или видео на фоне страшного старого дивана, когда смотришь, то понимаешь, что не хочется покупать.

В любом случае, будет хорошо, когда у вас будет много моментов, которые смогут привлечь подписчиков на активацию. Это может быть и просто помощь, которая сделает активацию в почтовом ящике быстрее. Дальше самое интересное.

2.3 Страница активации

Это страница после активации и тут можно использовать аудио и видео. Я хотел бы момент такой сконцентрироваться, тут уже можно делать продажи. Вы уже заходили на страницы и подтверждали активацию, вы знаете, что на этой странице звучал мой голос. Я поставил аудио файл и полторы минуты я говорил, то я поздравляю тебя, теперь тебе нужно дождаться, когда я пришлю тебе приглашение на мероприятие. Многие на этом этапе могут продавать. В некоторых рассылках на этом этапе можно продавать – вместо страницы активации, можно сделать интересное предложение и дальше я покажу, какое предложение человеку можно сделать.

Например, у вас несколько рассылок, допустим одна о вашей компании. У вас может быть рассылка по вашей тематике, по продукту, вы можете просто делать рекламного плана. У вас может быть несколько баз, а одна подписная база разбита на несколько частей, несколько рассылок. Их может быть две, три, шесть и вы можете экспериментировать, делать информационную рассылку и подтягивать людей на свой бренд. Потом приглашать их на мероприятия и на коучинг, ненавязчиво им что-то продавать.

На этом месте, на странице активации, вы можете сделать с чистой совестью предложение человеку что-то у вас купить. Желательно, чтобы это было со скидкой, большой скидкой от 30% до 70% только для подписчиков, чтобы человек это купил. В принципе, это неплохо и вполне нормально. Если у вас здесь будет продукт до 1000 рублей, скажу честно, людям проще его купить. 100, 500 – это не так сложно, чем сразу перед человеком поставить предложение в 1500 или 2000

рублей, человек не готов. В любом случае здесь можно монетизировать.

В любом платном или бесплатном сервисе, тот же Justclick, Smartresponder, позволяет вставлять свои собственные страницы после подписки, либо после активации. Изначально, я порекомендовал обратить на это внимание, потому что человек попадает на страницу подписки или активации, он прикрепляется к вам, он привыкает к вашему бренду. Если вы будете что-то менять в своем стиле, в определенном, а не оставлять на самотек все так, как оно есть, вы будете получать положительную обратную связь от подписчика.

Страница после активации – предлагаем недорогой продукт

Заберите бесплатно Вашу книгу
«Как заработать на продаже товаров других людей»

СКАЧАТЬ

Но у меня есть СУПЕР-предложение для вас, как для моего нового подписчика!

Получите подробное руководство «Интернет-маркетинг для новичков» + право перепродажи!

Вот, что вы узнаете на курсе:

1. Что такое цели покупки — и как их использовать для построения эффективного Бизнеса в Интернете?
2. Что такое SEO и в чём его роль (а также плюшки)?
3. Где брать ссылки для продвижения сайта?
4. Какие простые секреты помогут улучшить эффективность вашего сайта?
5. Какие требования выдвигаются к рабочей email-адресу — и что такое фото и видео?
6. Как писать статьи для своего сайта?
7. Какие целевые страницы наиболее эффективны — и как их тестировать?
8. Почему на вашем сайте должен стоять Google Analytics — и что это за система?
9. Роль пресс-релиза в успехе вашего Бизнеса?
10. Как получать максимум посетителей на YouTube?
11. Как и зачем тестировать email-сообщения?
12. Что такое вирусный маркетинг — и как его использовать?
13. Почему Facebook становится всё более популярным инструментом веб-маркетинга?
14. Как легко и просто следовать за репутацией вашего бренда?
15. Какими должны быть рабочие email-адреса для вашего сайта?
16. Как обслуживать интернет-покупателей — и почему?
17. Как работает партнёрский маркетинг?
18. И многое другое...

Вы можете начать в удобной для Вас форме: на чёткой поставленной в комплекте аудио-подсказке или MP3, чёткая в электронном формате PDF, DOC, XLSX. Руководство написано командой профессиональных специалистов — маркетологов, юристов, лингвистов, копирайтеров, без ошибок. Электронное аудио-руководство (интернет-маркетинг) для новичков.

Каждый из 100% предоставляет собой эффективное практическое пособие для тех, кто стремится быстро получить и освоить интернет-маркетинг, состоящий из множества инструментов и систем.

Нажмите на кнопку, чтобы забрать курс!

ПОЛУЧИТЬ СЕЙЧАС

Это сыграет большой плюс в ближайшем будущем после того, как вы будете делать ваше предложение. Вот пошла монетизация, для тех, кто дотерпел и досидел – самое интересное – это монетизация. Вот один из тех вариантов, когда я хотел вам показать страницу после активации, где мы предлагаем недорогой продукт. Смотрите, как можно использовать и как ее использовал я. Вот тут я считаю, что нужно уделить внимание этим вещам: у вас есть, допустим, три группы подписчиков и на каждую группу вы можете экспериментировать.

Когда человек подтвердил письмо после активации, он зашел в почту, нажал на ссылку, вы ему на странице после активации – я

вернусь обратно. Вот страница после активации подписки, а это когда человек подписался на бесплатную книгу, смотрите, что я ему даю, я покажу пример: я ему даю бесплатно книгу и это не просто ссылка на Яндекс диск, даю ссылку, бери, друг, скачай. Я ему даю обложку, надпись, желтую кнопку, человек нажимает на нее и скачивает. В любом случае, человеку так приятнее и проще.

Большинство авторов дают просто ссылку, либо страшную страницу подписки; может, потому что этого не знают. Когда вы будете давать человеку красивую обложку после подписки, после активации, то есть вероятность того, что он у вас будет покупать.

Я делаю таким образом подписчику недорогое предложение всего за 125 рублей. Он получает мою авторскую книгу бесплатно и совершенно верно, это Upsell, и он получает недорогое предложение. Это не мой продукт, это чужой продукт, который стоит гораздо больше, но я на него поставил низкую цену, потому что он уже распространен, заезжен. С другой стороны, то, что он распространен, не значит, что он низкого качества, его продавать не страшно и не стыдно. Там есть аудио около часа, там есть хороший материал и в принципе, это ресселлинговый продукт – человек его купил и может уже тоже его продавать и дублицировать.

В принципе, дублицирование – особенность нашего мозга, мы так устроены, что если вы это человеку донесете, он увидит это быстрее. Когда человеку просто после активации, он попадает и скачивает книгу и принимает предложение – потом, сколько я не анализировал, очень мало людей потом делают такие же действия. Они не делают этого, но может, они этого не знают, но я хочу донести вам, что, если такие вещи делать, это абсолютно не сложно, там все шаблоны есть, только поставить нужно свои ссылки и все.

Вот если вы это будете делать тогда будет результат. Единственный момент, что Upsell конечно, лучше если у вас есть собственный продукт. Это можно сделать в Smartresponder, в Justclick, в современных сервисах она присутствует, и она не секретная. Она просто «фишка» и приносит вам дополнительные, пусть не большие продажи. Самое главное, когда вы человеку что-то предлагаете недорогое, то человек понимает, что это «халява» и у него есть что продавать.

Если вы человеку что-то предлагаете, него есть два варианта: либо нажать на кнопку или проигнорировать, но на подкорке останется, что мне что-то предложили. Так работает у нас особенность нашего мозга. Если вы будете использовать ваш собственный корпоративный стиль, то это будет более ярко и более сильно запоминаться для подписчиков.

Если у вас будет собственный корпоративный стиль, у вас одна страница такая, другая такая, то подписчик будет метаться. Это будет не специально, но у него не будет вырабатываться ассоциативный ряд, что это ваш корпоративный стиль.

Я выработал для себя такой корпоративный стиль и его придерживаюсь, чтобы людям было проще запоминать такие вещи. Оно работает и дает результаты. Дальше самый интересный пример, который я использую на УРА! Страница после активации – таймер усиливает эффект вашего предложения, и я такую «фишку» начал использовать буквально недавно. У меня, не помню, когда, по-моему, в конце марта, я начал его запускать. У меня есть скрипт одноразового предложения, я его подкорректировал и стал использовать не просто как товар свой, я его стал использовать на своих страницах.

Страница после активации – таймер усиливает эффект платного предложения

Забирайте бесплатно три книги с правами личной марки!

Скидка 50% исчезнет через

00:14:43



Для того чтобы скачать книгу нажмите на ее обложку и в открывшемся окне появится ссылка на скачивание.

Также у меня есть СУПЕР-предложение для вас, как для моего подписчика!

Вот страница после активации, человек только подписался, человек заходит и ему предлагается забрать три книги, в принципе, заезженные книжки, вам известно. Чтобы человек забрал эти книги, он нажимает на каждую из них и ему открывается ссылка. Можно сделать так, чтобы все три книги человек забирал одним объемом, одной кнопкой, но это будет слишком просто. Есть закон маркетинга: если ты что-то даешь людям бесплатно, ты должен делать так, чтобы им было это сложно брать. Вот парадокс, мы должны давать людям бесплатно, но, с другой стороны, если мы будем отдавать массу бесплатного контента, и им будет легко это забирать и скачивать, они будут неохотно покупать.

Тут, чтобы человеку забрать все три книги абсолютно легально, ему нужно каждый раз кликать мышкой, в новом окне откроется новое окно, и все это время плавающий таймер него перед глазами плавно отсчитывает секунды. «фишка» в чем? Эти три книги можно скачать бесплатно, но это предложение, которое Upsell, на этот Upsell скидка 50%, и цена на него достаточно хорошая. Это ресселинговый продукт, интересный, по лицензии я могу выставить на него минимальную цену, которую я на него выставляю, пока щелкает таймер, у человека есть возможность быстро его купить. Если человек этим пользуется – хорошо, он купит это за 50%, если человек забыл, ушел по делам, то таймер сработает, и цена на продукт вырастет в два раза.

Человеку выгоднее купить это сейчас. И смотрите какая «фишка», человеку выгоднее купить эту сейчас, но если таймер сработал, и цена изменилась, человек может не купить этот продукт. Цена вырастет в два раза, но в следующий раз человек будет понимать, что это не шутка, вы серьезный человек и это бизнес, и вы ему делали предложение, а он не смог ним воспользоваться или отказался. Соответственно, надо будет воспользоваться этим в другой раз.

Единственное, что я хочу заметить, использовать скрипты и таймеры нужно не всегда. Потому что есть эффект надоедания, который намного сильнее для человека, для него этот таймер будет как красная тряпка для быка. Вы смотрите по вашему контингенту, по подписчикам, по обратной связи. Смотрите, анализируете и используете либо не используете. Я использую иногда в одних вещах, в других не использую. Такие вещи приучают людей вас воспринимать серьезно, так что тут дело за вами.

Любые таймеры можно использовать, не только эти. Мой таймер используется справа, разного цвета, но есть такие таймеры, Deadline называется. Есть те же самые 60 минут, чтобы купить быстро. Эти все «фишки», которые мы рассмотрели, это сочетание Deadline с Upsell такой гибрид, и я рекомендую с ними поиграть. Поставить один таймер, Justclick выставляет свой таймер особенный, если ваша страница подписки находится на сервисе Justclick. Это дело техники и это в принципе и все. На этом пока завершим, я думаю, что достаточно дал информации на сегодня.

У Justclick таймер бесплатно, но там есть особенности. Он не плавающий, он находится фиксировано, и вы можете поставить его в одном месте, и он не будет все время перед глазами посетителя, он будет где-то находиться. Чтобы поставить таймер на страницу, нужно ее загрузить через сервер Justclick, а бесплатный аккаунт Justclick позволяет то 50Мб информации загружать. Здесь от силы на 2 Мб информации, и можно поставить таймер и страницу.

Я сейчас хотел бы донести, то, что я планировал. Далее мы уже более плотно рассмотрим серии писем, плотность и уделим внимание тестированию. Мы посмотрим по заголовкам и по содержанию тестирование. Чем больше конверсия, тем больше продажи и меньше энергии, затрачиваемой на подписчика. Вот такие вещи будет разбирать серьезно и прочно. Когда у вас прошло тестирование письма, раскрываемость писем больше. Также рассмотрим вопросы касания, о которых я говорил, о серии писем, как они будут доходить до вашего подписчика, через какие точки вы будете общаться с подписчиком,

через какие точки будете показывать ему выгоды от вашего предложения.

.....

Вы прочитали две главы из девяти и если вам понравилась данная книга, то оставшиеся 7 глав, а это еще 66 страниц текста с подробным описанием всего механизма рассылки, вы сможете получить по ссылке ниже.

[=== >>> Получить остальную часть книги <<< ===](#)

Также Вы можете приобрести комплект реселлера с правами перепродажи на эту книгу. Права перепродажи дадут Вам право на обладание этой книгой. Вы сможете ее продавать, добавлять в бонусы и самое приятное - перепродавать сами права другим и извлекать из этого 100% прибыли к себе в карман.

Вот, что входит в комплект реселлера:

1. Реселлерская лицензия (права перепродажи);
2. Книга в формате PDF и исходник в ODT;
3. Демо книги для бесплатного скачивания за подписку;
4. Готовый продающий сайт;
5. Готовая страница подписки (2 шт.);
6. Баннеры;
7. Исходники графики;
8. Готовые письма для рассылки (4 шт.);
9. Инструкция по настройке

[Подробнее ознакомиться с этим предложением можно здесь>>>](#)

Ссылки на полезные сервисы, которые существенно облегчат ведение вашего бизнеса в интернет.

- ★ [Свой личный сервис email-рассылок](#) - работает на платформе [Wordpress](#)
- ★ [Sendpulse](#) – платный (при базе подписчиков свыше 2500 человек) сервис е-маил рассылок
- ★ [Justclick](#) – сервис е-маил рассылок + интернет-магазин
- ★ [Glopart](#) – автоматизированный сервис приема платежей
- ★ [Qwertypay](#) - сервис приема платежей с мощной партнёркой (до 8 уровней)
- ★ [E-autopay.com](#) - ещё один ресурс для профессионального Интернет-бизнесмена
- ★ [MyKassa.org](#) — приём платежей за свои инфотовары
- ★ [Comebacker](#) – скрипт возврата посетителей
- ★ [Социальный замок](#) - лавина трафика из социальных сетей на свой ресурс
- ★ [ProТаймер](#) - таймер обратного отсчета для высоких продаж
- ★ [JumpOut Плюс](#) - скрипт попапов (всплывающие окна)
- ★ [Прятатель ссылок PRO](#) - Wordpress плагин для укорачивания и "прятания" длинных (например партнерских) ссылок
- ★ [Электронные книги и курсы с правом перепродажи](#)
- ★ [Jino](#) – хостинг для вашей страницы захвата и блога

Желаю вам творческих успехов, процветания и самореализации как инфобизнесмена и как личность! С уважением к вам, вашему труду и творчеству, ваш друг и помощник в мире инфобизнеса Вячеслав Балашов.