

2009

# Мастер Курс по Нетрайтингу

Ken Eвоу

**Мастер Курс по Нетрайтингу**, написанный **Ken Eвоу**, руководителем проекта **SiteSell.com**, представляет собой интенсивный курс по написанию качественного контента, который формирует целевой трафик, обеспечивает эффективную ПРЕДпродажу, способствует продаже и позволяет создать успешный онлайн бизнес



## Оглавление

1. Введение.....	3
2. Присоединитесь к 2%, которые преуспели.....	5
3. Выигрышная формула .....	11
4. ПРЕДпродажа... Ваш приоритет №1.....	14
4.1. Понимание различия между ПРЕДпродажей и продажей.....	15
5. Определите Ваше Самое Желаемое Действие... До начала Продажи.....	20
6. Пишите для Вашего Идеального Клиента.....	22
7. Образ мышления – это все .....	25
8. Выгоды делают Продажу... не Характерные черты! .....	28
9. Удерживайте ваших посетителей на своем сайте! .....	32
10. Создайте отношения.....	37
10.1. Посвятите страницу вашей рассылке.....	39
11. Заключительная часть.....	42

## 1. Введение

**Мастер Курс по Нетрайтингу (Копирайтингу для Интернета)**, написанный **Ken Evoy**, руководителем проекта **SiteSell.com**, представляет собой интенсивный курс по написанию качественного контента, который формирует обратный целевой трафик (на Ваш сайт), обеспечивает эффективную ПРЕДпродажу, способствует фактическим продажам и позволяет создать успешный онлайн бизнес.

-----

Только начинаете Ваш собственный малый бизнес? Желаете получать дополнительный доход от продажи электронных книг и других информационных продуктов? Вероятно, Вы уже участвуете во многих партнерских программах? Это не так важно, так как каждый из Вас в своем онлайн начинании преследует одну и ту же цель...

**... увеличение прибыли.**

Независимо от того, насколько значителен или ничтожен Ваш онлайн опыт, Вы обязательно извлечете много полезного из информации, предоставленной в этом курсе. Данный курс разработан и написан для **каждого человека**. Смело делитесь этим курсом с родными, друзьями и коллегами - со всеми, кто желает "делать" бизнес в Интернете.

**Мастер Курс по Нетрайтингу** является курсом, которому Вы можете уделять столько времени, сколько считаете нужным. Некоторые смогут посвящать данному курсу много времени. Другие же не смогут уделять этому курсу более 15-30 минут в день. Как бы там ни было, абсолютно неважно, как скоро Вы пройдете курс! Просто отведите изучению данного курса и выполнению заданий определенное количество времени каждый день. Вы обнаружите, что время было потрачено с большой пользой, так как Вы существенно улучшили навыки написания текстов для Интернета (далее **нетрайтинга**) и стали успешным *мастером электронных уговоров*.

Перед тем, как перейти к следующей главе, хотелось бы подчеркнуть несколько моментов.

В первую очередь - **распечатайте данный курс**, налейте себе напиток по вкусу (кофе, чай, компот), возьмите карандаш для записи некоторых идей и расположитесь на вашем любимом диване или кресле. Это вполне серьезно! Ведь обстановка, в которой Вы читаете и пишете, имеет большое значение. Устройтесь удобно, чтобы достичь лучших результатов в восприятии и изучении информации.

Материал, представленный в данном курсе, очень обширен. Как и все важное, "приносящее плоды", он потребует с вашей стороны определенных усилий и заинтересованности. Уделите достаточное время качественному "перевариванию" информации перед тем, как Вы начнете писать для Интернета. Понимание рассматриваемых концепций увеличит ваш уровень уверенности в их практическом применении. Даже будучи взрослыми, мы никогда не теряем нужды знать "почему" те или иные вещи устроены определенным образом.

-----

Так давайте взглянем на два главных "почему" вопроса...

- 1) Почему **97-98%** всех сайтов терпят неудачу... или же вообще исчезают?
- 2) Почему лишь остальные **2-3%** сайтов являются действительно успешными в генерации трафика и дохода?

## 2. Присоединитесь к 2%, которые преуспели

«Растяните пружину, и она будет следовать за Вами повсюду.  
Надавите на нее, и она вообще никуда не двинется.»  
( Д. Дэвид Эйзенхауэр)

Ключ к успеху в Интернете для мелких предпринимателей лежит в достижении вершин мастерства в определенной (правильно выбранной) **нише**. С бизнесом, сфокусированным на той или иной нише, количество ваших конкурентов будет значительно меньшим, более того, целевым и заинтересованным посетителям будет намного легче найти ваш сайт.

**А "посетители" равняются "трафику"** - источнику жизненной силы любого бизнеса.

В оффлайновом мире привлечь трафик относительно легко – все зависит от **"расположения, расположения, расположения"**. К примеру, привлекательный и хорошо рекламируемый магазин, расположенный в оживленном районе города, означает постоянный трафик и, конечно же, продажи!

Однако, в онлайн-мире, никто не проходит просто так мимо, видит твой товар или услугу и входит. Пользователи в Сети не ищут Вас или ваш бизнес. **Люди ищут информацию и готовые решения**. В конце концов, если бы они знали, что Вы существуете, они бы не искали. Они бы уже были вашими клиентами.

**Чтобы быть успешным онлайн, Вы должны генерировать свой собственный трафик**. Ваша основная задача – до тех пор, пока Вы сделаете свою первую продажу или же оформите контракт с клиентом (зачастую даже до того, как клиент осознает, что он покупает!) – предоставить **информацию** (т.е., **высококачественный бесплатный контент**), которую ищут пользователи, при чем, таким образом, чтобы этот контент "нравился" и поисковым системам.

Если Вы это делаете, то ...

Более высокая позиция в рейтинге поисковых систем обеспечивает легкость нахождения вашего сайта. Ваш качественный бесплатный контент (ваши слова!) формирует доверие в умах ваших посетителей и превращает их в **ПРЕДпродажных** клиентов. Далее Вы с легкостью получаете клик, необходимый для перехода к вашей модели монетизации (т.е., как Вы формируете доход). Это может быть страница заказа того или иного товара, торговый сайт, партнером которого Вы являетесь, или всем известная программа [Google AdSense](#) и т.д.

Именно это и представляет собой эффективный **сайт с тематическим бесплатным контентом**.

-----

### **ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ: (ВАЖНО!)**

Осуществите очень важный умственный переход от оффлайна к онлайн, и Вы присоединитесь к 2% мелких предпринимателей, которые преуспевают в Сети. Сфокусируйтесь на...

**"Информации, информации, информации"**.

Путем создания сайта с тематическим контентом, Вы будете постоянно увеличивать свою клиентуру (т.е., целевой трафик). Наличие трафика необходимо для вашей "долговечности" в Сети потому, что...

Если у Вас нет трафика, то у Вас нет бизнеса.

Ожидаемые клиенты, число которых будет постоянно увеличиваться по мере того, как ваш сайт будет приобретать больше популярности и значимости в поисковых системах, будут искать и находить сайт с полезным тематическим контентом. Проще говоря, Вы будете строить сайт, **который работает на Вас**, а не наоборот!

-----  
**Так как же Вам построить сайт, который будет работать?**

Все сводится к данному вполне выполнимому процессу...

- 1) Разработайте ценный **товар или услугу** – вашу собственную идею или же чью-либо!
- 2) Разработайте **собственный сайт** в знакомой Вам нише, которая нравится Вам.
- 3) Заполните данный сайт **высококачественным бесплатным контентом**.
- 4) Используйте этот **контент** для привлечения вашего собственного **целевого трафика**.
- 5) **Создайте надежные и доверительные отношения** с вашими посетителями.
- 6) Используйте контент, чтобы **ПРЕДпродавать** вашим целевым посетителям. И...
- 7) Конвертируйте **ПРЕДпроданный** и желающий купить трафик в **продажи и прибыль!**
- 8) **Диверсифицируйте** (разделите на несколько) ваш план получения дохода, включая в него другие варианты монетизации (к примеру, Google's AdSense, партнерские программы, услуги и т.д.), связанные с тематикой контента вашего сайта. Данная диверсификация поможет Вам создать стабильный бизнес, по праву **принадлежащий только Вам**.

Процесс простой, прямолинейный и легкий, если Вы настроите ваши мысли на...

**"Во-первых, генерацию полезной информации... и генерацию прибыли, во-вторых"**.

Тогда больше нет ничего, что могло бы Вам помешать достигнуть цели!

Если Вы будете следовать каждому шагу данного процесса, то ваше онлайн-предприятие будет процветать. Нет, оно **просто обязано** процветать. Но есть один момент...

Вы должны успешно выполнить **все** шаги. Хорошая новость заключается в том, что каждый **может** преуспеть в данном деле, если соединит воедино мотивацию, правильный процесс, нужные инструменты и немного усердия.

**Так почему тогда 98% онлайн-предпринимателей терпят неудачу?**

К сожалению, они начали и продолжали следовать неверному процессу...

- 1) Создание товара/услуги.
- 2) Создание сайта для продажи товара/услуги.
- 3) Добавление методов платежа и оформления заказа.
- 4) Исчезновение бизнеса из-за отсутствия целевого трафика.

Большинство мелких предпринимателей терпят неудачу, так как они пропускают некоторые важные шаги. Они готовятся продавать и накапливать прибыль еще до того, как предоставили посетителям то, что те ищут – **бесплатную качественную информацию**. Как досадно! Подобного рода результат можно с легкостью избежать.

Уделите одну минуту и быстро сравните "успешный" процесс с "неуспешным" процессом...

Как Вы видите, первый шаг относительно разработки товара абсолютно идентичен. Ведь плохой товар не будет продаваться в Сети (или, как минимум, не очень долго). Да и некоторые продукты не совсем подходят для Сети. Даже прекрасный контент сайта не сможет изменить эти две суровые истины.

Тем не менее, есть одно очень важное различие, которое необходимо отметить... владельцы успешного онлайн бизнеса осознают, что разработка товара/услуги является **расширением** (или "следующим логическим шагом") создания сайта с тематическим контентом.

Остальные шаги, как Вы видите, абсолютно различны... как и сами результаты.

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку «**Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете**»,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**[>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<](#)**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **[КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ](#)**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **[Подписаться >>](#)**

Все сводится к следующему...

Лишь 2%, преуспевающие в Сети, создают целевой и заинтересованный трафик путем предоставления высококачественного контента, который ищут их посетители и который нравится поисковым системам. Эти мелкие предприниматели ПРЕДпродают ("разогревают" своих посетителей) с помощью исключительного тематического контента, напрямую связанного с концепцией их товара или услуги. В результате такие посетители более открыты для предложений относительно продажи и быстрее конвертируются в восторженных клиентов.

Что касается 98%, которые терпят неудачу в Сети, они создают сайт для продажи и полагают, что трафик каким-то образом появится, а их посетители будут сразу желать приобрести товар или услугу. Неправильное мышление... неправильный процесс!

-----

**Мастер Курс по Нетрайтингу** не может детально рассмотреть успешный процесс. Основная задача данного курса заключается в том, чтобы показать, как написать контент, который предварительно продаст товар или услугу ("разогреет" ваших посетителей), а после превратит посетителей в клиентов. "Контент" состоит из абсолютно **всех** ваших онлайн слов, включая email-адреса, автоответчики, рассылки, рекламу – проще говоря, каждую деталь, с помощью которой осуществляется связь с вашим целевым рынком.

Тем не менее, прежде чем Вы начнете, крайне важно понять и поверить в следующее...

**Эффективный Нетрайтинг представляет собой нечто, что может быть выполнено каждым...**

**ПРЕДпродайте.** Потом, и только потом, продавайте.

Не обязательно тренироваться писать официальным, деловым языком. Вам лишь нужен легкий и понятный метод, несколько проверенных инструментов и стратегий, которые работают.

Построение своего онлайн бизнеса путем написания ценного контента не является чем-то магическим или очень сложным. Это не требует специальной генетической одаренности... это лишь предоставление нужной вашим посетителям информации. Дело не в ультрасовременном дизайне, броском графическом оформлении и тому подобных деталях.

Соответствующий контент притягивает и убеждает. Правильные слова превратят посетителя в покупателя. Отличный контент убеждает их, что ваш товар или услуга (или же те, которые Вы представляете) именно то, что им нужно, поэтому они покупают. С другой стороны, неправильные слова делают из посетителей ваших конкурентов, которые никогда не вернутся!

**Все**, вне зависимости от того, кто они, где они живут, что они делают, имеют возможность использовать Интернет с целью реализации своего потенциала получения дохода – создают ли они электронный бизнес, расширяют ли существующий оффлайн бизнес или же создают дополнительный доход. **Для того чтобы преуспеть, Вам нужны лишь правильные слова, правильный процесс и правильные инструменты, доступные по умеренной цене.**

До сих пор мы рассматривали "ПРЕДпродажу". Ну а сейчас, давайте перейдем к тексту, нацеленному на продажу... писать, чтобы продавать.

Ключ к успешному рекламному тексту представляет собой нечто большее, чем одновременное использование "сильных слов", как в данном случае...

"Только сейчас, ограниченное предложение... Если Вы уже действовали ранее, то у Вас откроется второе дыхание и т.д. и т.п."

К сожалению, не существует магической формулы, которая позволяет добиться отличных результатов. А вот и обратная сторона навязчивой рекламы, с которой мы также очень часто сталкиваемся...

"Наш продукт является результатом 2-х летних интенсивных исследований смены системы взглядов и понятий..."

Посетители начинают зевать. Клик, и Вы их потеряли.

Разве кто-то не знает, как **убеждать** тем же способом, который мы используем в обычной жизни? Мы каждый день убеждаем наших близких, друзей и клиентов.

Простое, прямолинейное общение... без навязчивой рекламы и обмана.

Ваши слова должны привлекать, притягивать и плавно, осторожно направлять вашего читателя-покупателя к вашему источнику генерации дохода (т.е., как Вы делаете деньги). Ни больше... ни меньше.

Вы не можете быть "близко" или "почти сделавшим это". Вы должны **совершить** продажу или **заключить** контракт.

В следующих главах Вы научитесь, как превратить контент вашего сайта в продавца №1 - улыбающееся виртуальное создание, стоящее за прилавком.

Нет никакого секрета в написании хорошего контента, который убедительно ПРЕДпродает и создает отношение "готов к покупке" у ваших посетителей. Если Вы...

- действительно знаете свой товар или услугу (или то, что Вы представляете)
- понимаете разницу между **ПРЕДпродажей** и **продажей**
- влюблены в ваш бизнес
- обладаете мотивацией для достижения успеха

... Вы можете писать отличный тематический контент, который приведет ПРЕДпродажного посетителя к продаже или заключенному контракту. Не нужно быть "гением письма".

-----

**Мастер Курс по Нетрайтингу** поможет Вам улучшить и настроить вашу врожденную убедительность для Интернета путем комбинации стандартных оффлайновых копирайтерских приемов и некоторых новых электронных методов. Вы не нуждаетесь в специальных курсах по написанию креативных текстов.

Да, Вы действительно можете, и будете приковывать ваших читателей к их мониторам и вести их по вашему сайту прямо на страницу оформления заказа (или другой источник создания дохода), где Вы закрываете продажу. Это абсолютно незаметный и безболезненный процесс!

Одно незначительное предостережение...

Чтобы быть хорошим мастером электронных уговоров (нетрайтером), Вы должны желать сделать усилие.

Нет никакой волшебной палочки или формулы мгновенного успеха. Это прекрасное чувство, когда Вы видите силу **вашего** контента по мере того, как он убеждает пользователей и формирует доход.

Завораживающе!

Готовы начать?

Звенит звонок... Урок начался!

-----

### 3. Выигрышная формула

«Каким образом они наполняют шоколадную плитку Cadbury Caramilk карамелью?

В 1968 году первая телевизионная реклама была о том, как шоколадную плитку Caramilk наполняли карамелью через отверстие. Диктор задал вопрос, впоследствии ставший столь популярным. С тех пор данный рекламный концепт стал одним из самых популярных за всю историю рекламы!»

(Рекламная компания Cadbury's Caramilk, 1968)

Правда заключается в том, что нет никакого магического секрета в онлайн-успехе... просто выигрышная формула. Барабанную дробь, пожалуйста! ...

Выигрышная формула для вашего бизнеса построена на важной "фундаментальной стратегии"...

**Наполняйте Ваш сайт ценным тематическим контентом.**

Качественный тематический контент формирует **заинтересованный целевой трафик**. Это происходит путем предоставления информации, которую ищут ваши посетители, и "горячего" контента, **красующегося во всех главных поисковых системах**. Да, Вы должны писать, учитывая механизмы поисковых систем. Ведь именно с их помощью большинство людей находит что-либо в Сети.

Проще говоря, ваш сайт должен быть **Выигрышным** предложением для всех сторон...

- 1) **Ваши пользователи**
- 2) **Поисковые системы**
- 3) **Вы!**

Пользователи ищут информацию и решения. Но они обычно точно не знают, кто или что может предоставить их. Поэтому они полагаются на поисковые системы, чтобы получить список сайтов, заслуживающих посещения. Именно посредством поисковых систем (SEs – Search Engines) Вы должны достигать ваших посетителей.

Поисковые системы используют компьютерные программы, называемые пауками, чтобы выйти в Сеть, найти и принести ваш сайт в базу данных поисковых систем. Другая программа, называемая алгоритмом, решает, какой сайт больше подходит под введенный пользователем запрос.

Если пользователь ищет "салями", тогда Google отображает сайты, максимально соответствующие введенному запросу. То же самое происходит с каждым словом, которое вводит пользователь.

Вы должны **честно** убеждать каждую поисковую систему, что именно ваша страница максимально соответствует каждому ключевому слову, которое Вы указываете, и поэтому заслуживаете высокой позиции в рейтинге. Если Вы пытаетесь обмануть поисковик, то ваш успех будет кратковременным, а когда обман раскроется, на ваш сайт будет наложен запрет.

Почему? Ответ на этот вопрос очень прост.

Поисковые системы также вовлечены в бизнес. Их продукт представляет собой качество поисковых результатов. Помогите им сделать их продукт лучше, и они полюбят Вас.

Помогите и пользователю, который является вашим потенциальным посетителем и клиентом. Решите ее проблему – предоставьте то, что он хочет, в самой качественной форме.

Полностью удовлетворите нужду, по причине которой пользователь обратился к поисковой системе. Если Вы сделаете это, то добавите ценности продукту поисковых систем. Поисковики и пользователи Вас будут любить за это.

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку «**Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете**»,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**[>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<](#)**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **[КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ](#)**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **[Подписаться >>](#)**

Конечно же, **Вы** также должны выигрывать.

Как?

Добейтесь успеха в первых двух победах...

Путем предоставления ценного соответствующего контента как вашим посетителям, так и поисковым системам.

Помните, люди используют Сеть для нахождения информации. Информация содержится в тексте. **Очень интересный текст на 1000% более важен, чем прекрасный дизайн.** В конце концов, если красивая страница не имеет содержания, она не представляет собой никакой ценности, в отличие от качественного контента.

Старайтесь не отвлекать ваших посетителей от настоящей цели вашего сайта... получения клика для перехода к вашей модели монетизации (ваша страница заказа, партнерская ссылка, подписка на рассылку и т.д.). С помощью дизайна и контента сайта подчеркните и усильте образ того, что Вы

действительно являетесь владельцем своего бизнеса – экспертом, которому ваши посетители могут доверять.

Что в итоге?

Расслабьтесь. Сконцентрируйтесь в первую очередь - на ваших посетителях. Не пытайтесь привлечь их внимание с помощью колокольчиков и свиста.

### **Они хотят и нуждаются именно в качественной информации!**

К примеру, предположим, что тема вашего сайта – **гольф**. Создайте большое количество тематических страниц, посвященных гольфу, включая следующие интересные темы...

- the Masters
- the British Open
- Tiger Woods
- и так далее.

Когда Вы пишете о нише, которая Вам нравится, контент получается доступным и естественным. Принимая все это во внимание, столь сильно сфокусированный сайт прекрасно "выстреливает" в поисковых системах на сотни ключевых слов, связанных с гольфом. Принося Вам, при этом, большое количество **целевого** трафика.

Данный сайт может с легкостью иметь более 200 страниц, каждая из которых фокусируется на различной теме (т.е., страница сфокусирована на том или ином ключевом слове), а все они посвящены тематике вашего сайта. Общая сумма всей информации, размещенной на всех страницах, формирует тематический контент вашего сайта.

Сайт с тематическим контентом определенно то, что Вам нужно – **выигрышная формула!** Особенно, если Вы начинаете при очень ограниченном бюджете и заинтересованы в привлечении бесплатного трафика с поисковых систем.

### **Слова (т.е., контент) имеют значение.**

Ваш итоговый результат будет зависеть от того, что Вы говорите, как Вы говорите и кому Вы это говорите.

Мы называем это "**формирование дохода посредством контента**".

Готовы ли Вы формировать ваш доход? Тогда начинаем!..

-----

## 4. ПРЕДпродажа... Ваш приоритет №1

«Дело не в продаже... А в ПРЕДпродаже» (Ken Evoy)

Для того чтобы быть успешным, **потребности вашей целевой группы должны быть вашим приоритетом №1**. Ваше желание получить доход находится на втором месте.

Используйте отличный контент для формирования "готового к покупке" образа мысли у ваших посетителей. Предоставляйте стоящий и передовой контент, который **ПРЕДпродает**.

ПРЕДпродажные клиенты намного легче и чаще становятся платящими клиентами – более высокий **Показатель Эффективности** – результат, который ваш бизнес должен достигнуть, чтобы процветать.

Что в итоге?

В Интернете нет такого понятия как "проходящий мимо трафик". Вам необходимо сформировать и привлечь лояльный и желающий купить трафик на постоянной основе.

Сайт с прекрасным контентом помогает достичь этой цели. Он увеличивает целевой трафик, который означает рост числа продаж, генерирующих, в свою очередь, доход. Другими словами, ключ к успеху заключается в создании отличного контента, который приводит к клику, приносящему доход...

**Полезный контент = Доверительный отзыв = Довольный покупатель =  
Высокий Показатель Эффективности**

Не подталкивайте ваших посетителей к тому, чтобы они кликали, заставьте их **захотеть** кликнуть. Именно в этом и заключается разница, когда ваши посетители думают, что это их идея осуществить ваше **Самое Желаемое Действие** – другими словами, именно то, что Вы хотите, чтоб ваши посетители делали на вашем сайте.

Ваше **СЖД** заключается в том, чтобы ваши посетители кликнули на страницу оформления заказа, чтобы Вы могли сделать продажу!

И все это начинается с эффективной ПРЕДпродажи...

-----

#### 4.1. Понимание различия между ПРЕДпродажей и продажей

Как мы уже обсудили ранее, люди используют Интернет в качестве поискового инструмента. Они ищут надежную высококачественную информацию или решения, способные осуществить их желание решить проблемы, которые они испытывают в данный момент. Пользователи, в большинстве своем, **не знают**, кто и что может это обеспечить – они лишь знают, что они хотят найти кого-то или что-то, **заслуживающих доверия** и способных воплотить их желания в реальность.

В этом и заключается выигрышное преимущество насыщенного контентом сайта. Он четко указывает вашим посетителям о вашем понимании того, что они находятся в поисках качественных ответов на их вопросы... и о вашем намерении предоставить все это им. Сайт, насыщенный контентом, формирует доверие. В глазах посетителей Вы являетесь знающим экспертом, которому не все равно!

Что же случается, когда посетитель наталкивается на сайт с контентом, который на самом деле представляет собой один большой сайт продаж?

На мгновение поставьте себя на место посетителя. Он не видит интересного, подходящего, передового контента, а только попытку что-либо продать.

Но посетитель искал ценную бесплатную информацию (контент) !

---

##### 4.1.1. Продажа... Терпение – золото!

**Процесс продажи** представляет собой попытку осуществить продажу. Перед тем, как продавать, ПРЕДпродайте. Несмотря на то, что продажа является вашим главным приоритетом, она не осуществляется первой. Основная задача вашего сайта заключается в удовлетворении нужд ваших посетителей, а уже после Вы можете склонить их к вашему **Самому Желаемому Действию**. Лишь в данный момент возможность продажи "появляется на горизонте".

Многие люди, как Вы можете себе представить, сопротивляются любым попыткам им что-то продавать. Поэтому, если ваш контент слишком очевидно рекламирует что-то, посетители скорее будут противиться Вам или воздерживаться, чем выбирать Вас и **бросаться Вам на шею**.

Добавьте к этому сопротивлению также чувство неудовлетворенности и раздражения, так как они не смогли найти то, что искали. Они хотели информацию, а не расхваливание товара и попытки продажи!

Проще говоря, чистый процесс продажи не работает сразу с ходу. Вы должны "разогреть" и подготовить ваших посетителей, и Вы делаете это с помощью...

---

##### 4.1.2. ПРЕДпродажа... Выгодный разогрев

**ПРЕДпродажа**, с другой стороны, "разогревает" **ваших посетителей** с помощью высокоценной информации, которая способствует формированию доверительных отношений. Ваша информация воплощает желание посетителей и предоставляет им много «после-поисковых» решений. В результате этого положительного/полезного опыта посетитель начинает **симпатизировать Вам и уважать Вас**.

Отличный контент побуждает вашего посетителя думать о Вас как о "друге", пишущем рекомендации, а не о незнакомце, который то и дело пытается что-то продать. И если Вы создаете действительно насыщенный информацией сайт, Вы на самом деле становитесь заслуживающим доверия экспертом, который делится своим информационным богатством.

Эффективная ПРЕДпродажа формирует у ваших посетителей "**готовое к покупке**" расположение духа и приводит к клику для перехода к вашей модели монетизации. Именно эта "открытость" и желание узнать больше о Вас и вашем бизнесе обеспечивают более высокий **Показатель Эффективности** и генерируют большой доход.

Ключ к успеху состоит в укреплении вашей надежности для ваших посетителей/потенциальных клиентов шаг за шагом на протяжении всего пути. Для выполнения этого, Вам необходимо "забраться" в головы ваших посетителей и думать, как они будут реагировать на ваши ПРЕДпродажные усилия.

Что бы Вы ни делали, думайте о том, как это повлияет на ваших посетителей...

Если это не заставит их стать более "готовыми к покупке", не делайте этого. ПРЕДпродажа ваш путь к высокому **Показателю Эффективности**, в том числе **Эффективности Продаж!**

Очень легко резюмировать главный момент эффективной ПРЕДпродажи следующим вопросом...

**Какому человеку Вы бы сами ответили?**

Незнакомцу, который пытается Вам что-то продать...

или...

Знающему другу, который Вам давал уже ценные рекомендации?

-----

Вне зависимости от того, что представляет собой ваш бизнес, ключом к наращиванию целевого трафика является -

Предоставьте исключительный контент, притягивающий заинтересованных посетителей, которые становятся ПРЕДпродажными для Вас и вашего бизнеса и которые далее покупают ваши товары/услуги, кликают по вашей рекламе, посещают ваши партнерские ссылки или же другие модели монетизации, которые Вы используете.

Успешная ПРЕДпродажа является ничем иным, как наблюдением за нуждами ваших посетителей, **в первую очередь**, и **лишь после** направлением к продаже. Верьте или нет, хотя это кажется парадоксальным, но только следование данной программе действий приведет Вас к получению действительно серьезного дохода в Сети.

Проще говоря, уделяйте должное внимание нуждам вашей аудитории. Вы обязательно получите отдачу. **Давайте, а потом получайте.**

-----

А вот вопрос на миллион долларов...

Где же найти все эти прекрасные слова и этот отличный контент?

И ответ... **внутри себя!**

Вы знаете то, чего не знают другие! Внутри Вас есть опыт и знания, за которые другие люди платили бы Вам, желая узнать это. Вы могли прийти к такому опыту и знанию на вашей работе или же посредством вашего хобби. Вполне вероятно, Вы даже не осознаете, что Вы знаете! Зачастую это находится прямо у Вас под носом. Каждый из нас является экспертом в чем-то.

В качестве примера, давайте предположим, что Вы интересуетесь чем-то очень необычным. Вы любите бетон. Да, именно, цемент! Это было вашим хобби, вашей страстью многие годы...

Бетонные статуи. Краска для бетонных поверхностей. Декоративный бетон. Различные виды бетона. Мастерок для работы с цементом. Различные вещи, которые можно сделать из бетона. Литейные формы для бетона. Чистка бетона. А также многое другое...

В общем, предположим, что Вы решили создать тематический сайт, полностью посвященный бетону. Ваша главная страница тогда должна объяснять, почему ваш сайт является именно **тем** сайтом, который содержит исчерпывающую информацию относительно бетона.

Вы также создаете большое количество страниц, каждая из которых фокусируется на определенном ключевом слове, которое пользователь может искать по данной теме.

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку «**Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете**»,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **Подписаться >>**

Например, ваша страница о бетонных статуях рассказывает все о том, как создавать и исправлять необыкновенные статуи для дома и сада. Вы можете даже расширить данную тему и создать раздел,

посвященный только статуям, с одной страницей, повествующей об истории бетонных статуй, и с другой, объясняющей как торговать и продавать статуи, сделанные самими посетителями.

Основной момент, между прочим, заключается в том, что Вы создаете поистине прекрасный, высококачественный контент, который предоставляет вашим читателям именно то, что они искали с помощью поисковых систем. Смотрите! То же самое! Писать контент очень легко, если Вы пишете о том, что Вам нравится.

-----  
Вот и второй "бетонный" пример, который следует рассмотреть...

Джон Смит большой любитель всего, что сделано из бетона, а также владелец "Smith's Concrete Repair Service". Его компания занимается ремонтом фундаментов, упрочнением стен, подъездных путей, статуй, бассейнов – в общем, если это бетон и что-то не так, то он обязательно все исправит.

Первая деталь, которую необходимо отметить...

Его компания предоставляет услуги только по месту, но Джон Смит уверенно смотрит в будущее. Он создает сайт, который обращен как к местной, так и международной аудитории. Вот как он это делает...

- 1) Его качественно написанные статьи, посвященные бетону, представляют собой источник ценной информации для всех посетителей, независимо от их географического местонахождения.
- 2) **Местные посетители** (которые еще не являются клиентами) начинают доверять Джону Смицу по мере того, как он посредством своих статей и своей рассылки постоянно демонстрирует два очень важных момента:
  - его непоколебимую приверженность философии, в соответствии с которой нужды клиентов имеют первостепенное значение;
  - глубину его знаний в отношении всего, что связано с бетоном.

В скором времени, в умах своих посетителей Джон Смит становится состоявшимся "Бетонным Человеком" 😊 Когда местные потенциальные клиенты нуждаются в человеке, разбирающемся в бетоне, угадайте, кому они звонят в первую очередь?!

- 3) В представлении местных посетителей Джон Смит уже является кем-то более значимым, чем "какой-то парень, владеющий компанией по бетонным работам". Благодаря странице "О нас", посетители узнали, что, будучи владельцем компании, он также является активным членом общества, прекрасным и любящим отцом. Подобная информация положительно сказывается на доверии.
- 4) Международные посетители формируют его дополнительный доход. Мистер Смит может направлять данных посетителей к его торговым партнерам (и их товарам и услугам), которых он представляет (к примеру, книги, посвященные ландшафтному дизайну, продавец бетонных статуй и т.д.). И, конечно же, он также может **продавать** свои собственные электронные книги, предоставлять консультационные услуги, зарабатывать с помощью Google AdSense и т.д.

Посетители, готовые к покупке, доверяют его компетентным советам. Его ПРЕДпродажные усилия значительно облегчают процесс превращения данных посетителей в клиентов.

Что в итоге?

**Эффективно ПРЕДпродавайте... чтобы эффективно продавать.** Вот так все просто! А это значит...

**Нужды вашей целевой группы** должны быть вашим **приоритетом №1**, причина же, которая кроется за всеми предпринимаемыми Вами действиями (например, продажа) - всегда вторична.

Поэтому постоянно наблюдайте за вашими посетителями и...

- 1)** ПРЕДпродавайте... не продавайте! Используйте отличный контент для формирования "готового к покупке" образа мыслей ваших клиентов. В начале "разогревайте" ваших посетителей.
- 2)** Увеличивайте вашу прибыль путем увеличения трафика (с помощью предоставления большого количества тематического контента) и Показателя Эффективности.
- 3)** Ваш Показатель Эффективности зависит от того, что Вы делаете и как Вы это делаете. Вы будете иметь более высокий Показатель Эффективности, если Вы...
  - Достигаете целевого трафика достойным уважения образом (к примеру, посетителя найдут Вас с помощью поисковых систем).
  - Предоставляете ценный и подходящий контент, который ПРЕДпродает.
  - Рекомендуете посетителям перейти на страницу, где расположен ваш источник генерации дохода (страница оформления заказа, сайт торгового партнера, который Вы представляете и т.д.) **лишь после того**, как они стали Вам симпатизировать и уважать Вас.

-----

Хорошо, давайте теперь начнем "строить" далее на столь важном фундаменте, в котором мы сейчас разобрались. Ранее мы ввели термин "**Самое Желаемое Действие**". Сейчас наступило время углубиться в детали данного понятия...

-----

## 5. Определите Ваше Самое Желаемое Действие... До начала Продажи

«Ничего не происходит случайно в мире компьютеров, Интернета, потребительского рынка. Всегда есть причина – плохая или хорошая – тому, что происходит, и эта причина – Вы.»  
(Ken Evoy, "Реальность электронной коммерции")

Переход от **ПРЕДпродажного** контента (т.е., ценной информации, которую ищут ваши целевые посетители) к **продающему** рекламному тексту (т.е., закрытие сделки и оформление заказа) становится намного проще, когда Вы можете четко ответить на этот вопрос...

Какого действия от посетителя вашего сайта Вы ожидаете больше всего?

Или, проще говоря...

Какое ваше **Самое Желаемое Действие**... ваше **СЖД**?

Ответ на данный вопрос очень важен, так как Вы не можете начинать знакомить вашего посетителя с сайтом до тех пор, пока Вы **точно** не знаете, чем это знакомство должно завершиться. Как только Вы определились с вашим **СЖД**, каждое слово рекламного текста Вы будете писать для достижения этой цели. Каждый заголовок, подзаголовок, параграф и предложения будут нацелены на достижение вашего **СЖД**.

Уделите сейчас несколько минут ответу на вопрос... Какое мое **Самое Желаемое Действие**, когда пользователь посещает мой сайт?

- Сделать прямую продажу непосредственно с вашего сайта?
- Создать запрос посредством определенной формы для последующего оформления заказа в оффлайн?
- Убедить вашего посетителя принять предложение о скачивании продукта с 30-ти дневным бесплатным пробным периодом?
- Сделать так, чтобы посетитель подписался на вашу рассылку или пожелал получить от Вас обещанный бесплатный бонус?
- Убедить посетителя воспользоваться вашими услугами?

Не прекращайте думать об этом до тех пор, пока Вы не будете уверены в том, что выбранное Вами **СЖД** является наилучшим для вашего бизнеса. Записывайте абсолютно все, что приходит Вам в голову. В данном случае нет необходимости что-либо исправлять или редактировать. Пусть идеи льются рекой. После изменяйте, улучшайте и сужайте их список до момента, пока Вы полностью не будете удовлетворены результатом... Да! Это и есть мое **Самое Желаемое Действие**.

Определение **СЖД** целиком концентрирует Вас на убеждении клиента выполнить действие, которое генерирует для Вас доход, независимо от того, что оно из себя представляет. Вот несколько примеров для наглядности...

- Если Вы являетесь Вебмастером, вашим **СЖД** может быть клик для перехода на страницу, содержащую вашу информацию – номер телефона или email-адрес – с целью последующего контакта. Состоявшийся звонок или диалог представляет собой закрытие сделки и заключение контракта.

- Если Вы продаете товар (материальный или электронный), вашим СЖД может быть клик для перехода на страницу оформления заказа.
- Если Вы являетесь участником той или иной партнерской программы, то вашим СЖД может быть клик для перехода на сайт вашего торгового партнера, которого Вы представляете. В этом случае есть два **Самых Желаемых Действия**, ваше и вашего партнера!

-----

Что ж, давайте двигаться дальше. В качестве подготовки к следующей части **Мастер Курса по Нетрайтингу** выполните небольшое задание. Пожалуйста, ознакомьтесь с рекламным текстом данной страницы –

<http://khiger.com>

Уделите особое внимание данным шести компонентам...

- 1) СЖД
- 2) Вступительным заголовкам
- 3) Вступительным параграфам
- 4) Всем подзаголовкам
- 5) Ссылкам на **СЖД**
- 6) Содержанию самого рекламного текста

Не нужно торопиться! Тщательно продумайте все. Необходимо прочувствовать сайт и его контент.

Вы уже вернулись? Прекрасно!

Так какое было **СЖД**?

Все очень просто... **СЖД** состоит в том, чтобы посетитель подписался на рассылку! После того, как **СЖД** установлено, цель каждого компонента заключается в переводе читателя на следующий компонент... от Вступительного Заголовка к Вступительному Параграфу, к Подзаголовку, к Содержанию Рекламного Текста, к **СЖД**.

Как Вы видите, абсолютно весь текст был написан с учетом **СЖД**. Он отображает нужды потенциального подписчика (уже вовлеченного в бизнес или только начинающего) и предоставляет ей доступное решение его информационных потребностей и проблем...

Контент на данной странице показывает, как все шесть ключевых компонентов (**СЖД**, Вступительный Заголовок, Вступительный Параграф, Подзаголовок, ссылки на **СЖД** и Содержание Рекламного Текста) соединяются воедино для того, чтобы "разогреть" посетителя и впоследствии преобразовать ее "готовое к действию" отношение в реальное действие.

Вскоре ваш рекламный текст будет делать то же самое!

Вы спрашиваете "скоро"? Да, очень скоро... но не думайте закрывать книгу сейчас. Еще нужно многое сделать...

-----

## 6. Пишите для Вашего Идеального Клиента

«Если б мог быть тобой, а ты мной, всего на час, мы могли бы найти способ проникнуть в мысли друг друга.»  
(Слова из песни "Walk A Mile In My Shoes", Joe South, хит 70-х)

-----  
Вы уже вырастили ваше **СЖД** в своем мозгу?

Прекрасно! Сделали ли Вы заметки по поводу вашего задания относительно тех шести компонентов – **СЖД**, Вступительный Заголовок, Вступительный Параграф, Подзаголовок, ссылки на **СЖД** и Содержание Рекламного Текста?

Что значит "Собака их съела"?

Если Вы еще не сделали этого, то просмотрите данную страницу прямо сейчас! Вы выучите больше, если выполните это задание. Или если Вы плохо разбираетесь в почтовых рассылках, то посетите другой сайт. Например, вот этот -

<http://khiger.com/recommend/links/promoways.html>

Или найдите ваш тип бизнеса, кликните на **тот** сайт, который Вам ближе и изучите рекламный текст.

Читайте, задавая себе следующие вопросы... Как влияют на меня эти **слова**? Что данные слова пытаются до меня донести? Обратите внимание на то, как рекламный текст пытается проникнуть в **мысли** целевого клиента.

-----  
Отлично, сейчас мы готовы начать работать над фундаментом успешного электронного бизнеса...

Удивлены? Вы думаете про себя?..

"А где же план действий"?

"Что насчет форматирования и редактирования"?

"Не будем создавать заголовки"?

Итак, как и с большинством вещей в жизни, Вы не можете перейти сразу к основным действиям, если, конечно же, не хотите столкнуться сразу с неприятными последствиями.

Эффективные **ПРЕДпродажа** и **продажа** не являются исключениями. Каждый заголовок, параграф, предложение, слово должны играть убеждающую роль... поистине убеждающую роль.

Надежный фундамент крайне важен для действий, которые Вы будете предпринимать впоследствии, независимо от того, какими они будут. Поэтому давайте вернемся к основам. Ваш бизнес, независимо от того, каким он является...

- мелким или крупным,
- новым или состоявшимся,

- высокотехнологичным или трудоемким,
- элитным или дешевым,

зависит от воспринимаемой клиентами ценности вашего товара (или услуги). Если они не видят никакой пользы или "зачем он им", тогда их отношения с Вами не будут иметь никакого продолжения. Ваши потенциальные клиенты будут искать в каком-нибудь другом месте. А ваши конкуренты всегда желают и хотят принять их и помочь им.

-----  
Как Вам предотвратить это?

**Сначала узнайте вашего целевого или идеального клиента... поставьте себя на ее место и проникните в ее мысли...**

Она представляет большинство людей, которое будет заинтересованно в вашем товаре или услуге. Никаких просто любопытных и без дела бороздящих Интернет пользователей... только потенциальные клиенты, у которых есть определенный интерес к вашему бизнесу. Вы должны понять их мысли и чувства, выяснить, что они хотели бы видеть.

Проще говоря, Вы должны проникнуть в их голову. Как только Вы будете знать своего клиента, Вы сможете предвидеть их желания, вызвать нужные эмоции и показать, как им будет полезен ваш товар или услуга. Мы прекрасно знаем, что случится после этого. Для покупателя **ценность всегда перевешивает финансовые затраты!**

Вы ПРЕДпродаете путем предоставления ценного контента! Тогда, и только тогда, Вы продаете, предоставляя ценные **выгоды**. Удовлетворенный клиент становится постоянным клиентом, если Вы всегда "перевыполняете" свои обещания.

-----  
В Сети у Вас нет такой роскоши, как контакт "лицом к лицу", который помогает узнать, что нужно посетителю. Именно поэтому очень важно создать своего рода образ целевого или **идеального** клиента перед тем, как Вы начнете писать рекламный текст для вашего сайта. Помните, что ваши слова подобны виртуальному продавцу, который стоит у прилавка магазина.

Ваш рекламный текст должен создавать у идеального клиента впечатление, что Вы говорите с ней лицом к лицу, приветствуете ее, предоставляете качественный сервис и выполняете ее желания. Вы не можете писать эффективно до тех пор, пока не узнаете образа мысли вашего идеального клиента.

Кстати... когда мы говорим о клиенте, как Вы уже заметили, мы используем местоимения женского рода (она, ее, ей). Почему? Есть две причины...

- 1) Чтобы разнообразить ваше мышление – мы все привыкли к тому, что везде читаем "он" или "его". При чтении местоимений женского рода Вы вспомните, что ваши слова будут читать как мужчины, так и женщины.
- 2) Чтобы осознать тот факт, что женщины составляют до 80% сетевых покупателей (конечно же, в зависимости от вашей ниши). "Обычное" использование местоимений мужского рода будет заставлять Вас "думать по-мужски".

Образ вашего идеального клиента рисует в вашем мозгу картину того, с кем Вы будете иметь дело... и что более важно, для кого Вы будете писать. Не будет никакого успеха, если Вы будете писать для себя. Вас незачем убеждать. **Вы** уже знаете и любите ваш товар/услугу (или то, что Вы представляете). Пишите для вашего целевого клиента.

Сведите вашу цель к одному единственному, идеальному клиенту. Представьте его себе. А сейчас пишите для нее. То, что Вы думаете об одном человеке, помогает вашему рекламному тексту приобрести черты прямого контакта. Если же Вы думаете о тысяче посетителей, когда пишете, то ваш рекламный текст будет иметь безликий, общий характер. Все прекрасно знаете ее, так говорите же с ней!

-----

Давайте перейдем к следующему уровню данного подхода, в соответствии с которым клиент и его нужды всегда первичны...

-----

## 7. Образ мышления – это все

«Нет такой вещи как неинтересная тема;  
Единственное, что может быть – незаинтересованный человек».  
(G. K. Chesterton)

### У Вас уже есть образ вашего идеального клиента?

Только в этом случае Вы можете выяснить, что Вы можете предложить... или какую проблему Вы можете решить. Другими словами, только тогда Вы можете выявить **выгоды** для вашего клиента. Покопайтесь немного и найдите черты, которые описывают вашего целевого клиента.

К примеру...

- Взрослый пользователь, поколение 40-60 годов? Знаток техники? Коллекционер? Фрилансер?
- Семейный человек? Холостой/незамужняя?
- Проблемы с деньгами? Стрессовый период? Проблемы на работе?
- Привыкший рисковать? Энергичный? Предприимчивый?
- Опытный Интернет-пользователь? Новичок?
- Осторожный? Коммуникабельный? Заинтересованный?

Сделайте ваш образ настолько всеохватывающим, насколько Вы можете. Если ваш товар имеет несколько типов потенциальных клиентов, то создайте несколько образов для каждого типа.

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку «**Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете**»,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **Подписаться >>**

**Не забудьте проверить, откуда поступает трафик на ваш сайт!** Через поисковые системы, через оплаченную Вами рекламу или рассылку?

-----

Данная информация даст Вам еще одну подсказку относительно образа мыслей ваших клиентов, когда они посетят ваш сайт для чтения его контента. Почему? Потому, что "рекламный трафик" тяжелее убеждать, чем потенциальных клиентов, которые нашли Вас посредством поисковых систем.

Почему? Почему "рекламный трафик" тяжелее убеждать?

Вы слишком часто спрашиваете "почему?"!

Потому, что если люди нашли Вас через рекламу, они знают, что "клюнули" на рекламу. И они знают, что за этим следует другая реклама. Поэтому они чувствуют, что Вы используете **их** время.

Но если они нашли Вас с помощью поисковых систем, то это совсем другая история...

**Они** искали Вас! Они нашли Вас через ключевое слово, поэтому они являются целевыми. И они горды за себя, так как нашли Вас. Вы уже на полпути к успеху, так как они искали и нашли то, что хотели... **Контент!**

Тематический контент привлекает целевых посетителей (т.е., потенциальных покупателей), ведь Вы писали его так, чтобы ваш сайт занимал высшие позиции в рейтинге, без каких-либо "трюков", что очень ценят поисковые системы... этический и эффективный способ привлечь целевых клиентов на ваш сайт. Мотивированный и заинтересованный трафик приносит свои плоды.

И все же, поисковые системы способ №1, с помощью которого пользователи находят сайты. Если они не могут найти ваш сайт, значит, он не существует. По мере того, как поисковые системы улучшают алгоритмы поиска, все эксперты утверждают, что хорошо написанный тематический сайт будет занимать самые высокие позиции в рейтинге по ключевым запросам еще на протяжении ряда лет.

Еще один важный момент...

Нахождение сайта посредством поисковых систем заслуживает больше доверия, чем посещения сайта через рекламу. Это оффлайн-эквивалент чтению статьи в газете и рекламному объявлению.

Ваш высококачественный, оригинальный бесплатный контент ПРЕДпродает, обеспечивает Вам целевых посетителей путем предоставления информации, которую они искали. Ваш контент делает из Вас эксперта в конкретной нише. Он дает вашим потенциальным клиентам право на доверие Вам.

Теперь вернемся к образу мысли вашего идеального клиента...

Является ли она недоверчивой и нетерпеливой? Или полной энтузиазма и ищущей информацию? Готова ли она к тому, чтобы быть убежденной в чем-либо? Вы должны использовать нужные слова, чтобы заставить ее оставаться на вашем сайте. Уделите должное время созданию данного образа. Усилие, которое Вы прилагаете сейчас, будет поддерживать ваш сайт и, конечно же, ваш бизнес.

Помните, что для посетителя ваш сайт от другого сайта находится на расстоянии одного лишь клика. В действительности другой сайт принадлежит вашему конкуренту. Ваши слова всегда соревнуются с тикающими часами. Немного отрезвляющая мысль, не так ли?

Жизнь в Интернете очень быстра, но Вы можете справиться со скоростью, если подготовлены.

-----

**Пришло время для вашего следующего практического задания.**

Пожалуйста, напишите в мельчайших деталях образ вашего идеального клиента.

Все становится на места. К концу выполнения данного задания, ваш фундамент будет достаточно прочным. У Вас будет **СЖД**, хорошее понимание эффективной ПРЕДпродажи и детальный образ вашего идеального клиента. Вы будете готовы научиться писать рекламный текст, который действительно будет **продавать**.

-----

Отлично. Готовы ли Вы к самой интересной части? Давайте получим продажу или то, что является вашим СЖД!..

-----

## 8. Выгоды делают Продажу... не Характерные черты!

«Слова – самый сильный наркотик, который используют люди.»  
(Rudyard Kipling)

-----

Отличный рекламный текст притягивает и удерживает внимание читателя, увеличивая его интерес к тому, что представлено. Перемещает читателя по странице и приводит его в "готовом к покупке" состоянии прямо к вашей форме оформления заказа (или к вашему источнику генерации дохода).

До тех пор, пока информация реалистичная, соответствующая и отвечает на вопрос – "Что в этом есть для меня?", читатель будет продолжать прокручивать страницу... настолько долго, насколько потребуется.

Однако, если Вы совершите лишь одну оплошность, кнопка мыши будет нажата. Ваши слова – единственное, что увеличивает воспринимаемую ценность вашего товара или услуги. И именно они убеждают вашего читателя стать клиентом.

То, что Вы пишете, должно отражать ваши знания и страсть к тому, что Вы **продаете** или **представляете**. Неискренность, неуверенность и отсутствие энтузиазма будут легко проглядываться между строк. Обман сам по себе... губителен.

Станьте экспертом по вашему товару или услуге. Создайте доверительные отношения с вашими посетителями, чтобы они не возводили никаких препятствий между Вами и их деньгами.

"Разве это не очевидно?"

И да, и нет...

Вы точно знаете ваш товар со **своего** ракурса. Но Вы должны знать его абсолютно со всех сторон...

- Спросите мнение других людей. Рассматривают ли они данный товар или услугу так же, как и Вы? Может у них есть другое представление?
- Сравните ваш товар с товаром ваших конкурентов. Как Вы его оцениваете?
- Посмотрите, что происходит на рынке. Какое место он занимает?

Будьте настоящим сыщиком. Раскройте столько деталей, сколько можете – положительных и отрицательных. И тогда... Вы угадали! Возьмите ручку и бумагу опять (или же вашу клавиатуру!).

Запишите все черты (т.е., что ваш товар имеет или представляет собой) вашего товара или услуги. Если Вы оказались действительно хорошим сыщиком, то это будет очень длинный и объективный список. Закончили? Не осталось ни одной неописанной черты?

Отличная работа!

Теперь возьмите описанный Вами образ идеального клиента и положите его рядом с только что законченным списком. Представьте, что ваш идеальный клиент изучает все черты, которые Вы включили в список. Будет ли она убеждена тем, что видит? Вызовут ли данные черты мгновенную "у меня должно это быть" реакцию?

К сожалению, ответ – **нет**... как минимум, не для большинства клиентов. А почему нет? Потому, что многие не имеют столь хорошего воображения, чтобы мгновенно увидеть, "что в этом есть для них", только просмотрев характерные черты. Люди покупают, руководствуясь эмоциями, а не своей логикой. Это означает, что Вы должны превратить данный список свойств в список выгод.

Только **выгоды** вызывают эмоции.

### **Только выгоды отвечают на очень важный вопрос... "Что в этом есть для меня?"**

Внесите изменения. Осуществите превращение. Возьмите созданный Вами образ и **станьте** клиентом. Тщательно изучите все характерные черты и выясните, какую выгоду для Вас, как для клиента, имеет каждая из них. Не следует спешить. Действительно станьте своим же клиентом. Настройте нужный образ мысли.

Вот несколько примеров для начала...

- Экономит ли какая-то черта время, особенно, если кто-то очень сильно загружен на работе?

**Это выгода.**

- Побуждает ключевое свойство товара или услуги ребенка к чтению?

**Это выгода.**

- Обеспечивает ли другая черта независимость, возможность самостоятельно принимать решения?

**Это выгода.**

Подводя итог вышесказанному...

Характерные черты представляют собой элементы товара (или услуги), которые что-то **делают**, или чем-то **являются**. Выгоды являются результатами, которые **делают что-то для клиента**. Они соединяются на эмоциональном уровне, принося пользу или решая определенную проблему. Пусть ваш список выгод растет и растет. Он никогда не может быть слишком длинным.

Все выгоды добавляют воспринимаемой ценности вашему товару или услуге. Чем больше воспринимаемая ценность, тем лучше ваши шансы на продажу... на скачивание... на подписку... или контакт, в зависимости от вашего **Самого Желаемого Действия**. Всегда помните об этом.

Путаница между характерными чертами и выгода – проблема копирайтинга №1. Именно поэтому Вам необходимо научиться составлять огромный список **самых значимых** выгод от Вашего продукта или услуги для ее конечного целевого потребителя.

**Выгоды** будут всегда тем, что **продает!**

Длинный лист выгод представляет собой ключевую информацию, необходимую Вам для написания убедительного рекламного текста для вашего сайта. Слова, основанные на выгодах, "цепляют посетителей за самое живое". Они выполняют желания и решают проблемы вашего идеального клиента. Они гарантируют, что Вы будете удерживать ее внимание и увеличивать ее интерес. И это приводит Вас прямо к продаже!

Так что же является ключом к использованию Сети для преумножения продаж и контрактов?

Обеспечьте качественный, ориентированный на выгоды рекламный текст, а не прямое "всучивание" своего товара. Подобный рекламный текст создает мотивированный трафик и развивает чувство уверенности в Вас, как в специалисте, который "знает" об их проблемах и желаниях.

Люди покупают у тех, кто им нравится, и кому они верят. Все настолько просто! Целевые ПРЕДпродажные посетители будут переходить на вашу страницу оформления заказа. Продажа уже на 99.9% осуществлена!

Список выгод имеет и вторую функцию, и эта функция вытекает из первой. Данный список поможет Вам создать ваше **Уникальное Продажное Предложение (УПП)**.

Ваше **УПП** объясняет вашему читателю, что отличает Вас и ваш товар/услугу от вашего конкурента. Это исключительно ваша лучшая выгода, которую каждый посетитель вашего сайта будет воспринимать, как уникальную и присущую только Вам. Она дает посетителю понять, почему она должна покупать именно у Вас, а не у кого-нибудь другого.

Ваше **УПП** является **самой сильной выгодой** вашего товара или услуги, в комбинации с сильной и уникальной характерной чертой вашего бизнеса. Оно отвечает на самый важный вопрос... Почему потенциальный клиент должен покупать у Вас?

-----

Вот очень простое упражнение, которое поможет Вам разработать ваше **УПП**...

- 1) Опишите, что предоставляет собой Ваш бизнес.
- 2) Опишите в общих чертах ключевые выгоды для вашего клиента. Какие проблемы они решают, что предоставляют? Пожалуйста, только самые важные выгоды.
- 3) Выявите вашу уникальную характерную черту. Что отличает Вас от конкурентов? Продолжайте работать над этим до тех пор, пока Вы не сможете четко отделить себя от других. У клиентов должна быть убедительная причина для того, чтобы иметь дело именно с Вами, а не вашими конкурентами. Если таковой нет, то создайте уникальное позиционирующее высказывание.
- 4) Обобщите все вышесказанное в краткую и сильно мотивирующую фразу, которая **убеждает** ваших клиентов иметь дело с Вами, тратить их деньги для получения выгод, которые Вы можете им предоставить. Как только Вы начнете осуществлять свою деятельность, следуя данным четырем шагам, Вы можете обнаружить, что это намного сложнее, чем кажется. Именно так и есть! Но не сдавайтесь! Ваши конкуренты находятся на расстоянии клика. Используйте ваше **УПП** для дифференцирования (отличия от конкурентов)!

По мере того, как Интернет расширяется, привлекательное **УПП** будет необходимо. Ваш бизнес должен быть в состоянии выделяться из толпы.

-----

Готовы ли Вы для домашнего задания?

Первым делом обязательно составьте список выгод от Вашего продукта или услуги для ее реального целевого потребителя. Далее начните с уменьшения количества возможных вариантов, шаг за

шагом. Продолжайте до тех пор, пока Вы не будете удовлетворены тем, что нашли самую лучшую выгоду. Не уверены? Спросите мнения своих близких и знакомых.

Затем превратите эту выгоду в...

- слова, выделяющие отличную выгоду, которую посетитель/читатель не может проигнорировать
- предложение или фразу, которая убеждает
- высказывание, которое заставляет ее думать "Ваш товар/услуга именно то, что мне нужно".

Создание идеального **УПП** будет самым сложным, что Вам предстоит сделать. Более того, оно будет также самым важным.

В то время как Вы будете выполнять данное задание, ключевым моментом будет постоянное принятие во внимание образа мысли ваших клиентов.

-----

В следующей главе, мы увидим, почему создание правильного, самого лучшего **УПП** стоит приложения поистине титанических усилий...

-----

## 9. Удерживайте ваших посетителей на своем сайте!

«Те, кто сидят под тенью дерева сегодня,  
посадили дерево задолго до этого.»  
(Warren Buffett)

-----  
Создано ли ваше УПП? Супер! Это значит, что Вы уже выполнили следующее...

- определились с вашим **Самым Желаемым Действием (СЖД)**
- создали образ вашего идеального клиента
- обладайте хорошим пониманием ключевых составляющих эффективного сайта.

**А** это значит, что Вы знаете...

- как начать ваш сайт (фокусируясь на тематическом контенте, конечно же!)
- как закончить ваш сайт (где Вы генерируете доход посредством выбранной Вами модели монетизации)
- что добавить в процессе создания сайта.

Вы также знаете, как применить все к вашему целевому клиенту, который уже тщательно обрисован в вашей голове. Как и везде, **подготовка** составляет **90%** всей работы. Данное высказывание вдвойне справедливо к начинаниям в Интернете!

-----  
Давайте продолжим...

Рекомендации по рекламному тексту в **Мастер Курсе по Нетрайтингу** представляют собой нечто большее, чем написание самого рекламного текста. **Они касаются абсолютно всей системы онлайн связи...** email-адреса, почтовые рассылки, бесплатные предложения, реклама, онлайн магазины и т.д.

Однако вне зависимости от того, какой подход Вы используете, для начала Вы можете только улучшить отношения с вашим посетителем, если Вы завладели его вниманием с помощью прямого общения "один на один".

**К примеру**, какой смысл создавать подпись для электронных писем, если получатель сразу удаляет ваше письмо?

Подпись для электронных писем является мощной и бесплатной рекламой. С ее помощью каждый человек, с которым Вы общаетесь, прочтет о вашем бизнесе. Ее цель заключается в том, чтобы убедить вашего читателя посетить ваш сайт. Сделайте ее видимой, используя нужное количество слов, которые должны быть пронизательными и убедительными. Ваша подпись позволяет читателю знать, почему Вы являетесь уникальным.

Но для того, чтобы продолжить с данным примером, тема вашего email'а для начала должна выполнить свою работу... получатель должен открыть email.

-----

**Джо Робсон**, профессиональный копирайтер, который является соавтором **Make Your Words Sell!** (<http://myws.sitesell.com/>), описывает Интернет как чрезвычайно людную улицу, наполненную миллионами кричащих, сигнализирующих и издающих громкий звук людей. Каким-то образом, как продавец, Вы должны найти способ привлечь ищущих Вас посетителей так, чтобы они замедлили свое действие на довольно продолжительное время для ознакомления с вашей информацией.

Обратите внимание на то, что сейчас было сказано...

"Замедлили действие", а не "остановились". Это еще одна сложная сетевая задача.

Как только Вы привлекли их внимание, ваши слова (т.е., **ваш контент**) должны существенно увеличить интерес, чтобы посетители остались с целью получения дополнительной информации.

Так каким же образом Вы должны привлечь внимание?

Что-нибудь необычное? Что-нибудь шумное? Что-нибудь красочное?

Что-нибудь сверхсовременное?

Однозначно "нет" на все вопросы!

Представьте, лишь на одну секунду, что Вы находитесь как раз в таком месте. Что должен кто-то сказать, чтобы Вы остановились и повернулись? Вы думаете "ничего"? А что, если бы человек произнес ваше имя настолько громко, чтоб Вы могли услышать? Конечно же, Вы бы повернулись! Почему? Потому что Вы услышали что-то, имеющее непосредственное отношение к Вам.

Ваш вступительный заголовок на сайте, простой и без лишних слов, играет именно эту роль. Ваш рекламный текст должен начинаться с такой же силой, привлекающей внимание, как и окрик по имени в оживленной толпе. Есть лишь один способ добиться этого... используйте ваш **УПП**.

Что ж, смотрите внимательно. А вот и ваш идеальный клиент рассматривает сайт. Наблюдайте за ним. Он не останавливается автоматически, чтобы почитать. Он высматривает в поисках нужной информации. Быстро смотрит на ваш вступительный заголовок, если он ее не заинтересует, то кнопка мыши будет нажата! ...

И тогда прощайте!

Тем не менее, если ваш Вступительный Заголовок привлечет его внимание, тогда меняется вся картина. Идеальный клиент **замедляет скорость**, чтобы прочесть подзаголовки и ваш вступительный параграф. И если они содержат достаточно полезной и соответствующей информации, то он продолжит читать весь текст, дойдя до части, с помощью которой Вы генерируете доход... до тех пор, пока **Вы** продолжаете предоставлять различные выгоды, которые помогают **ему**.

Ваш заголовок будет привлекать внимание только, если он имеет эмоциональный оттенок и предлагает ваше **УПП**. Логика здесь не вовлечена. Заголовок должен отвечать на следующий вопрос в мозгу читателя... **"Что в этом есть для меня?"** (Это настолько важная часть ПРЕДпродажи и эффективной продажи, что она заслуживает быть повторенной снова и снова!).

Поставьте перед собой список выгод, ваше **УПП** и образ идеального клиента. Именно здесь ваша работа над фундаментом начинает приносить плоды.

Создайте Ваш главный заголовок. Он должен содержать ваше **УПП**. Он понимает образ мысли вашего идеального клиента. Это единственный способ, с помощью которого Ваше сообщение будет "услышано" на очень оживленной "сетевой" улице и заставит бегающие, выискивающие глазки сбавить скорость, притягивая их к вашему рекламному тексту.

Теперь превратите большинство ваших выгод в "заголовки более низкого уровня". Вы не должны быть слишком изобретательным или умным. Просто пишите заголовки, основанные на выгодах и нацеленные на вашего идеального клиента. Не думайте жалеть для этого собственных усилий. Не удовлетворяйтесь парочкой подзаголовков. Напишите десять. Взгляните на ваш Вступительный Заголовок и десять подзаголовков. Организуйте их так, чтобы они "рассказывали именно ту историю", которую Вы хотите. Если есть необходимость можете добавить еще несколько подзаголовков.

-----

Ваш Вступительный Заголовок и подзаголовки выполняют несколько важных функций...

- 1) Они все ближе и ближе приближают читателя к вашей странице оформления заказа.
- 2) Они делят вашу информацию на маленькие, "удобоваримые" части.
- 3) Они создают структуру, "историю", вокруг которой Вы добавите содержание вашего рекламного текста.
- 4) Последний подзаголовок имеет особое значение, так как он ведет к **СЖД** и вашей модели монетизации.

Как Вы видите, Ваше состояние будет зависеть от того, насколько хорошо "работают" ваш Вступительный Заголовок и подзаголовки. Они должны быть идеальными. Все это представляет собой важную часть создания сайта с исключительным тематическим контентом. Так что... создавайте, исправляйте и совершенствуйте.

После повторите процесс. Вы закончите только тогда, когда решите представить близким или знакомым ваш труд на ознакомление. Если они захотят купить, тогда все готово!

Создайте **Вступительный Заголовок**, который будет привлекать так сильно внимание, как это только возможно. Отличное начало имеет большое значение, когда Вы взаимодействуете с вашим читателем.

Негативное же впечатление с самого начала практически невозможно изгладить впоследствии.

-----

Отлично! Начиная с этого момента, у Вас двоякая задача...

- Формировать интерес у вашего читателя по мере того, как Вы расширяете ваш сайт с помощью рекламного текста
- Достигнуть вашего **СЖД (Самого Желаемого Действия)**.

К примеру, давайте предположим, что вашим **СЖД** является размещение заказа читателем. Все, что Вы пишете на своем сайте должно побуждать его к данному действию. Постепенно. Осторожно. Не забывайте о пальце, который постоянно нависает над кнопкой мыши.

Как Вам стать мастером электронных уговоров? Путем **становления** своим же клиентом. Позвольте вашему увлечению и восхищению товаром или услугой заряжать Вас креативной энергией в процессе написания контента.

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку «**Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете**»,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **Подписаться >>**

Помните, что нужно использовать как можно меньшее количество прилагательных и наречий, которые не основаны на действительности. Сконцентрируйтесь на написании рекламного текста, основанного на выгодах. Каждое слово должно вносить определенный вклад для достижения **СЖД**.

Такое же усилие должно распространяться и на того, как Вы представляете ваши...

- Гарантию
- Заявление о конфиденциальности
- Рекомендации
- Форму заказа

Ваша форма заказа имеет особое значение. Очень многие нетрайтеры расслабляются в данный момент, как будто им следует только повторить выгоды и закрыть сделку. Ключевым моментом в данном случае является устранение всех возражений... и постоянное слежение за их наличием.

Различные части вашего сайта должны "звучать" как оркестр. Все части должны красиво играть одну и ту же мелодию для удержания клиентов на местах.

Так встаньте за дирижерский пульт. Используйте ваше **СЖД** в качестве дирижерской палочки. Позвольте вашему рекламному тексту плавно струиться. Представляйте свою информацию короткими вспышками. Добавьте личности!

Сделайте так, чтоб каждый параграф, каждый раздел соответствовали друг другу. Каждый заголовок должен быть гипнотическим. Заставьте читателя продолжать двигаться дальше с энтузиазмом и восхищением на пути к вашему **СЖД**.

Отформатируйте ваш текст таким образом, чтоб смягчить "боль" от онлайн чтения. (Чтение с монитора компьютера на 25% медленнее и намного более неудобно, чем чтение с бумаги). Добавьте "свободного пространства", чтобы ваш текст не казался плотным и отнимающим много времени.

**Важное напоминание...** По мере того, как мы подготавливаем материал для рекламного текста, помните следующее... Вы получаете шанс продать только тогда, когда Вы сначала ПРЕДпродаете. Поэтому, в первую очередь, пишите ценный контент. Он сформирует целевой трафик и "разогреет" посетителей для вашего рекламного текста.

Качественный контент будет удерживать посетителей на вашем сайте. Он также будет возвращать их. Давайте посмотрим, как Вы можете генерировать повторные посещения и сделать первую (вторую, третью и т.д.) продажу...

-----

## 10. Создайте отношения

«Большие взрывы – всего лишь маленькие взрывы,  
которые продолжают иметь место.»

(Christopher Morley)

-----  
Пользователь может посетить ваш сайт только один раз. Это один "выстрел"... одна попытка получить доход.

Но если она подпишется на вашу почтовую email-рассылку, у Вас будет много попыток. Предоставьте хороший контент, продолжайте ПРЕДпродавать и Вы преуспеете в создании длительных отношений с вашими посетителями.

Это особенно важно, если Вы предоставляете только местные услуги. Различие между беспрецедентным успехом и неудачей может возложить всю ответственность на вашу рассылку. Безусловно, она предотвращает нежелательный сценарий, позволяя Вам оставаться в зоне видимости вашей целевой группы с помощью продолжающегося диалога.

Почтовая рассылка формирует столь важное доверие, которое чрезвычайно необходимо для конвертации посетителя/подписчика в платящего клиента. Доверие, доверие и еще раз доверие. Ваша рассылка является каналом, посредством которого Вы формируете вашу способность внушать доверие, придаете энергию отношениям и увеличиваете ваш **Показатель Эффективности**.

Например, если Вы участвуете в партнерской программе, ваше **СЖД** заключается в получении клика на один из сайтов ваших партнеров, чтобы Вы смогли получить комиссии с продажи.

Или, если Вы продаете тот или иной электронный товар, ваше **СЖД** заключается в его продаже. (Сейчас Вы видите связь между вашим **СЖД** и вашей основной моделью монетизации, не так ли?).

Вы строите сайт, постоянно думая о вашем **СЖД**. Но Вы также понимаете, что лишь малый процент ваших посетителей в действительности осуществляют ваше **СЖД** во время посещения. Поэтому Вам необходимо **Запасное Ответное Действие**, альтернативный "выстрел".

-----  
Хорошее **Запасное Ответное Действие** должно...

- предоставить вашему посетителю выгоду по "смешной" цене (лучше всего и вовсе бесплатно) и...
- дать Вам возможность напомнить клиенту о вашем бизнесе.

Рано или поздно существенный процент тех, кто инициирует ваше **Запасное Ответное Действие**, будут осуществлять ваше **СЖД**. Почему? Потому, что Вы строите качественный, длительный, повторяющийся контакт, отношение "один на один" с вашим посетителем/клиентом.

Вы проделали много работы для привлечения трафика на ваш сайт. Может ли ценный контент позволить Вам достучаться до них снова и снова после того, как они ушли?

Когда кто-то покидает Ваш сайт, Вы можете потерять их навсегда. Вот почему...

Существует старая аксиома бизнеса, которая гласит... "**Заставляйте их возвращаться еще**". Это справедливый и резонный совет, как для развлекательных сайтов, так и для тех, которые меняются каждый день (как сайты новостей). Но на большинство сайтов люди не возвращаются снова и снова. Ничего личного. Просто Сеть представляет собой огромное пространство... можно с легкостью натолкнуться на что-то новое и более интересное! Поэтому, если сама сущность вашего сайта не генерирует частые и повторные посещения, считайте, что ваш посетитель находится в состоянии "сейчас или никогда".

Если это ваш случай, а скорее всего так и есть, почему бы **Вам** не сделать так, чтобы **они** посетили сайт снова? Убедите их подписаться на вашу рассылку. Благодаря качественной и соответствующей информации, Вы обеспечиваете их причинами для повторного посещения вашего сайта и повторного ознакомления с вашим товаром или услугой...

- напоминание о "повторном посещении" (может быть сейчас время для покупки чего-либо)
- извещение об апгрейде
- представление нового товара/услуги
- новая информация о сайте
- все остальное, как говорится, "ограничено лишь вашей фантазией" (и хорошим вкусом).

-----  
Публикация рассылки является очень важной частью **ПРЕДпродажи** и формирования долгосрочного, объемного списка будущих (и текущих) клиентов.

Кстати, хорошим сервисом для эффективного ведения Ваших почтовых рассылок является -

### [Smartresponder.ru](http://Smartresponder.ru)

Даже если посетитель помещает ваш сайт в "Избранное", маловероятно, что она вернется после того, как покинет сайт. (Проверьте ваши собственные Закладки и Избранное, чтобы понять, о чем я говорю!). Рассылки являются лучшим средством для решения подобной проблемы. **Самый** важный аспект живого онлайн бизнеса – создание ощущения общности и доверия – основан на формировании прекрасных отношений с клиентами. Это и есть цель рассылки. Просто не существует лучшего способа поддерживать с ними связь на постоянной основе.

Каждый раз, когда ваш потенциальный клиент получает вашу рассылку, Вы...

- напоминаете ей о Вас и вашем бизнесе
- строите доверие
- устанавливаете отношения
- формируете способность внушать доверие
- продвигаете ваши товары или услуги
- создаете ваш имидж эксперта в определенной области.

Перед тем, как решить, **что** Вы будете писать, вспомните, **для кого** Вы будете писать. Очевидно, Вы будете публиковать рассылку, которая соответствует образу мысли ваших подписчиков. Но какой **контент** Вы будете предоставлять вашим подписчикам?

Будет ли это идея дня? Будете ли Вы публиковать новости в выбранной Вами области? Или Вы будете писать оригинальные статьи, содержащие ценную информацию, каждую неделю, месяц?

Не время? Это может быть настолько просто, как периодически информировать ваших подписчиков о новом контенте на вашем сайте!

**Одно слово для напоминания о контенте... Не упускайте этой возможности!**

-----

Убедитесь, что ваш подписчик все еще нуждается в том, что Вы продаете или представляете.

Предположим, что у Вас есть электронный товар на продажу... Пишите темы письма таким образом, чтобы Вы могли превратить ваш продукт в рекламный текст. "Контекстные" ссылки очень эффективны.

Не стесняйтесь упоминать о вашем товаре/услуге внутри контента. До тех пор, пока Вы предоставляете качественную информацию, люди ожидают от Вас легкой рекламы в самом контенте. И если кто-то **отписался** от вашей рассылки, потому что Вы упомянули о товаре, был ли он **вообще** потенциальным клиентом? Помните, что Ваша работа не стоит усилий, если не имеет никакой отдачи.

Что в итоге?

Поговорите с "другом", предложите прекрасный контент и скомбинируйте это с легкой рекламой с целью **продажи**. Что и как Вы бы не делали в новом тысячелетии, у Вас есть одна задача...

Прежде всего, опубликовать действительно ценный выпуск почтовой рассылки.

Качество, а не количество, должно стать вашим лозунгом. В Интернет пространстве существует так много посредственных и ничего не стоящих рассылок, что качественные рассылки очень сильно выделяются.

Сделайте вашу рассылку достойной внимания посетителей. Выделяйтесь.

-----

### **10.1. Посвятите страницу вашей рассылке**

Увеличьте количество подписчиков на вашу рассылку путем выделения для нее отдельной страницы. На этой странице...

- разработайте отчетливое предложение
- добавьте ясный "призыв к действию"
- закончите формой подписки.

Делайте это, учитывая образ мысли ваших клиентов. Помните о том, для кого Вы создаете ваше **Запасное Ответное Действие**, и чего Вы пытаетесь достичь.

Вы спрашиваете, что это такое? Почему мы так стараемся **продать** то, что бесплатно?

Потому что...

Ваша бесплатная рассылка не совсем бесплатная. Она будет стоить вашим клиентам анонимности. Имя и email-адрес не даются всем подряд. Это также будет стоить им некоторого времени... времени прочесть вашу рассылку.

Каждый предлагает свою рассылку. В результате, пользователи должны быть избирательными. Это значит, что они должны решить, прямо сейчас, когда они на вашей странице, если они хотят услышать Вас снова, если они хотят заплатить цену **своей анонимности и своего времени**.

Поэтому, как и всегда, чтобы сделать продажу, подчеркните выгоды вашего предложения. Добавьте несколько рекомендаций (отзывов) пользователей (подписчиков). Включите ссылку на ваш старый выпуск. Придумайте сильную причину для "покупки" вашей бесплатной рассылки.

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку **«Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете»**,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **Подписаться >>**

Рассылка должна содержать превосходный контент. Потому что...

- она поражает людей вашей компетентностью и способностью предоставлять ценную информацию. Вы формируете способность внушать доверие. Если Вы продаете личный или профессиональный онлайн сервис, то высококачественная рассылка имеет еще большее значение.
- она формирует привычку иметь дело с Вами. Каждый месяц Вы здесь, дружелюбный и помогающий, с нужной и полезной информацией... и очевидно, представляющий определенный авторитет!

- она способствует симпатии и доверию к Вам со стороны подписчика – Вы им нравитесь, они верят Вам.
- она развивает чувство долга. Так как они получают бесплатный и ценный контент от Вас, в случае необходимости приобрести что-либо, они выберут именно Вас, а не конкурентов.

Но не позволяйте вашему **Запасному Ответному Действию** превратиться в одностороннее движение, где Вы только даете, даете, даете. Вы должны им напоминать, что хотите иметь с ними дело, или ваши клиенты привыкнут получать от Вас отличный контент... бесплатно. По истечению определенного периода времени они лишь берут, берут и берут, в то время, как Вы все даете, даете, даете. Они даже не благодарят Вас больше!

Так что...

- 1) Всегда привязывайте ваш контент к вашему **СЖД**. ПРЕДпродавайте. А затем **продавайте**.
- 2) Обеспечивайте отличным контентом, но всегда подчеркивайте, где находится "все самое лучшее" (в вашем **СЖД**, если Вы не знали). Это довольно тонкая линия, по которой необходимо идти. Рассылка с хорошим контентом не только дает, но и берет. Она должна напрямую увеличивать ваши шансы на возвращение клиентов на сайт и к вашему **СЖД**.

Урок, который следует из этого извлечь?

Эффективная рассылка представляет собой еще один способ построения отношений и установления доверия.

По мере того, как посетитель привыкает получать что-либо от Вас, барьеры, препятствующие совершению первой покупки или заключению контракта, устраняются.

Помните... Не останавливайтесь после первого "выстрела".

-----

Угадайте, что дальше? Вы на пути к домашней разминке **Мастер Курса по Нетрайтингу**. На пути к заключительной части...

-----

## 11. Заключительная часть

«Знания бывают двух видов. Мы сами знаем предмет или знаем, где мы можем найти информацию о нем».

(Samuel Johnson)

-----  
Успешный Нетрайтинг сводится к такой простой реальности...

**"90% потоотделения и 10% вдохновения".**

Процесс написания контента о том, что Вам нравится, сам по себе вдохновляет. Потоотделение представляет собой усилия, необходимые для фокусировки, в первую очередь, на ПРЕДпродаже. Не всегда легко отодвинуть Ваше желание зарабатывать деньги на второе место... но ПРЕДпродажная составляющая является **чрезвычайно важной**.

Создание ценного ПРЕДпродажного контента, в первую очередь, является причиной, почему успешные сайты всегда **генерируют так много трафика...**

**Мастер Курс по Нетрайтингу** обеспечивает Вас прочным фундаментом, необходимым для роста. Вы имеете основное понимание того, как...

- Формировать трафик посредством ценного тематического контента.
- **ПРЕДпродавать** – это сущность эффективного "предварительного убеждения". ПРЕДпродажа устанавливает доверительные отношения и "разогревает" ваших посетителей, делая из них открытых к тому, что Вы продаете или рекомендуете.
- Идентифицировать ваше **Самое Желаемое Действие (СЖД)** – Вы знаете, что Вы больше всего хотите, чтоб ваши посетители сделали на сайте. Вы знаете, как превратить ваш трафик в деньги.
- Определить образ мысли вашего Идеального Клиента – очень важно проникнуть в голову к вашему читателю и понять ее чувства, желания и нужды.
- Быть сфокусированным на выгодах – Вы можете ответить на самый главный вопрос вашего читателя... "Что в этом есть для меня"?
- Привлечь вашего читателя путем создания притягивающего вступительного заголовка и подзаголовков – Ключевым моментом является привлечение внимания посетителя и замедления его действия настолько, чтоб он сумел прочитать ваши слова.
- Создать легкий рекламный текст – Вы хотите создать медленный поток, который движет вашего **ПРЕДпродажного** читателя к вашему **СЖД**.
- Построить отношения и поощрять ваших постоянных посетителей с помощью качественной рассылки – зачем останавливаться после первого "выстрела"? Поощряйте постоянных клиентов и генерируйте больше продаж.

**Мастер Курс по Нетрайтингу** в действительности может только помочь Вам в становлении мастером электронных уговоров. Чтобы стать настоящим мастером (т.е., владельцем прибыльного онлайн бизнеса), Вам потребуется время и много усилий... и, что более важно, правильный процесс.

Чтобы быть успешным в Сети, Вы должны следовать комплексному процессу, который **генерирует доход с помощью контента...**

- 1) Разработайте ценный **товар или услугу** – вашу собственную идею или же чью-либо!
- 2) Разработайте **собственный сайт** в знакомой Вам нише, которая нравится Вам.
- 3) Заполните данный сайт **высококачественным контентом**.
- 4) Используйте этот **контент** для привлечения вашего собственного **целевого трафика**.
- 5) **Создайте надежные и доверительные отношения** с вашими посетителями.
- 6) Используйте контент, чтобы **ПРЕДпродавать** вашим целевым посетителям. И...
- 7) Конвертируйте **ПРЕДпродажный** и желающий купить трафик в **продажи и контракты**.
- 8) **Диверсифицируйте** ваш план дохода, включая в него другие варианты монетизации (к примеру, Google's AdSense, партнерские программы, услуги и т.д.), связанные с тематикой контента вашего сайта. Данная диверсификация поможет Вам создать стабильный бизнес, по праву **принадлежащий только Вам**.

Данный процесс вполне осуществим, если у Вас есть мотивация и нужные инструменты. Вы должны сфокусироваться на создании высококачественного контента и улучшении ваших навыков в области электронных уговоров.

Помните, что именно ваши слова имеют самое большое влияние на ваш сайт... и бизнес. Поэтому именно на них и должна быть направлена большая часть вашего времени и энергии.

Наши лучшие пожелания Вам в процессе **написания** успешного контента! **ПРЕДпродавайте... после продавайте! Вы можете это сделать!**

**«Не Знаете с Чего Начать Свой Бизнес в Интернете?  
Испытываете Дефицит Качественных Рекомендаций от  
Профессионалов Электронной Коммерции?  
Замучили Трудности При Раскрутке Своего Сайта,  
Продукта, Услуги, Рассылки?  
ТОГДА ПРИШЛО ВРЕМЯ ВМЕСТЕ СПРАВИТСЯ С ЭТИМ!»**

Подпишитесь прямо сейчас на рассылку **«Эффективный Интернет-Маркетинг в Рунете»**,  
**Ведь это бесплатно!** Рассылке доверяют в течении **5 лет** уже более **39000 подписчиков!**

**[>> Для подписки на рассылку кликайте ЗДЕСЬ <<](#)**

После подписки Вас ожидают ценные бонусы, а далее: отборные статьи, заметки, интервью, подкасты, видеокасты, электронные книги, рекомендации лучших обучающих продуктов по теме заработка через Интернет...

Давайте учиться делать нашу жизнь ярче, свободнее и прибыльнее!  
Для быстрой подписки – **[КЛИКАЙТЕ ЗДЕСЬ](#)**

**P.S. ВНИМАНИЕ!** Вы ничем не рискуете. Если информация рассылки не понравится, то ссылка для отписки доступна в каждом выпуске рассылки. **[Подписаться >>](#)**