

# Статейный доход:

**Руководство по простому и быстрому написанию статей отменного качества, которые принесут Вам приличные суммы дохода**



**Это – не бесплатная книга. Вы не имеете права раздавать ее бесплатно. Также Вы не имеете права продавать данную книгу. Подробная информация – на стр. 2.**

**Перевод на русский язык – Павел Берестнев, 2006.**

<http://www.berestneff.com>

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

## **ВНИМАНИЕ!**

Если Вы купили эту книгу не через магазин Lasto Shop – Вы являетесь обладателем **пиратской копии**.

### **Вы также можете стать авторизованным продавцом данной книги, что позволит Вам:**

- продавать эту книгу на своем сайте и удерживать в своем кармане 100 % прибыли;
- добавлять данную книгу в качестве бонуса к любому своему коммерческому предложению;
- заменить мои партнерские ссылки на рекомендованные в данной книге товары на Ваши партнерские ссылки (на эти же товары), что позволит Вам получать дополнительную прибыль от продаж этих товаров через Ваши ссылки.

Для этого Вам необходимо приобрести лицензию авторизованного продавца. Оплатив лицензию, Вы получите в свое распоряжение копию, в которой мои партнерские ссылки будут заменены Вашими, а вместо меня на данной странице в качестве авторизованного продавца будете указаны Вы. J Стоимость лицензии составляет \$ 45 (цена самой книги в эту цифру не включена). По вопросам приобретения лицензии и получения Вашей модифицированной копии данной книги пишите на [info@berestneff.com](mailto:info@berestneff.com).

## Оглавление:

Предисловие переводчика .....	4
Соглашение об использовании информации .....	6
Введение.....	7
Превращаем простые в написании статьи в приличный и стабильный долгосрочный доход .....	9
Самый быстрый и простой способ написания огромного количества неотразимых публикаций собственного сочинения.....	10
Как отредактировать статью, чтобы она выглядела написанной профессионалом .....	14
Как в течение 24 часов заработать тысячу долларов с помощью одной-единственной статьи собственного сочинения.....	15
Написание статей для получения прибыли от программы Google AdSense .....	18
Использование статей для извлечения прибыли от участия в партнерских программах .....	23
Краткое введение в суть вопроса .....	23
Выбираем три партнерские программы для участия в них.....	23
Разработка серий бесплатных докладов (отчетов) .....	27
Реклама Вашего бесплатного доклада, с помощью которого происходит обеспечение продаж товара в рамках партнерской программы № 1.....	47
Написание статей для обеспечения постоянной вирусной прибыли.....	56
Дополнительные идеи из области прибыльного использования статей.....	67
Вместо заключения.....	70
Дополнительные полезные ресурсы: .....	71

## Предисловие переводчика

Дорогой читатель!

Прежде всего, позвольте поблагодарить Вас за то, что приобрели данную электронную книгу и скачали ее на жесткий диск своего компьютера. Смею Вас заверить, Вы не будете разочарованы в своем выборе! Точно так же, как и в отношении всех остальных моих коммерческих предложений. J

Книга, которую Вы держите в руках – одна из лучших публикаций по вопросу написания и прибыльного использования авторских статей, которая только попадала в мои руки за последнее время. В ней очень конкретно, на наглядных примерах и со всеми необходимыми пояснениями рассмотрена масса проблем, возникающих перед новичками онлайн-информационного бизнеса. Поначалу эти проблемы кажутся начинающим предпринимателям неразрешимыми, но, как Вы очень скоро убедитесь – для них существует достаточно простое в понимании и исполнении решение. И в этом – основное достоинство данной книги.

Должен отметить, что я работал над ее переводом с большим удовольствием. Когда мне попадает качественный контент на английском языке, я испытываю огромное удовлетворение при мысли о том, что благодаря моим усилиям это произведение станет доступно русскоязычному читателю. Когда так случается, я работаю над переводом особенно тщательно, долго «полирую и шлифую» его и представляю аудитории в максимально-качественном исполнении. Эта книга – как раз из данной серии, поэтому мне особенно приятно от того, что Вы ее наконец-то прочтете.

Одной из особенностей данной книги, которая наверняка уже бросилась Вам в глаза, является отсутствие указания на ее автора. Этому, казалось бы, парадоксальному факту имеется достаточно простое объяснение. Эту книгу я в свое время получил с правами личной марки (PLR – Private Label Rights) и лицензией на нее предусмотрено, что я обладаю правом указывать себя в качестве автора, но не могу приписывать ее авторство тому человеку, который ее написал. Данный вид прав перепродажи является самым дорогим из всех имеющихся, но вместе с тем, как известно, предоставляет максимальную свободу в отношении используемого контента.

**ВНИМАНИЕ!!! Данные права не распространяются на Вас, несмотря на то, что Вы обладаете копией данной книги! Лицензия PLR в отношении данной книги является однопользовательской и эти права на Вас не распространяются.** Простите за наличие данного уточнения по очевидному вопросу, но абсолютное большинство читателей, как показывает мой опыт, в нем нуждаются.

Итак, я имею все права объявить себя автором данной книги и начать продавать ее в качестве собственного товара. Проблема только в том, что я не привык вешать собственную вывеску над чужим контентом. И коль скоро я не обладаю правом указывать ее автора – пусть она остается «анонимной» публикацией. Ее достоинства это ничуть не умаляет. С другой стороны, наличие прав PLR дало мне возможность несколько доработать содержание книги, сделать ее максимально понятной и полезной для русскоязычного читателя. В частности, определенные места книги были дополнены информацией из моего личного опыта, а также пересмотрены в свете результатов моих исследований и наблюдений.

Помимо всего прочего (хотя на это PLR-лицензии и не требуется), в книгу мной были помещены ссылки на полезные ресурсы, а все места, которые могут оказаться малопонятными русскоязычному читателю, снабдил примечаниями и пояснениями. Иными словами, данная книга максимально подготовлена мной для того, чтобы служить готовым практическим пособием по статейному маркетингу и другим вопросам, которые в ней рассматриваются.

И последнее. Нельзя не отметить, что настоящая книга представляет собой практически идеальное дополнение к моему **52-минутному обучающему фильму «Как сделать из хорошей идеи потрясающую статью»**, ибо не только предоставляет сведения о том, как создавать свои статьи, но и о том, как с максимальной прибылью для себя их использовать. Поэтому, если Вы до настоящего времени не встречали на своем творческом пути моего обучающего видеофильма, я очень рекомендую Вам взглянуть на него прямо сейчас, чтобы потом не забыть об этом под давлением повседневных забот и всего прочего.

Фильм живет по адресу:

<http://www.berestneff.com/cgi-bin/affiliates/click.cgi?id=peb&page=3>

На этом мое вступительное слово можно считать законченным. Позвольте мне пожелать Вам приятного чтения, а также получения сногсшибательных результатов от применения описанных в настоящей книге методик в практике Вашего онлайн-бизнеса!

Ибо ради этого Вы ее и купили. Но все это нужно выполнить на практике. Уверен, у Вас получится. ;-)

С непоколебимой уверенностью в Вашем успехе,



*Директор Виртуального Колледжа  
электронной коммерции.*

E-mail: [info@berestneff.com](mailto:info@berestneff.com)

Адреса проектов:

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

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

<http://www.arhivstatey.ru>

<http://www.berestneff.com>

## **Соглашение об использовании информации**

Информация, представленная в настоящей электронной книге, отражает точку зрения ее автора, причем исключительно на момент выхода в свет настоящей публикации. Принимая во внимание быстро меняющиеся условия обитания во Всемирной Паутине и высокую скорость происходящего в ней информационного обмена, автор оставляет за собой право корректировать свою точку зрения и вносить дополнения и изменения в текст настоящей публикации, исходя из вновь открывающихся обстоятельств.

Данная электронная книга имеет единственной своей целью предоставление читателю информации по рассматриваемому в ней вопросу. Автор, издатель, переводчик и законный распространитель книги не несут никакой ответственности за последствия, которые могут наступить при использовании читателем содержащейся в данной публикации информации, и не принимают никаких претензий на этот счет.

Несмотря на то, что автор стремился предоставить наиболее ценную, правдивую и достоверную информацию по рассматриваемому вопросу на момент написания данной книги, ни автор, ни издатель, ни переводчик, ни законные распространители данной книги не могут нести ответственность за ошибки, непонимание и (или) неправильное применение материала настоящего документа читателем.

Все действия, предпринимаемые читателем на основе изложенной в данной книге информации, совершаются им на собственный риск и не накладывают никаких обязательств на автора, издателя, переводчика или законного распространителя настоящего издания.

## Введение

Практически каждый, кто оказывается вовлечен в сферу INTERNET-маркетинга, будь то новичок, профессионал, либо сторонний наблюдатель, не устают твердить о том, какие возможности, перспективы и суммы заработков сулит использование качественных статей в предпринимательских целях.

И это на самом деле правда – авторские статьи являются потрясающим, прибыльным, эффективным и очень важным инструментом в работе каждого онлайн-бизнесмена. С их помощью действительно можно зарабатывать большие деньги, но что самое замечательное – это возможно осуществить не одним, а очень многими способами.

*Вот только некоторые из таких способов.*

Вы можете использовать качественные, полезные и бесплатные статьи для того, чтобы направлять на свои коммерческие сайты огромные потоки высокоцелевых посетителей, а затем превращать этих посетителей в покупателей, извлекая тем самым колоссальную прибыль из онлайн-продаж, совершенно вне зависимости от того, что Вы на своих ресурсах продаете.

Те же самые статьи могут быть использованы для направления высокоцелевого трафика через Ваши партнерские ссылки на сайты других предпринимателей, в партнерских программах которых Вы участвуете, что обеспечит Вам приличный долгосрочный и стабильный остаточный доход в виде регулярного комиссионного вознаграждения.

Вы можете создать цельный огромный ресурс, наполненный большим количеством тех же самых отменных бесплатных и полезных статей (тематический центр), повесить на его страницах рекламные блоки программы Google AdSense и получать доход от продажи места на страницах данного сайта, направляя через эти блоки целевых посетителей тем бизнесменам, которые размещают свои рекламные объявления в рамках данной программы.

Вы можете скомпилировать из качественных, практически полезных и информативных статей собственного сочинения любое количество электронных книг любого объема, а затем начать продавать их на собственных коммерческих сайтах, извлекая прибыль из продажи контента, а также увеличить эту прибыль, продавая еще и права перепродажи на данные книги...

И так далее, и так далее, и так далее.

Естественно, этот список слишком короток и неполон. Откровенно говоря, это даже не начало списка.

На самом деле существует огромное количество способов использования качественных и полезных статей собственного сочинения в целях укрепления, развития и повышения прибыльности Вашего бизнеса (причем повышения, не ограниченного в перспективе). И книга, которую Вы держите в руках, имеет своей целью ознакомить Вас с наиболее простыми и доходными из этих способов.

Плюс к этому, я собираюсь наглядно продемонстрировать Вам, каким образом статьи собственного сочинения могут обеспечить на Ваши страницы такое количество целевого трафика, о котором Вы даже не мечтали! И много чего еще...

Поэтому, не будем откладывать дело в долгий ящик и приступим к изучению этих очень важных и волнующих вопросов!



## **Превращаем простые в написании статьи в приличный и стабильный долгосрочный доход**

Знаете, что самое забавное в информационном бизнесе?

На самом деле, я очень хорошо разбираюсь в том, о чем я говорю. И я мог бы написать исчерпывающее и подробнейшее руководство по использованию собственных статей в онлайн-бизнесе, скажем, страниц на 400. Но в ходе достаточно длительной предпринимательской деятельности на просторах Всемирной Паутины я выяснил, что данный подход является далеко не самым эффективным. Если быть точнее – Вы получите гораздо больше времени и сил в свое распоряжение, гораздо больше довольных и счастливых клиентов, а значит – и прибыли, если станете писать и продавать публикации, короткие по содержанию, но излагающие именно самую суть вопроса.

Людам нужно многому учиться, и они это понимают. Вместе с тем, они желают учиться тому, чему нужно учиться, как можно быстрее и с как можно меньшим напряжением. Смею надеяться, мой дорогой читатель, что это естественное желание присуще и Вам. Поэтому, вместо того, чтобы вдаваться в пространные рассуждения о потрясающем потенциале Вашей публицистической деятельности, а также о том, какие перспективы Вам этот потенциал сулит, я перечислю основные моменты, которым Вы научитесь на страницах данной книги.

Эти моменты следующие:

— как писать статьи быстро и без каких бы то ни было затруднений – владея этими знаниями и навыками, Вы сможете написать хоть 50 – 100 отличнейших публикаций за сутки, и это не шутка и не опечатка;

— как писать и использовать статьи для того, чтобы прилично зарабатывать с помощью Google AdSense;

— как писать и использовать статьи для того, чтобы с их помощью максимально быстро начать зарабатывать впечатляющие суммы комиссионного вознаграждения, участвуя в партнерских программах;

— как писать и использовать статьи для того, чтобы обеспечить себе стабильный и приличный пассивный доход от участия в партнерских программах других предпринимателей;

— как писать и использовать статьи для того, чтобы обеспечить себе максимальный вирусный доход (как с точки зрения сумм, так и с точки зрения быстроты его получения);

— некоторые другие способы получения колоссальных прибылей (как быстрых, так и долгосрочных) с помощью статей собственного сочинения;

— некоторые важные вещи, которые Вам совершенно необходимо знать для правильного и максимально-эффективного использования качественных статей собственного сочинения.

Список впечатляет? Не пугайтесь и не сомневайтесь – всему этому (и даже большему) Вы очень скоро научитесь на страницах данной книги. Если, конечно, серьезно и ответственно подойдете к ее изучению, и методично будете воплощать в жизнь то, что в ней сказано (а не станете сидеть, сложа руки, и вздыхать о том, как Вам плохо живется).

Итак, приступим...

## **Самый быстрый и простой способ написания огромного количества неотразимых публикаций собственного сочинения**

Люди, в том числе и INTERNET-предприниматели – весьма забавные создания. Они не могут понять одной простой вещи: для того, чтобы написать огромное количество уникального, качественного и неотразимого контента, нет никакой необходимости что-либо изобретать, высасывать из пальца, либо вымучивать из собственной головы. Секрет заключается в том, что вся необходимая для создания Вашего контента информация уже давным-давно имеется в наличии. Единственная Ваша задача для получения нужного результата – это просто собрать и усовершенствовать все это.

Поймите: какой бы сложной, редкой и уникальной ни была бы тема Вашей специализации, Вы можете быть на сто процентов уверены, что кто-то уже написал на эту тему огромное количество отличных публикаций! Причем, в основной своей массе, авторы этих публикаций, написали их вовсе не для того, чтобы зарабатывать с их помощью деньги. Эти люди пишут данные статьи и весь остальной материал по указанной теме просто потому, что им эта тема нравится. Они не преследуют цели заработка, они пишут о том, что им нравится, и пишут потому, что им это нравится. И такое положение вещей – огромный плюс для Вас!

Естественно, речь не идет о плагиате и об иных нелегитимных способах «заимствования» контента, написанного другими авторами. Ибо, во-первых, Вам никоим образом не нужны проблемы с законом, во-вторых, Вам совершенно ни к чему проблемы с репутацией и, наконец, в-третьих, присваивать себе (называя вещи своими именами – воровать) плоды тяжелого и кропотливого труда других людей просто аморально.

Мы говорим здесь совершенно о другом – о том, чтобы научиться черпать в публикациях других авторов идеи для своих собственных, а также о том, чтобы, изучая материалы других людей, учиться писать свои собственные. Ибо, держа перед глазами большое количество отменных публикаций, написанных другими профессионалами, стать экспертом в создании отличных статей в 700 – 750 слов по теме своей специализации может совершенно любой человек. В том числе и Вы, мой уважаемый читатель. J

Опуская лирические отступления в область собственного опыта, я хочу показать Вам, где и как искать и находить нужный контент для указанных целей, а также использовать его для генерации огромного количества собственных идей, с помощью которых происходит создания высококачественных авторских материалов.

Когда мне нужно определенное количество идей для новых публикаций (причем, как обычно, все это нужно сразу и быстро, причем в большом количестве), я использую ресурсы Всемирной Паутины, относящиеся к следующим типам:

- тематические форумы<sup>1</sup>;
- разделы вопросов и ответов (FAQ) на тематических сайтах;
- тематические сайты, представляющие собой специализированные архивы статей<sup>2</sup>.

На этих сайтах соответствующей тематики, я могу найти любое количество прекрасных материалов и публикаций, написанных практически по всем вопросам, известным современному человеку, причем совершенно бесплатно. Главное – как следует поискать то, что нужно.

После того, как я нахожу достаточное количество хороших публикаций по нужному мне вопросу<sup>3</sup>, я внимательно их читаю и обдумываю то, что в них написано. Затем я своими словами излагаю собственную точку зрения поданному вопросу, привожу сведения, факты, цифры из собственного опыта, затем располагаю элементы написанного в логической последовательности, добавляю введение, заключение и хороший заголовок и... бац! Статья готова!

До безобразия просто?

Так оно и есть на самом деле! Поэтому тот, кто скажет, что писать статьи – это очень долго, нудно и тяжело – пусть бросит в меня камень!

Теперь давайте рассмотрим описанный подход на конкретном практическом примере. Допустим, Вы решили написать статью (или целую серию статей – это даже лучше) по вопросам ночной рыбалки для того, чтобы обеспечить потоки целевого трафика через свои партнерские ссылки на сайт бизнесмена, книгу которого о ночной рыбалке Вы продаете, участвуя в его партнерской программе. Что сделал бы в данном случае я?

Я поступил бы следующим образом. Первым делом – я захожу на Groups.Google.com, вбиваю в строку поиска ключевую фразу «ночная рыбалка» и внимательно изучаю те вопросы, которые задают люди по данной теме.

Следующий шаг – я отыскиваю в Сети (с помощью любой поисковой системы) сайты, на которых размещены в достаточном количестве статьи по теме ночной рыбалки. Я смотрю, какие вопросы затронуты в каждой из статей, а также обращаю внимание на статистику переходов на страницу каждой статьи – таким образом, я быстро узнаю, какие вопросы в рамках темы ночной рыбалки пользуются у аудитории наибольшей популярностью.

---

<sup>1</sup> В качестве примера тематического форума, наполненного большим количеством полезнейшего контента по тематике домашнего онлайн-информационного бизнеса можно привести мой форум Berestneff-Board (<http://www.berestneff-board.ru>), а также форум моего главного партнера по бизнесу Александра Доценко – «Точка опоры Вашего бизнеса в INTERNET» – <http://www.bizzon-board.com> (здесь и далее – прим. перев.).

<sup>2</sup> В качестве примера специализированного сайта данного типа, содержащего большое количество отменных статей по всем вопросам домашнего онлайн-информационного бизнеса, можно привести мой Архив статей – <http://www.arhivstatey.ru>.

<sup>3</sup> Имеются в виду публикации в широком смысле, т.е. не только статьи, но и заметки, сообщения на форумах и все прочие материалы, которые только можно обнаружить по нужному вопросу.

После этого я изучаю на тематических сайтах материал разделов вопросов и ответов (FAQ) по теме ночной рыбалки. И, собрав все найденные сведения воедино, осмысливаю их, добавляю факты, соображения и иные сведения из собственного опыта, излагаю все это своими словами и... могу поспорить, что в течение нескольких часов такой работы из-под моего пера выйдет не один десяток первоклассных авторских статей!

**Уточнение для особо одаренных:** говоря о переработке материала и использовании его в подготовке собственных публикаций, я вовсе не имею в виду копирование этих материалов, компиляцию из кусочков имеющихся собственной публикации либо какие-нибудь другие виды деятельности – все это называется одним общим термином: плагиат.

Я веду речь об использовании данных материалов исключительно в целях исследования интересующих меня вопросов для определения русла и направленности будущих статей, а также поиска материалов, отталкиваясь от которых, можно сделать свои публикации более насыщенными, полезными и ценными для читателя.

Иными словами, указанный материал собирается сугубо в исследовательских целях. И используется только для нужд дополнительного самообразования в нужных вопросах, а также для заимствования опыта других авторов в создании публикаций по данной теме. Сделав это важное замечание, я могу смело перейти к дальнейшему изложению методики написания собственных высококачественных публикаций.

Несколько слов о соотношении количества и качества информации в Ваших авторских статьях. Причем это уточнение справедливо вне зависимости от того, в каких целях Вы собираетесь данную публикацию использовать.

Ваши статьи не должны представлять собой «солидных академических научных шедевров» объемом в 7000 – 10000 слов. И дело вовсе не в том, что создание подобных публикаций – достаточно длительное и трудное занятие. Во все нет. Дело в том, что, как показывает практика, в онлайн-бизнесе лучше всего работают статьи, объем которых насчитывает 500 – 750 слов, и которые при этом содержат четкие, ясные и простые в исполнении инструкции, к реализации которых читатель может приступить немедленно.

Теперь поговорим о самой важной составляющей любой Вашей статьи. Знаете ли Вы, что это такое? Каким бы бредовым Вам ни показалось мое утверждение, оно на сто процентов справедливо. Самая важная часть любой статьи для публикации в онлайн – это ее заголовок. Ибо хороший заголовок способен сделать статью неподражаемо мощной и эффективной, тогда как плохой заголовок на корню ее загубит. Вне зависимости от того, насколько эта статья качественная и полезна.

Дело вот в чем. Когда люди в онлайн решают, какую публикацию им прочесть, а какую – нет, они в первую очередь смотрят на заголовок, и уже на уровне заголовка определяют, стоит ли обращать внимание на ту или иную статью. Иными словами, в большинстве случаев среднестатистический юзер судит о содержании статьи по ее заголовку.

Пользователи ждут от статьи полезных и простых рекомендаций, которые помогут им немедленно решить ту или иную их проблему. И именно по заголовку читатель определяет, поможет ему или нет та или иная статья. Отсюда следует один простой вывод – в заголовке должно быть отображено указание на решение нужной трудности пользователя. Именно это и характеризует качественный заголовок.

Простой пример. Допустим, Ваша статья содержит описание того, каким образом можно быстро сделать так, чтобы маленький ребенок лучше засыпал по вечерам. В этом случае хороший заголовок (навскидку) для такой публикации должен выглядеть примерно так: «6 простых шагов, которые обеспечат крепкий и здоровый сон Вам и Вашему ребенку, и которые Вы можете предпринять немедленно». Согласен, вариант далеко не идеальный, но основную мысль, я думаю, Вы ухватили.

Кстати говоря, вот что я обнаружил, занимаясь написанием статей по INTERNET-маркетингу. Согласитесь, каждая хорошая статья на данную тему несет читателю информацию о том, как ему сделать бизнес лучше и повысить его прибыльность. Так вот, если Ваш заголовок объясняет читателю, что Ваша публикация поможет ему обеспечить себе более высокий доход, причем сделать это немедленно – читаемость Ваших статей тут же возрастает, причем довольно значительно. То же самое касается и всех остальных сфер специализации – указывая в том или ином ракурсе на решение главной проблемы с помощью той или иной статьи, Вы резко повышаете читаемость своих публикаций (естественно, статья должна предоставлять читателю то, что ему обещается в заголовке, иначе Вы очень быстро сойдете со сцены).

Согласитесь, есть над чем подумать.

Более того – читаемость Ваших публикаций резко подскочит и в том случае, когда в каждой из них Вы даете потенциальному клиенту четкий, конкретный и простой в реализации план действий для решения той или иной задачи (проблемы).

Рассмотрим это на конкретном примере. Допустим, Вы пишете ряд статей для продвижения с их помощью книги об эффективном привлечении покупателей посредством контекстной рекламы на Google Adwords (вне зависимости от того, написана ли данная книга Вами, или Вы занимаетесь ее продажами в рамках партнерской программы другого предпринимателя). О чем лучше всего рассказывать в рамках данных статей? Очевидно, что эффективными вариантами будут следующие:

— как Вы повысили свои продажи с помощью Google Adwords, используя изложенный в этой книге алгоритм (формулу);

— рассказ об общем пошаговом бизнес-плане, руководствуясь которым, можно эффективно использовать контекстную рекламу Google для расширения собственного бизнеса;

— ну, и так далее.

Расскажите читателям о том, как и почему Вы потерпели провал, используя одну стратегию и тактику работы с Adwords, но как добились успеха, применяя другую. На самом деле я только что указал Вам на еще один важный момент в отношении написания собственных статей – *люди обожают читать истории из реальной жизни* по той теме, которая их интересует, при этом не имеет никакого значения тип истории – будь то история успеха или история провала.

Отсюда следует другой важный вывод – рассказывайте в своих статьях истории – и Вы существенно повысите их читаемость.

## **Как отредактировать статью, чтобы она выглядела написанной профессионалом**

Написанная Вами статья может по ряду причин никогда не быть опубликованной никем, кроме Вас самих. То есть, может случиться так, что никто кроме Вас опубликовать ее не захочет. Почему так может получиться? Причин для этого может быть масса, и о самых серьезных из них мы поговорим чуть далее. Здесь же я хочу указать на причину номер один, по которой основная масса статей, написанных многими авторами (в особенности – начинающими) не имеют ни малейшего шанса на широкомасштабную перепечатку, в результате чего смысл существования данных публикаций (а следовательно – и смысл затраченных на них усилий) сводится к полному нулю.

Заключается эта причина в том, что статья, которую никто не хочет публиковать, просто-напросто... переполнена различного рода орфографическими, грамматическими и прочими ошибками!

Да, все без исключения авторы материалов по статейному маркетингу (и я – в их числе) подчеркивают, что для написания собственных публикаций Вам вовсе не обязательно быть профессором языка, на котором Вы пишете, что писать надо в разговорной манере и т.п. Все это на самом деле так, но основная масса авторов упускают из виду одну важную деталь, которая зачастую оказывается критичной. Тот факт, что Вам не нужно стремиться к «академичности» своих публикаций, вовсе не означает, что элементарные правила орфографии и грамматики перестают существовать!

Еще раз: сказанное вовсе не означает, что Вы можете наплевать на работу по выверению ошибок в написанной статье и проигнорировать ее элементарную грамотность, махнув на это рукой!

Статья, изобилующая ошибками, раздражает читателя, а раз так – она будет раздражать и каждого, кто мог бы при лучшем положении Ваших дел с легкостью опубликовать Вашу статью на своих ресурсах. И от необходимости проверять статью на наличие ошибок прежде, чем показать ее миру, Вы никуда не денетесь, если, конечно, желаете добиться успеха в своей онлайн-работе. И в первую очередь, потрудитесь установить в своем текстовом редакторе автоматическую проверку орфографии с подсветкой ошибок – таким образом, Вы застрахуетесь не только от возможных ляпов, но и от неосознанных опечаток, которые имеют обыкновение вкрадываться в текст любой публикации, каким бы грамотным ни был автор.

Наконец, если Вы сомневаетесь в том, как пишется то или иное отдельное слово – загляните в орфографический словарь. Рекомендации, казалось бы, банальные и очевидные, но слишком много авторов в онлайн-сегменте сегодня терпят крах всех своих усилий только потому, что пренебрегают этими элементарными советами. А раз так – не будет лишним упомянуть о них еще раз.

Следующий шаг – Вы должны убедиться в том, что Ваша статья имеет логичную структуру, что каждый следующий абзац вытекает из предыдущего, и по прочтению статьи четко и ясно видна главная мысль, которую Вы собирались донести до читателя. Если, прочитав Вашу публикацию, читатель не поймет, что же все-таки Вы ему хотели

сказать – грош цена Вашей статье! И ее продвижение в мир не принесет Вам ничего, кроме головной боли и результатов, прямо противоположных ожидаемым.

По поводу ясности изложения мыслей – имейте в виду: то, что понятно Вам, может оказаться совершенно непонятным другим людям. И тогда Ваша статья пропала! Поэтому обязательно дайте почитать то, что Вы написали, другим людям. Это поможет застраховаться также и от «эффекта подмены», неосознанной жертвой которых зачастую становится практически каждый автор. Мне это известно на основе собственного опыта – хочешь написать одно слово, а пишешь другое... а ведь это на самом деле искажает смысл статьи до безобразия!

Следующий важный момент – готовую статью необходимо распечатать и громко прочитать вслух с листа бумаги. Крайне желательно попросить кого-либо из Ваших близких, родственников и знакомых сделать то же самое. Выполняя это действие, Вы тем самым убедитесь в том, что созданная публикация читается в достаточной степени хорошо или... или не читается! Те места, где при чтении вслух читающий будет «спотыкаться», следует переписать, ибо они, вне всякого сомнения, уродуют Вашу статью и резко снижают ее качество для целевой аудитории, а значит – и ту пользу, которую статья может принести Вашему бизнесу.

Данный этап, кроме того, очень хорошо подходит для ответа на вопрос о том, не оставили ли Вы чего важного за пределами публикации, о чем в ней было бы крайне целесообразно рассказать. Не забыли ли, не упустили ли из внимания какой-либо важный момент, который напрямую влияет на качество Вашей статьи?

Ибо нет ничего хуже той статьи, которая, рассматривая какую-либо тему, замалчивает и оставляет без внимания очень важные вопросы этой темы, а также плохо читается, не доносит до читателя основной мысли, да к тому же кишмя кишит общими и ничего не говорящими пустыми общими фразами.

## **Как в течение 24 часов заработать тысячу долларов с помощью одной-единственной статьи собственного сочинения**

Данный пункт будет весьма кратким в нашем руководстве, но, тем не менее, он наглядно продемонстрирует Вам, как именно я заработал около двух тысяч долларов в течение нескольких недель, когда только-только начал принимать участие в продажах товаров других предпринимателей в рамках их партнерских программ.

Начал я с того, что выбрал три партнерские программы, в рамках которых желал принимать участие в продаже предлагаемых их владельцами товаров. После этого я написал три статьи, по одной на каждый товар, который продвигал. Естественно, каждая статья была качественной, полезной и информативной и имела самое непосредственное отношение к предлагаемому товару.

В эти статьи я, конечно же, поместил свои партнерские ссылки. Прошу заострить внимание на том, что в то время у меня не было ни собственного сайта, ни своей рассылки, ничего подобного. Как же я раскручивал эти статьи? На самом деле тут нет ничего сложного – я отыскал с помощью средств поиска Сети несколько сотен издателей

тематических рассылок, которым предоставил для ознакомления свои публикации. Прочитав мои статьи, абсолютное большинство издателей согласилось их перепечатать в своих рассылках, причем совершенно бесплатно. И так получилось, что практически каждый из них выпустил свою рассылку, содержащую мою статью, почти в один день.

Знаете, что произошло далее?

Хотите – верьте, хотите – нет, но эти три статьи в течение примерно трех недель принесли продаж рекомендованных в них товаров на сумму, превышающую \$ 1000. Кстати говоря, помимо партнерской ссылки, каждая статья содержала информацию о том, каким образом любой желающий может подписаться на бесплатную серию писем (бесплатный курс обучения), который я зарядил в почтовый автоответчик (еще раз повторяю – у меня не было ни сайта, ни рассылки, только курс обучения, который я зарядил в арендованный мной на одном из сервисов почтовый автоответчик).

Из всех тех, кто прочитал мои статьи, подписались на курс обучения около 700 человек (кстати, этот курс также состоял из написанных мной же статей). В рамках данного курса я рекомендовал подписчикам другой товар, который, к тому же поставлялся с правами перепродажи. Что мне это дало? В свою очередь статьи, заряженные в обучающий курс, позволили обеспечить продаж рекомендуемого там товара на сумму примерно \$ 1000 в течение трех-четырех недель.

Итак, подсчитаем? За 4 недели работы я обеспечил продаж на сумму, превышающую \$ 2000, получив, естественно, с этих продаж весьма примечательное комиссионное вознаграждение.

Но самое интересное далеко не в этом. Самое интересное в том, что, поскольку мои статьи были действительно качественными и полезными, их стали публиковать у себя и другие издатели – как в рассылках, так и на страницах сайтов. Эти публикации стали буквально расползаться по Сети совершенно без какого-либо участия с моей стороны, причем с достаточно значительной скоростью.

Итог? Ничего не делая, я еще долгие месяцы с большим удивлением и удовольствием получал регулярные перечисления комиссионных. Более того, поисковые системы проиндексировали те ресурсы, где были опубликованы мои статьи, в результате чего мое имя быстро стало известным в кругах тех людей, которые интересовались той темой, по которой я писал. Куда они ни шли за решением своих проблем – на очень многих сайтах они натыкались на мои публикации и сталкивались с моим именем. То же самое происходило и при поиске информации через поисковые системы.

А теперь самое-самое интересное.

Партнерские программы, в которых я участвовал, были двухуровневые. Иными словами, я получал комиссионные не только за обеспеченные мной продажи, но и за продажи, сделанные теми, кто зарегистрировался в этих партнерских программах по моей ссылке. Это было несколько лет назад, но я до сих пор получаю достаточно внушительные суммы комиссионных за продажи, обеспеченные этими людьми, а ведь их количество практически постоянно растет (вместе с ним растут и получаемые мной за них комиссионные – без какого-либо участия с моей стороны!).

Знаете, если быть до конца откровенным, я просто обожаю двухуровневые партнерские программы – они предоставляют нам уникальную возможность



зарабатывать... не работая! Иными словами, проделав определенную работу один раз, Вы можете получать постоянный и притом неуклонно растущий доход в весьма долгосрочной перспективе. Если, конечно, с самими партнерскими программами все в порядке и они стабильны и устойчивы.

Подведем итоги.

Сколько мне стоило написать три статьи плюс курс обучения для почтового автоответчика? Ровным счетом нисколько. Сколько мне стоило договориться с издателями рассылок и владельцами сайтов о перепечатке моих статей? Абсолютно нисколько. Сколько мне стоило добиться того, чтобы после первой волны републикаций перепечатка продолжалась в массовых масштабах? Совершенно ничего. Что же получается? Я не потратил ни копейки собственных денег на то, чтобы запустить в действие этот маховик, то есть все деньги, которые он мне принес, представляют собой чистую прибыль. Не знаю, как Вам, а мне такой расклад очень даже по душе!

С тех пор, убедившись в неподражаемости и эффективности только что рассмотренной схемы, я повторяю точно такую же процедуру, но с новыми товарами и новыми статьями, каждый месяц. И ни разу эта схема меня не подвела на протяжении многих лет! Конечно же, моя история мало похожа на то, что принято делать, и что на самом деле делают другие в рамках партнерских программ, но вместе с тем и мои доходы разительно отличаются от доходов этих людей. Выводы, как говорится, делайте сами.

Именно таким образом, плотно и напряженно поработав несколько недель, Вы сможете обеспечить себе постоянно растущий пассивный доход, который будет работать на Вас совершенно без Вашего участия. И чем дольше Вы будете работать в этом ключе, пробуя вместе с этим новые приемы и методы расширения своей публицистической деятельности и применения собственных качественных статей, тем быстрее будет расти и Ваш остаточный доход.

Проверено и достоверно. И я – живой тому пример. J

#### **Бесплатный совет от переводчика:**

Читать о том, как надо писать статьи, это, конечно, хорошо... А как насчет того, чтобы увидеть на экране своего монитора процесс создания отличной авторской статьи – во всех его деталях? Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать!

Увидев это один раз и повторяя то, что я Вам покажу (это не займет много времени – **всего 52 минуты и на всю жизнь!**) на экране, Вы сможете превратиться из напуганного новичка в заправского автора отличных статей, которые станут тоннами выходить из-под Вашего пера без напряжения!

Посмотрите на это прямо сейчас!

<http://www.berestneff.com/cgi-bin/affiliates/click.cgi?id=peb&page=3>

## Написание статей для получения прибыли от программы Google AdSense

Сегодня программа Google AdSense является очень популярной. Существует большое количество владельцев онлайн-ресурсов, которые извлекают с ее помощью приличные прибыли, а способов извлечения этих прибылей – еще больше. Позвольте мне рассказать Вам об одном из таких способов, который я считаю наиболее эффективным и прибыльным, хотя мало кто руководствуется им в своей деятельности. Причина игнорирования данного способа банальна и проста: его применением требует приложения определенных усилий и затрат определенного времени.

### **Бесплатный совет от переводчика:**

Почитать кое-что полезное об опыте работы с русскоязычными сайтами в Google AdSense и зарегистрироваться в данной программе Вы можете прямо сейчас по этой ссылке:

<http://www.berestneff-blog.ru/archives/2006/03/02/48.html>

Абсолютное большинство людей предпочитают пользоваться сомнительным программным обеспечением, позволяющим генерировать различные страницы, бомбардировать с его помощью доски объявлений и форумы и т.п., но я твердо убежден, что все эти способы – временные, ненадежные и нелегитимные. Я же предпочитаю использовать надежное, законное и восхитительное средство, имя которому – качественный, полезный и бесплатный контент.

Возможно, мой подход к извлечению прибыли от Google AdSense не является уникальным, самым легким и бешено-прибыльным, но я глубоко убежден в том, что он самый лучший с точки зрения обеспечения долгосрочного и стабильного дохода. Ведь долгосрочный и стабильный доход – гораздо лучше, нежели несколько «быстрых баксов». Причина моей уверенности состоит в том, что этим способом я пользуюсь уже долгие годы, с тех самых пор, как только начал заниматься INTERNET-бизнесом, а было это уже достаточно давно. И ни разу (повторяю Вам – ни разу!) этот способ меня не подводил.

Это о чем-то говорит? J

Я на сто процентов уверен в жизнеспособности моего подхода к бизнесу, и уверен в том, что он будет исправно на меня работать еще многие и многие годы. В чем же этот подход заключается?

Он заключается в создании бесплатного сайта, крупного сайта, наполненного огромным количеством информативного контента самого высокого качества. Проще говоря, такой сайт (тематический центр) представляет собой бесплатный информационный ресурс по определенной теме, но тема эта раскрыта на нем максимально полно, в размещенных на таком сайте многочисленных публикациях рассмотрены самым

пристальным образом практически все вопросы, которые только могут возникнуть у заинтересованных темой посетителей.

Естественно, в первую очередь такой сайт в силу своей полезности для аудитории собирает огромное количество внешних ссылок и индексируется поисковыми системами с большим удовольствием. В силу одновременного действия первой и второй из только что названных причин, он быстро получает весьма выгодные позиции в результатах поиска на популярных поисковых системах, соответственно – он начинает получать большое количество целевого трафика из самых различных источников: с тех же поисковых систем, с других сайтов, которые ссылаются на данный ресурс, из рассылок, где анонсируется данный сайт и перепечатываются размещенные на нем материалы. Сложив все воедино, получаем великолепный тематический центр, имеющий тысячи полезнейших и качественных страниц, а также весьма нетривиальное количество целевых посетителей на постоянной основе.

У меня есть несколько таких сайтов, и на каждой странице данных ресурсов имеется рекламный блок программы Google AdSense. Поскольку сайт проиндексирован в Google, содержание рекламы, демонстрируемой в рекламных блоках, максимально соответствует содержанию той страницы, на которой эта реклама показывается. Соответственно, поскольку мы получаем целевую рекламу, демонстрируемую целевым посетителям, последние проявляют интерес к ней и щелкают на рекламных объявлениях. Таким образом, за каждый переход Google зачисляет на мой баланс определенную сумму.

Чем больше страниц с качественным и полезным контентом, тем больше рекламных блоков, и соответственно – тем больше посетителей на данных страницах. А это автоматически означает больше переходов через рекламные блоки и соответственно – больший показатель прибыли. Как видите, арифметика на самом деле является предельно простой.

Здесь встает один интересный вопрос – но ведь для создания подобного тематического центра нам понадобится написать огромное количество авторских публикаций. Каким образом лучше всего решить данную задачу? Вот некоторые соображения по этому вопросу, исходя из моего личного опыта.

Пытаться целиком и полностью подготовить контент для подобного сайта перед запуском проекта достаточно проблематично. С моей точки зрения, совершенно не следует этого делать, то есть, вряд ли целесообразно руководствоваться подходом «сначала сделаю все-все-все, а потом выложу в Сеть». Действуя таким образом, Вы очень быстро устанете, Ваша работа превратится в рутину, и проект прочно застынет на мертвой точке. К тому же, как известно, совершенству нет пределов, и Вы рискуете, постоянно что-то дорабатывая и пытаясь довести Ваш сайт до совершенства перед запуском, не открыть его никогда.

Не лучше ли начать зарабатывать деньги на таком проекте как можно быстрее, даже в том случае, если он и готов меньше чем наполовину? Лично я всегда так и поступаю. И, знаете, это не только работает, но и дает мне дополнительный стимул и дополнительные силы для того, чтобы дорабатывать проект и постоянно доводить его до ума.

Это очень действенная методика!

Как именно я это делаю? Я не собираюсь показывать Вам свои сайты, во-первых, потому, что они не имеют отношения к рассматриваемой теме (то есть, расположенные на них материалы не учат, как писать и использовать статьи, а также не посвящены INTERNET-маркетингу и теме онлайн-бизнеса) и вряд ли будут интересны Вам с содержательной точки зрения, а, во-вторых, я не желаю, чтобы кто-то скопировал в точности весь мой контент и сделал точно такой же сайт практически на халяву. Но я расскажу Вам о своем пошаговом алгоритме, руководствуясь которым, я создаю узкоспециализированные нишевые AdSense-проекты, приносящие отличную прибыль исключительно с помощью данной рекламной программы.

Первое – я, естественно, выбираю тему. Пусть для примера это будет та же самая ночная рыбалка. Я регистрирую какое-нибудь привлекательное, интересное и специализированное доменное имя, которое указывает на то, чему научится посетитель на странице такого ресурса. После этого я занимаюсь написанием различных многообразных публикаций, состоящих из 700 – 750 слов каждая, руководствуясь в этой работе рассмотренной в одном из предыдущих пунктов методикой. При этом данные публикации должны освещать абсолютно все вопросы, которые связаны с данной темой, объединяющей ресурс, и которые только могут возникнуть в голове у целевого посетителя, интересующегося данной темой.

Одним из примеров такой публикации может служить проверочный список, представляющий собой полный перечень тех вещей, снастей и прочего снаряжения, которое в обязательном порядке потребуется человеку, отправляющемуся на ночную рыбалку. Какова польза читателю от такого списка? На самом деле она весьма велика: распечатав данный список, он может каждый раз, когда будет собираться на рыбалку, сверяться с ним и таким образом никогда не забудет чего-либо важного. Итак, я беру этот список, помещаю на соответствующую страницу своего тематического центра, и вешаю на эту же страницу два рекламных блока программы Google AdSense – один в середине списка в виде вставки, и второй – в правой колонке данной страницы сайта.

Когда дело доходит до той рекламы, которую необходимо разместить на данной странице с расчетом на то, что посетитель на нее отреагирует, Вы должны мыслить точно так же, как и любитель ночной рыбалки, который будет читать Ваши страницы. В покупке каких товаров он больше всего заинтересован? Что ему действительно бы хотелось купить? Далее, необходимо принимать в расчет те виды рекламы, которые поместит на Ваши страницы Google AdSense. Совершенно логично, что нет никакого смысла помещать на своих страницах блоки с рекламой информационного товара о том, каким образом можно сделать деньги в Сети на основе своего увлечения ночной рыбалкой. Ибо любители ночной рыбалки заинтересованы в том, чтобы рыбачить по ночам, а не в том, чтобы заниматься онлайн-бизнесом (исключение из этого правила настолько незначительно, что им можно пренебречь). Точно так же и Google AdSense, проиндексировав данную страницу, будет показывать рекламу снастей и снаряжения для ночной рыбалки, а не информационных товаров о заработке в Сети.

Иными словами, в первую очередь Вам необходимо привести собственный контент в соответствие с ожиданиями посетителей – этот пункт основная масса предпринимателей, работающих с AdSense, выполняет на должном уровне. Но вот по поводу второго пункта – приведение Вашего контента в соответствии с рекламой, показываемой AdSense – этого сказать нельзя. Именно здесь многие бизнесмены и прокалываются, что мешает им получать полноценный доход от участия в данной программе.

Возвращаемся к рассмотрению нашего бизнес-алгоритма (или, если Вам будет угодно – бизнес-плана).

Итак, у Вас имеется сайт, на котором находятся страницы по соответствующим темам, Вы повесили на них рекламные блоки AdSense и произвели все необходимые технические настройки для показа объявлений на своем сайте. И вот тут-то основная масса бизнесменов застревают в тупике. И вопрос, которым они терзаются, звучит так: «Ну, а дальше-то что? Как мне начать извлекать прибыль из наличия таких страниц?»

Ответ банален и прост: писать подробные и конкретные статьи по каждому вопросу, связанному с избранной Вами темой, и помещать на этих страницах! Возьмите, к примеру, упомянутый выше проверочный список для ночной рыбалки и включите свое серое вещество! Когда Вы это сделаете, то увидите, что по каждому из пунктов данного списка (а их там около сотни!) можно написать 10 – 20 статей, не меньше! Я запускаю проект в работу, когда он содержит уже порядка 40 готовых публикаций, размещенных, естественно, на 40 разных страниц, указанным образом содержащих установленные блоки Google AdSense. Конечно, я не могу похвастаться тем, что на данной стадии я буквально за пару дней озолотился, но весьма нетривиальный постоянный доход я с этого уже имею. И мне думается, что когда количество публикаций пополнится на 500 новых статей, суммы доходов, извлекаемых мной из AdSense, существенно пополнятся, и будут расти уже без каких бы то ни было усилий с моей стороны.

Теперь давайте поговорим о перепечатке. Каким образом потенциальные клиенты, прочитавшие Вашу публикацию, перепечатанную на сайте или в рассылке другого предпринимателя, попадают на Ваш сайт? Здесь, очевидно, существуют два способа добиться такого результата – это упоминание того или иного сайта непосредственно в тексте самой статьи, а также использование так называемого файла подписи.

Рассматривая два эти способа, необходимо отметить, что второй из них – использование файла подписи – является наиболее распространенным и представляется более эффективным. Вот о нем и поговорим.

Многие предприниматели предпочитают указывать в файле подписи краткое описание своего проекта и ссылку на него, причем практически во всех статьях файлы подписи являются одинаковыми. Это – наиболее традиционный подход, и он считается наилучшим. Позволю себе усомниться в его безоговорочной эффективности. Мой опыт показывает, что гораздо лучше работают файлы подписи, дополняющие содержание статьи и предоставляющие читателю ссылку. Например:

«Если Вы желаете получить полный перечень того, что Вам понадобится в Вашем ночном походе на рыбалку, а также подробное руководство по применению того-то – Вы можете совершенно бесплатно сделать это по адресу: [ссылка]».

Таким образом, файл подписи должен дополнять содержание статьи и предлагать читателю совершенно бесплатно получить дополнительные выгоды. Как показывает мой опыт (и опыт моих партнеров), именно такая организация файла подписи является максимально результативной.

Отметим еще один важный момент. Имея в своем распоряжении несколько сотен (лучше – тысяч) качественных бесплатных статей, Вы не только получаете материал для строительства Вашего AdSense-сайта, но также и отличный инструмент раскрутки и повышения собственной репутации в Вашей рыночной нише. Ибо, если Ваши публикации

на самом деле являются качественными, информативными и полезными для целевой аудитории – их станут перепечатывать издатели рассылок, а также владельцы сайтов, ибо качественный контент нужен всем. Таким образом, Ваши публикации станут очень быстро расползаться по всей Всемирной Паутине, работая на генерацию Вам целевого трафика, формирование репутации и предоставление других важных выгод совершенно без каких-либо усилий с Вашей стороны.

Более того, как уже говорилось, у Вашего ресурса моментально появится масса внешних ссылок... вообще перечислять все те блага, которые Вам предоставляет наличие и перепечатка большого количества Вашего авторского контента, очень долго, и вряд ли это целесообразно на страницах данной книги. Отметим только, что массовое использование собственных авторских статей для извлечения прибыли – великолепная схема для любого онлайн-предпринимателя! Это – как раз тот вожделенный «вечный двигатель» для Вашего бизнеса, который очень быстро начнет приносить Вам результаты в виде звонкой монеты, и будет приносить их очень долго.

**Бесплатный совет от переводчика:**

Почитать кое-что полезное об опыте работы с русскоязычными сайтами в Google Adsense и зарегистрироваться в данной программе Вы можете прямо сейчас по этой ссылке:

<http://www.berestneff-blog.ru/archives/2006/03/02/48.html>

# **Использование статей для извлечения прибыли от участия в партнерских программах**

## **Краткое введение в суть вопроса**

В данном разделе настоящей книги Вашему вниманию предлагается краткое практическое руководство по вопросу о том, каким образом можно извлекать потрясающие доходы из участия в партнерских программах при помощи использования собственных авторских статей. Описанная далее методика эффективна и мощна с одной стороны, а с другой – весьма проста, я бы даже сказал, банальна и примитивна. Поэтому я не перестаю удивляться тому, как один предприниматель за другим пытается добиться успеха в партнерской программе, но не может это сделать. Если все делать правильно и на самом деле делать (а не думать в течение всей жизни о том, что «это надо сделать») неудачи у Вас выйти просто не может.

И, несмотря на это, существует причина, по которой абсолютное большинство новичков терпит крах в заработках на партнерских программах. Если быть до конца откровенным, то должен сказать, что ко мне успех пришел также не в первый день. И я точно так же какое-то время топтался на месте, разница лишь в том, что топтался я недолго и довольно быстро начал получать прибыль. Причина, по которой я не мог поначалу ничего добиться, заключалась в том, что я без какой бы то ни было необходимости слишком усложнял вещи. Поначалу я пытался создавать огромные сайты невиданной величины, набитые всем, что мне попадалось под руку, без разбора. Естественно, этот метод не сработал, и я довольно быстро потерял стимул к действию.

Я сейчас не буду подробно останавливаться на этом, ибо в тему настоящей книги данный разговор не входит. Вместо этого я расскажу Вам, как обеспечить себе достаточно быстрый успех, а затем – приумножить его в долгосрочной перспективе. Все, что Вам для этого потребуется – так это создать несколько серий писем для почтовых автоответчиков (автореспондеров), а затем – раскручивать эти серии писем через бесплатную публицистику в почтовых рассылках, и кое-что еще. Все это не представляет совершенно никаких трудностей, и я на страницах данной книги наглядно и шаг за шагом покажу Вам, как все это следует делать.

Итак, вот Вам полное пошаговое руководство.

## **Выбираем три партнерские программы для участия в них**

Для того чтобы вся наша система заработала, стала устойчивой и начала приносить нам доход максимально быстро, а затем этот доход превратился в долгосрочную и постоянно растущую прибыль, нам понадобится зарегистрироваться не в одной, а в трех партнерских программах.

Соответственно, первый вопрос, который нас здесь волнует, заключается в следующем: по каким критериям следует выбирать те партнерские программы, в которых мы станем работать? Основная масса бизнесменов (особенно начинающих) принимают решение исходя из размеров комиссионных, которые им обещают. При этом выбор делается так: чем выше обещается процент комиссионных, тем лучше партнерская программа для того, чтобы принять в ней участие. Мой друг, смею Вас заверить, это очень глупая идея. И руководствоваться в выборе партнерской программы нужно совершенно иными показателями.

Вы будете смеяться, но процент комиссионных не играет практически никакой роли для достижения успеха в нашем деле.

Перво-наперво, следует иметь в виду, что все три программы, которые Вы выбираете для участия в них, должны быть объединены одной общей темой, иными словами, товары, которые предлагаются в рамках данных программ, должны решать одну и ту же проблему потенциальных клиентов, но несколькими различным образом. То есть, должны взаимодополнять друг друга.

Приведем пример: допустим, Вы выбрали первую партнерскую программу, в рамках которой нужно продвигать электронную книгу, которая описывает процедуру создания прибыльных мини-сайтов. Следовательно, тематика Вашей партнерской программы – мини-сайты, и две другие партнерские программы, которые Вы выберете для реализации рассматриваемой схемы, также должны быть посвящены мини-сайтам.

В качестве второй программы можно выбрать, скажем, продвижение подписных сайтов с платным членством, содержащих полезную коммерческую информацию о создании эффективно работающих мини-сайтов, а третьей программой пусть будет программа сервиса, в рамках которого оказываются, допустим, консультационные услуги по созданию и доработке мини-сайтов.

При таком выборе мы будем иметь необходимое тематическое соответствие всех трех партнерских программ для достижения успеха в работе по нашей схеме. Это – первейшее условие, которое нам надлежит соблюсти в обязательном порядке! О том, почему это так важно – мы поговорим чуть далее, а пока рассмотрим второй необходимый критерий.

Вторым необходимым критерием являются как раз всеми нами любимые проценты комиссионного вознаграждения. Но здесь все далеко не так просто, как представляется многим – дело вовсе не в том, что чем выше комиссионные – тем лучше. Все гораздо интереснее, более того, процент комиссионных должен варьироваться в рамках выбранных нами трех партнерских программ. Что я имею в виду?

Первая партнерская программа из выбранных должна характеризоваться повышенным процентом комиссионного вознаграждения, выплачиваемого за продажи первого уровня (то есть продажи, обеспеченные непосредственно нами). Повышенный процент означает, что размер комиссионного вознаграждения должен быть выше, чем в среднем в партнерских программах в данной рыночной нише (благо, партнерских программ с повышенным процентом более чем достаточно практически на любом рынке). Если говорить о продаже цифровых товаров, то Вам не следует при выборе первой партнерской программы обращать внимание на программы, предлагающие комиссионные в размере менее 40 %



Для такого выбора имеется веская причина, и заключается она в том, что одна из наших задач – начать получать хорошую прибыль максимально быстро. Для этой цели нам понадобится именно программа указанного типа, ибо если Ваши комиссионные будут составлять меньше чем, скажем, \$ 20 с каждой продажи, ни о какой прибыли в ближайшей перспективе не может быть и речи<sup>4</sup>. Вторая задача, решаемая посредством данной партнерской программы (первой по счету из избранных нами трех) заключается в формировании собственного подписного листа.

**Бесплатный совет от переводчика:**

Выбирая партнерскую программу № 1 согласно излагаемой в данной книге методики, советую Вам обратить самое пристальное внимание на партнерскую программу Виртуального Колледжа электронной коммерции:

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

Там Вы найдете в точности то, что Вам нужно в качестве партнерской программы № 1. J

В свете этой дополнительной задачи мы должны подчеркнуть очень важный момент следующего плана. Если Вы не добьетесь впечатляющего результата на первых порах работы с данной партнерской программой, то не стоит расстраиваться. Во-первых, у нас в запасе имеется еще две партнерские программы, на которых мы можем сделать деньги одновременно с попытками заработать на первой, а во-вторых, в любом случае мы здесь получим формирование собственного подписного листа! А собственный подписной лист, как известно, является залогом нашей прибыли на долгое и долгое время. Подписной лист – главный актив любого онлайн-бизнесмена. Как видите, даже при самом (казалось бы) неблагоприятном исходе мы имеем в данном случае беспроигрышную ситуацию.

Итак, в качестве первой партнерской программы выбираем такую, которая подразумевает одноразовые продажи определенного товара стоимостью как минимум \$ 40 – 50 и размером комиссионных как минимум 40 % от суммы обеспеченных нами сделок.

Второй партнерской программой должна быть такая, в рамках которой предлагается обеспечивать сделки, которые сулят долгосрочный пассивный доход. Как это понимать?

Речь идет о такой программе, в рамках которой необходимо привлекать долгосрочных клиентов. Иными словами, как только клиент приобрел товар или услугу владельца партнерской программы, в силу специфики данного товара или услуги, он должен вносить платежи на постоянной основе (предположим, ежемесячно). Отличным примером такого типа является привлечение подписчиков на сайты с платным членством. Как только приведенный Вами покупатель оплатил подписку и стал подписчиком такого

<sup>4</sup> Естественно, здесь говорится о \$ 20 как об ориентировочном показателе комиссионных с точки зрения зарубежного предпринимателя, который работает в несколько иных ценовых условиях и в несколько ином финансовом окружении. Это, конечно, не говорит о том, что в западном секторе Сети однозначно можно гораздо проще заработать «много денег» в гораздо меньший промежуток времени, чем в RuNET'e (ибо тут очень много тонкостей), но эту поправку следует иметь в виду.

сайта, до тех пор, пока он им остается, он должен ежемесячно оплачивать свою подписку. И с каждой такой оплаты Вы получаете комиссионные. Иными словами, приведя владельцу такой платежной программы нового клиента, Вы получаете комиссионные с каждого внесенного им платежа, то есть получаете комиссионные постоянно, не прилагая уже к этому никаких усилий. Это и называется партнерской программой с возможностью получения пассивного дохода.

В частности, данный вид партнерских программ, пожалуй, является самым любимым видом, в котором предпочитает принимать участие знаменитый Терри Дин. Согласитесь, такой выбор со стороны профессионала должен иметь в своей основе веские основания. И если Вы немножко подумаете, то эти основания более не будут для Вас представлять совершенно никакого секрета.

Как видите, данный тип партнерских программ характеризуется одной очень важной прелестью – приложив определенные усилия вначале, Вы можете совершенно ничего не делать в дальнейшем и получать при этом комиссионные на постоянной основе. К тому же у данного вида дохода имеется колоссальный потенциал расширения. Теперь ответьте мне на вопрос: почему данный тип программ выбран нами вторым по счету? Ответ на самом деле очень прост – потому что, работая в первой программе, мы формируем собственный подписной лист. В дальнейшем мы можем, работая с этим подписным листом, привлекать на его базе постоянных клиентов для партнерской программы второго типа.

Арифметика проста и банальна: первая партнерская программа дает нам быструю прибыль (одноразовые продажи) плюс подписной лист. Работая с подписным листом, мы продвигаем партнерскую программу второго вида, благодаря чему обеспечиваем себе пассивный доход в долгосрочной перспективе. Как видите, мы получаем и то, и другое, о чем говорили выше, причем почти одновременно – быструю прибыль и долгосрочный стабильный остаточный доход. Конечно же, это далеко не все, ибо у нас есть еще одна партнерская программа, но о ней и о тех перспективах, которые она дает, речь немного впереди.

Кстати говоря, не следует думать, что аудитории, которым Вы адресуете коммерческое предложение первой и второй партнерской программы, должны пересекаться только указанным выше образом. Ничего подобного! Вы можете предлагать своему подписному листу, наработанному в ходе продвижения товара первой программы, этот же товар снова, можете пополнять свой лист в ходе раскрутки второй программы, и рекомендовать новым подписчиком предложения как первой, так и второй программы. Возможности тут поистине безграничны, я описал только основное направление работы в рамках рассматриваемого алгоритма. Но не следует на этом заикливаться, с этого мы только начинаем!

Более того, не стоит забывать о тех людях, которые сделали покупку в рамках первой или второй партнерской программы! Ни в коем случае! Обязательно предлагайте им товары и услуги, которые предлагаете в рамках другой программы – ибо чаще всего они сделают покупку, если один раз уже делали это по Вашей рекомендации. Не следует думать, что Ваши покупатели годятся для оплаты только одного заказа – это очень серьезное заблуждение! Ибо настоящая прибыль в онлайн-бизнесе извлекается не из одноразовых продаж разным людям, а из многочисленных и повторяющихся продаж одним и тем же людям. Об этом следует не только помнить, но и постоянно претворять этот принцип в практику своей деятельности.

Впрочем, об этом чуть подробнее мы будем говорить несколько далее.

Теперь коснемся вопроса о третьей по счету партнерской программе, которую Вам нужно выбрать для работы в ней. Какой характерной особенностью должна обладать эта программа? В ее рамках Вы должны предлагать своей аудитории достаточно дорогие товары и услуги, чтобы получать от их продаж достаточно высокие комиссионные. Пусть их процент будет намного ниже, чем в среднем на Вашем рынке, но зато в пересчете на абсолютные цифры, суммы доходов будут гораздо больше. Согласитесь, 25 % от продажи товара стоимостью \$ 350 – это намного больше, чем 50 % от продажи товара стоимостью \$ 19. Коммерческое предложение такой партнерской программы (третьей в нашем списке) Вы станете раскручивать с помощью подписного листа, наработанного в ходе работы с партнерскими программами № 1 и № 2. Кроме того – не забывайте предлагать приобрести данный товар (услугу) тем, кто уже сделал покупку по Вашей партнерской ссылке, неважно, что было куплено – товар программы № 1 или № 2.

Спешу подчеркнуть еще вот какой момент – приготовьтесь к тому, что отклик на рекомендации дорогих товаров и услуг, которые Вы станете продавать, участвуя в партнерской программе № 3, будет гораздо ниже, чем в случае с программами предыдущих пунктов. Это и понятно – цены здесь несопоставимы. Но, с другой стороны, продавая довольно дорогие товары и услуги в рамках такой партнерской программы и получая меньший в процентном отношении отклик, Вы заработаете гораздо большие в абсолютном выражении суммы. Поэтому овчинка стоит выделки, тем более, что работа в партнерской программе № 3 не потребует от Вас затрат стольких же сил и времени, как в случае с партнерскими программами двух перечисленных выше пунктов.

## **Разработка серий бесплатных докладов (отчетов)**

Данный шаг, как и предыдущие, я собираюсь описать Вам четко, кратко и максимально конкретно. Но перед тем как я это сделаю, считаю своим долгом подчеркнуть следующий важный момент – Вы должны постоянно помнить, что этот шаг является жизненно важным для успеха всей Вашей работы в партнерских программах в целом.

И вторая очень важная тонкость – как только в Вашем распоряжении появится подписной лист в несколько тысяч подписчиков, с каждым из которых у Вас будут сформированы прочные доверительные взаимоотношения – можете быть уверены, что 75 % работы на пути к колоссальным прибылям Вы уже выполнили. Впрочем, точно таким же образом обстоят дела в абсолютном любом виде (типе) онлайн-бизнеса, не только в случае работы с партнерскими программами.

Итак, настоящий пункт нашей книги посвящен написанию серий бесплатных докладов (отчетов). Для чего они нужны? В первую очередь – для продвижения на рынок и обеспечения продаж в рамках партнерской программы под № 1 из выбранных нами трех. Как Вы помните, в этой партнерской программе мы собираемся продавать товар стоимостью \$ 40 – 50 и получать комиссионное вознаграждение с каждой продажи в размере \$ 20 – 25.

Создание подобных бесплатных докладов – дело на самом деле исключительно простое. Все, что Вам нужно – так это получить в свое распоряжение примерно 5 качественных бесплатных статей по нужной теме, которые Вы будете иметь право

использовать для компиляции доклада (отчета) – это самый простой вариант, но вместе с тем он не самый лучший. Гораздо предпочтительнее написать данные статьи самому и составить из них требуемый бесплатный доклад (отчет). При этом данные статьи вовсе не должны иметь внушительный объем – 500 слов вполне достаточно.

Далее – Вы располагаете эти статьи в логической последовательности (так, чтобы содержание каждой последующей статьи вытекало из предыдущей), а затем заряжаете их в автореспондер таким образом, чтобы каждый день подписавшийся на эту серию потенциальный клиент получал по статье. Таким образом, в течение 5 дней он получит Ваш бесплатный доклад (отчет) в полном объеме.

Естественно, не следует забывать о том, что составленный таким образом бесплатный доклад (отчет) должен быть качественным, информативным и практически-полезным для каждого Вашего подписчика. Он ни в коем случае не должен представлять собой некий сборник информационного хлама, либо сборник рекламных объявлений – таким образом Вы ничего не добьетесь, а лишь получите результат, прямо противоположный ожидаемому. Не следует с самого начала насаждать на подписчика с навязчивой рекламой – Вы успеете порекомендовать ему то, что хотите продать, чуть позже, когда он уже будет склонен реагировать на Ваши рекомендации.

Кстати говоря, цифра 5, которую я назвал здесь в качестве количества статей, составляющих Ваш доклад, а также в качестве количества дней, в течение которых подписчик получит Ваш доклад в полном объеме – весьма условна. Ничто не мешает Вам сформировать доклад, состоящий из 7 и даже 10 статей... главное здесь – не опускаться ниже этой цифры (если в серии писем автореспондера их меньше 5, такой «обучающий курс» или «специальный доклад» не принесет никакого результата) и одновременно – не переусердствовать с объемом информации, предоставляемой в рамках каждого доклада (как показывает опыт и практика, свыше 10 писем – это уже слишком много).

Рассмотрим сказанное на конкретном примере. Допустим, мне необходимо написать бесплатный обучающий курс (серию писем) по вопросу повышения индекса цитирования на популярных поисковых системах. Я бы сделал этот доклад примерно следующим (приведенные цифры показывают последовательность расположения статей, а также день доставки той или иной статьи подписчику посредством автореспондера):

1. Инструменты специалиста в области работы с поисковыми системами.
2. Мета-тэги: за и против.
3. Каким образом мини-сайты способны обеспечить Вам тысячи дополнительных высокоцелевых посетителей.
4. Самый простой и эффективный способ получить высокие позиции в рейтинге Yahoo!
5. Разработка ключевых слов, релевантных содержанию и тематике Вашего сайта.
6. Позиция в поисковой системе и Ваш промоушинговый бюджет.
7. Самые распространенные заблуждения относительно индекса цитирования поисковых систем.

Ну, и так далее.

Мой дорогой читатель, Вы можете твердить мне что угодно: писать тяжело, особенно мне бедненькому, я с этим не справлюсь, это слишком запутанно, слишком сложно и пр.

Знаете что? Мне по большому счету плевать на то, что Вы скажете. Я знаю, что писать статьи и составлять из них бесплатные серии писем – доклады (отчеты) – легко, достаточно лишь приложить к этому определенные усилия и потратить некоторое количество времени. И, конечно, при том условии, что Вы серьезно решили добиться приличных прибылей в онлайн-бизнесе, ибо если Вы несерьезно относитесь к тому, чем собираетесь заниматься – зачем тогда вообще все это затевать, растрачивая понапрасну собственные силы и драгоценное время?

Самое главное – думать о том, что это на самом деле просто. Если Вы постоянно будете настраивать себя на то, что это слишком тяжело для Вас – Вы не сумеете продвинуться ни на шаг. А, откладывая первый шаг, Вы автоматически откладываете второй, за ним – третий и т.п. Иными словами, собственными руками лишаете себя прибыли только потому, что не хотите ничего делать. Поистине, трудно придумать что-либо глупее в поведении здравомыслящего предпринимателя, и уж тем более – в поведении здравомыслящего человека, который решил стать успешным предпринимателем.

Позвольте же дать Вам еще один совет относительно написания статей для использования в целях формирования бесплатных докладов для зарядки их в Ваши почтовые автоответчики (впрочем, это касается написания статей вообще, вне зависимости от того, для чего Вы станете их использовать). Заключается он в том, что если Вы не знаете, с чего начать создание статьи – перепишите все те важные моменты, о которых необходимо в данной статье поговорить. Затем расположите их в логической последовательности и раскройте в нескольких предложениях (нескольких абзацах). Потом добавьте введение, заключение, заголовок – и статья готова! Конечно же, ее следует вычитать и устранить всевозможные ошибки, которые могут в ней содержаться.

К примеру, мне необходимо написать статью на тему о том, каким образом мини-сайты могут обеспечить большое количество целевого трафика. Первый шаг – переписываем все те важные моменты, которые нужно в этой статье отразить, располагаем их в логической последовательности, и получаем примерно следующий список:

- выбор доменного имени;
- выбор надежного и недорогого хостинга;
- и пользуем ключевые слова в содержании текста на мини-сайте;
- регистрируем мини-сайт в поисковых системах;
- отслеживаем статистику посещаемости;
- повторяем процедуру и учитываем в ней полученные ранее результаты.

Вот мы получили список. Затем, пишем по 100 – 200 слов, раскрывающих содержание каждого пункта, добавляем вводный абзац, заключительный абзац и... бац! Статья готова! Учитывая, что пунктов здесь целых 6 штук и каждый из них мы раскроем в объеме чуть более 200 слов, плюс примем во внимание добавление сверх этого введения и заключения – и мы получим уже не статью, а целый бесплатный доклад, который останется только поделить на части (как раз – на статьи) и зарядить в почтовые автоответчики!

Вот скажите мне: чего здесь сложного?

Сложность только в том, чтобы сесть и сделать это... но, простите, дорогой читатель, вопросы мотивации не входят в содержание данной книги. Если Вы сами не

хотите сделать ту работу, которую нужно сделать для того, чтобы начать зарабатывать в Сети, если Вы сами не понимаете, чего хотите добиться, читая данную книгу, постоянно ленитесь и т.п. – какой из Вас, простите, предприниматель? Уж с этим-то Вы должны справляться сами. Моя задача – показать Вам, что и как надо делать, но объяснять Вам, что это нужно именно СДЕЛАТЬ, а не подумать об этом – это уже не ко мне. L

А мы двигаемся дальше. Итак, статьи (доклад) написаны и готовы к использованию. Следующий шаг – помещение их в почтовый автоответчик. В принципе, это простой и элементарный шаг, но слишком многие предприниматели не понимают его сущности и смысла, поэтому придется мне заострить на нем внимание отдельно. Итак, каким образом должна выглядеть доставка Ваших писем, содержащих Ваши статьи (то есть, части доклада) подписчику (читателю)?

Ваш автореспондер должен быть сконфигурирован и заряжен таким образом, чтобы схема его взаимодействия с потенциальным клиентом была примерно следующей.

После заполнения формы подписки (или отправки пустого письма на адрес автоответчика) подписчик должен выполнить определенное действие, чтобы подтвердить свое желание эти письма получать. После подтверждения подписки он сразу же получает в свой почтовый ящик часть первую Вашего доклада (то есть, первую статью из определенной серии). Все это происходит в день первый. В течение последующих четырех дней он получает, соответственно, части 2, 3, 4 и 5 Вашей серии писем, с интервалом в сутки.

Естественно, в каждом из отправляемых писем Вы имеете возможность рекламировать (рекомендовать) подписчику то коммерческое предложение, над продвижением которого Вы работаете. Для этого, как правило, используется не текст самой статьи, а вводная и заключительная часть письма, содержащего Вашу статью, которое доставляется подписчику. Ибо письмо, отправляемое ему (заряженное в автореспондер) может далеко не исчерпываться той статьей, которую в этот день нужно доставить подписчику.

Приведу пример письма, которое может содержаться в Вашей серии писем, заряженной в автореспондер. (Подчеркиваю – это не эталон, не образец, не шаблон, с которого нужно списывать, это всего лишь пример!)

Здравствуй [имя подписчика]!

Прежде всего, позвольте мне поблагодарить Вас за оформление подписки на мой специальный доклад «Как стать высокооплачиваемым аффилиатом и информационным миллионером с минимальным бюджетом»!

Мое имя – [Ваше имя], некоторое время назад я уволился со своей последней работы и больше нигде не нанимался. Чем я занимаюсь и каков теперь мой источник дохода? Что ж, я скажу Вам. J Я уже достаточно долго успешно работаю в партнерских программах ряда онлайн-предпринимателей, извлекая из них доход, превышающий любую из тех заработных плат, которые я получал в то время, когда трудился на постороннего человека. Проще говоря, я занимаюсь продажей информационных товаров во Всемирной Паутине. Мое рабочее место отныне определяется исключительно моим выбором. Я могу работать из дома, равно как и

из любого другого места на Земном шаре, где есть подключение к INTERNET... отныне мое географическое местонахождение не имеет ровным счетом никакого значения, я могу находиться там, где пожелаю и сколько пожелаю.

В настоящем бесплатном докладе я покажу Вам, каким образом Вы сможете добиться точно такого же результата и обрести полную свободу собственных действий, наслаждаясь любимым бизнесом и финансовой независимостью.

Чему именно мы с Вами будем учиться? В первую очередь – продаже информационных товаров других предпринимателей посредством участия в их партнерских программах, и извлечению потрясающих прибылей из данного вида деятельности!

Более того, я покажу Вам, каким образом Вы можете добиться этого результата с минимальным бюджетом, используя поистине удивительную и волшебную мощь такого онлайн-маркетингового инструмента, как мини-сайты.

И я в точности объясню Вам, каким образом я зарабатываю впечатляющие деньги, продавая товары, созданные другими людьми, и не имея ровным счетом никакой необходимости создавать свои собственные! Это на самом деле восхитительный и прибыльный бизнес, к которому Вам стоит присоединиться!

Я постарался сделать материал данного курса как можно более понятным и простым для восприятия даже совершенно неподготовленным в вопросах онлайн-бизнеса человеком. Тем не менее, [имя подписчика], если у Вас возникнут какие-либо вопросы, или Вам что-то будет непонятно, Вы можете в любое время связаться со мной по электронной почте [адрес], либо воспользовавшись формой контакта по адресу [адрес], и я с большим удовольствием Вас проконсультирую.

P.S. Кстати, [имя подписчика], в течение ограниченного времени (пока это предложение еще действует), я хочу сделать исключительно для Вас нечто весьма специальное. Если Вы сегодня сделаете заказ моей электронной книги «Мастерская мини-сайтов», которая поставляется с правами перепродажи на нее, Вы получите лично от меня весьма дорогостоящий бонус совершенно бесплатно. О чем речь? В течение 6 месяцев после покупки Вы сможете обращаться ко мне за полноценными консультациями посредством электронной почты по любым вопросам, которые у Вас возникнут в ходе реализации изложенной в моей книге бизнес-методики.

Как Вам такое предложение? Иными словами, Вы получите в свое распоряжение не только ценные знания, плюс готовый товар, который сможете начать продавать, извлекая из этого прибыль (все необходимые рекламные материалы, включая продающий текст, прилагаются), но также и мою персональную помощь по организации Вашего высокоприбыльного бизнеса на основе продаж данного товара.

Но действовать нужно сейчас, потому что в любой момент лимит покупателей, которых я физически могу позволить себе консультировать, может быть исчерпан. Поэтому, если Вам это интересно – поторопитесь!

[ссылка]

-----  
 Часть 1. Как стать высокооплачиваемым аффилиатом с минимальным бюджетом, используя силу и мощь мини-сайтов  
 -----

Извлечение хорошей прибыли из работы в партнерских программах – вовсе не такое уж трудное и сложное занятие, как Вам может показаться на первый взгляд, и как Вас пытаются уверить многочисленные «специалисты» и «учителя» онлайнового бизнесу.

Согласен, статистика выглядит для новичков партнерского заработка весьма неутешительной – лишь 5 % аффилиатов из общей массы добиваются успеха, остальные же 95 % – терпят полный крах. И, несмотря на всю эту весьма мрачную картину, подобные статистические данные вовсе не говорят о том, что у Вас ничего не выйдет и заработок в партнерских программах – это очень сложная работа. Просто дело в том, что эти 95 % либо ничего не делают вообще, либо делают все, что угодно, но только не то, что на самом деле нужно.

И я Вам это докажу и наглядно покажу, что и как следует делать именно Вам для того, чтобы попасть в число успешных 5 %. Все, что Вам для этого понадобится – это знание одной достаточно простой формулы и постоянное применение ее в своей практике. Сейчас я Вам подробно эту формулу разъясню (кстати говоря, очень советую Вам взять в руки бумагу и ручку для того, чтобы конспектировать наиболее важные моменты!).

Итак...

\*\*\* Почему безуспешные аффилиаты остаются безуспешными и не могут ничего заработать в партнерских программах? \*\*\*

Под данным подзаголовком я хочу перечислить основные ошибки, каждая из которых в отдельности способна начисто лишить Вас каких бы то ни было шансов что-либо заработать в партнерских программах. О том, чем могут обернуться эти ошибки, если они присутствуют в Вашей деятельности все сразу, можно только догадываться. L

Почему же безуспешные аффилиаты остаются безуспешными?

1. Они попросту ничего не делают для того, чтобы продвигать и раскручивать продаваемый ими в рамках партнерской программы



товар... иными словами, не предпринимают ровным счетом ничего для того, чтобы заработать!

Пожалуй, это – самая распространенная и самая ужасная ошибка (не будет преувеличением сказать – глупость!), допускаемая большинством тех бесперспективных 95 %, о которых шла речь чуть выше.

Каким образом это выглядит на практике? Предельно просто. Человек регистрируется в партнерской программе, после чего сидит, сложа руки, не предпринимая совершенно никаких действий, и ждет, что деньги станут появляться на его банковском счете сами собой, только благодаря тому, что он соизволил заполнить регистрационную форму. И тот факт, что такое отношение к бизнесу является, мягко говоря, несерьезным, их ничуть не смущает и не беспокоит. Они пребывают в твердой уверенности, что деньги будут волшебным способом капать им на голову сами по себе.

Откуда берется подобное несерьезное отношение? Главным образом, оно возникает потому, что основная масса партнерских программ не требуют платы за регистрацию в них, то есть являются бесплатными для присоединения. Отсюда мы и имеем это негативное явление: если бы человек заплатил за право присоединиться к партнерской программе, скажем, \$ 1000, он бы отнесся к работе в ней с полной серьезностью. Если же ему эта регистрация ничего не стоит – он считает, что серьезно относиться к тому факту, что он приобщается к отличному бизнесу, нет совершенно никаких оснований.

Поэтому, первое, что я считаю своим долгом довести до Вашего сведения – это необходимость наличия у Вас серьезного отношения к тому, чем Вы собираетесь заниматься. Если Вы станете несерьезно относиться к своей работе, какой бы несложной она на самом деле ни оказалась – Вы никогда ничего не заработаете, и при этом не имеет ровным счетом никакого значения – участвуете ли Вы в партнерских программах, либо продаете свой товар. Результат будет абсолютно одинаков.

Именно по данной причине я допускаю к участию в моей личной партнерской программе только тех, кто приобрел мою электронную книгу, о которой я говорил во введении к сегодняшнему уроку. Ибо эти люди заплатили деньги, соответственно, отношение у них к тому, что они делают, в абсолютном большинстве случаев (пусть и не на 100%) будет гораздо более серьезным.

Кроме того, хочу сразу Вас предостеречь: если Вы собираетесь заняться бизнесом, не имеет значения тот факт, что регистрация в большинстве партнерских программ бесплатна. И неважно, что Вы планируете использовать в своей работе только бесплатные методы. Как бы там ни было, бизнес есть бизнес, и Вам придется рано или поздно залезть в собственный кошелек. Бизнес требует вложений – и с этим фактом Вам придется смириться.

2. Они руководствуются в своей работе дилетантскими и совершенно неправильными (порой – бредовыми) советами и рекомендациями так называемых «учителей» и «специалистов», не имеющих никакого понятия о своей работе, либо читают устаревшие и полные непроверенной информации материалы.

В Сети циркулирует огромное количество мифов, заблуждений и откровенной лжи по поводу онлайн-бизнеса вообще и заработка в партнерских программах – в частности. И два самых больших заблуждения в отношении партнерских программ заключаются в том, что якобы:

- реклама на бесплатных досках объявлений и обмена ссылками приносит отличные результаты;

- размещение собственной партнерской ссылки или баннера на сайте другого предпринимателя за плату обеспечивает отличную прибыль и высокую отдачу.

Все это чушь, мой друг. Не работает ни первое, ни второе. Хотите, чтобы я объяснил почему? Нет проблем.

Когда-то бесплатные доски объявлений действительно работали и приносили результаты. Вы могли разместить на них объявление со ссылкой и получить на свои страницы определенное количество целевого трафика, иной раз даже – платежеспособного. Технически все это можно проделать и сегодня, проблема только в том, что те усилия и время, которые будут Вами затрачены на публикацию этих объявлений, будут в десятки раз превышать стоимость тех результатов, которые Вы можете получить данным способом. Закономерно встает вопрос: зачем Вам нужен такой «бизнес»?

То же самое касается и размещения за плату Вашей партнерской ссылки или баннера на сайте другого предпринимателя. С Вас возьмут за это, как правило, весьма нетривиальную плату, тогда как результаты, которые могут быть обеспечены данным способом, не смогут покрыть даже Ваших затрат на такую «рекламу».

Теперь, наверняка, Вас волнует вопрос о том, а что же все-таки работает, если только что перечисленное – вымысел и весьма устаревшие данные? Я Вам скажу: золотая формула желаемого успеха при заработке в партнерских программах выглядит следующим образом:

1 товар + 1 сайт = солидная прибыль!

Вы не ошиблись. Золотая формула аффилиат-заработка выглядит именно так, и никак иначе. Ее знание и понимание является очень важным фактором, поэтому в данный момент позвольте попросить Вас вот о чем: если даже Вы не сумеете запомнить ничего из настоящего курса – запомните эту формулу! Если Вы ее освоите –

Вам этого хватит с лихвой для того, чтобы обеспечить себе доход своей мечты при помощи работы в партнерских программах.

-----  
5 шагов навстречу неслыханному успеху в деле заработка в партнерских программах  
-----

\*\*\*\* Шаг 1. Создание одностраничного сайта с подписной формой для предоставления аудитории Вашего бесплатного доклада

Перво-наперво: прежде чем Вы приступите к созданию своего мини-сайта, с помощью которого станете продавать те или иные товары или услуги, участвуя в партнерской программе, Вам необходимо выбрать партнерскую программу, в которой Вы станете работать. Итак, если у Вас уже намечена партнерская программа, с которой Вы станете иметь дело (а тем более – если Вы уже в ней работаете) – мои поздравления, можете продолжать свою работу с поправкой на все то, что прочитаете в материалах данного доклада.

Если же Вы партнерскую программу до настоящего времени не выбрали – продолжайте читать, и читайте очень внимательно! J

Выбирая партнерскую программу, товары или услуги в которой Вы станете продвигать при помощи своего первого мини-сайта, Вам нужно найти такую программу, в которой нужно будет предлагать достаточно дорогой товар – не слишком дорогой, но по цене, немного выше среднего уровня цен на подобные товары в Вашей рыночной нише. Почему именно так? Товары с более высокой ценой обеспечат Вам более высокие суммы комиссионных, и таким образом Вы сможете начать получать ощутимую прибыль практически с первых же дней работы. Вы ведь желаете получить результаты максимально быстро, не так ли?

Естественно, эти первые прибыли не будут представлять собой тот тип дохода, который Вам нужен в перспективе – стабильный пассивный доход, его мы получим из других программ, но об этом речь пойдет несколько далее.

Кроме того, выбранная Вами партнерская программа должна предлагать продавать качественный и востребованный товар, в качестве которого Вы должны быть абсолютно уверены. Для этого я крайне рекомендую Вам приобрести данный товар и убедиться в его качестве на собственном опыте. Ибо, предлагая аудитории нечто сомнительное, какие бы прибыли это ни сулило, Вы очень быстро потеряете доверие, на корню загубите свою репутацию и сойдете со сцены еще задолго до того, как начнете двигаться к успеху. Вам это нужно? И, естественно, владельцем партнерской программы должен быть честный и порядочный предприниматель, которому Вы безоговорочно доверяете. Иначе Вы рискуете выполнить работу, которая будет лишена не только перспектив, но и смысла.

Не следует выбирать партнерскую программу, основываясь только на суммах комиссионных, которые она Вам сулит, не обращая внимания на то, что нужно будет продавать и кому продавать. Ибо это – самый быстрый путь к поражению и полному провалу.

Теперь немного поговорим о создании мини-сайта, который понадобится Вам для продвижения выбранного товара в рамках выбранной партнерской программы. Сегодня процесс создания такого сайта является гораздо более простым и легким, чем он был когда-либо ранее. Ибо в настоящее время доступна масса самого различного программного обеспечения, с помощью которого Вы сможете сделать это быстро и на уровне. Кроме того, цены на хостинг и доменные имена в настоящее время несравнимо ниже, чем они были несколько лет назад. А это означает, что и Ваши первоначальные вложения сегодня будут гораздо меньше, чем они могли бы быть ранее.

Плюс ко всему, в настоящее время Вы можете купить достаточно дешевые шаблоны дизайна для своего мини-сайта, если по каким-либо причинам не можете разработать дизайн самостоятельно и не желаете этому учиться. Как видите, стартовые условия для начала Вашей работы сегодня благоприятны как никогда. Так почему бы этим не воспользоваться?

Отличный и недорогой хостинг Вы можете приобрести, например, здесь:

[список адресов провайдеров хостинга и доменных имен]

Программное обеспечение, которое Вам может понадобиться для создания мини-сайта, смотрите здесь (можете выбирать любое – на страницах программ имеются подробнейшие описания, поэтому выбрать именно то, что Вам нужно, не представляет никакой проблемы):

[список адресов страниц с программами]

И, наконец, шаблоны дизайна, Вы можете выбрать тут:

[список адресов сайтов, на которых предлагаются шаблоны, как за плату, так и бесплатно]

Кроме того, я рекомендую Вам заглянуть на следующие страницы, и внимательно их изучить, ибо они представляют собой отличные примеры мини-сайтов того типа, которые Вы будете создавать и с помощью которых станете извлекать прибыль из участия в партнерских программах:

[список Ваших мини-сайтов]

Вот на сегодня и достаточно. Завтра в это же время Вы получите вторую часть моего бесплатного доклада, в которой мы поговорим о [о чем пойдет речь]. Послезавтра я пришлю Вам третью

часть, и так далее, то есть каждый день Вы будете получать по одному уроку нашего с Вами курса обучения.

Если Вы не желаете ждать, и хотите получить всю интересующую Вас информацию немедленно, можете скачать мой доклад в одном файле по следующему адресу: [ссылка].

С наилучшими пожеланиями  
и твердой уверенностью в Вашем успехе,

Ваше Имя,  
адрес@почты  
<http://www.адрес-сайта>

Как видите, в рамках данного письма я, предоставляя подписчику качественную, полезную и бесплатную информацию, одновременно знакоблю подписчика и со своими коммерческими предложениями. Опять же: это – не более чем пример, и ничто Вам не мешает вместо собственных коммерческих предложений анонсировать товары и услуги, которые Вы продаете в рамках участия в партнерской программе. Вы можете вообще не иметь своего сайта, занимаясь только работой с партнерскими программами и рекламируя то, что предлагают продавать их владельцы.

Более того, Вы можете помещать свои партнерские ссылки с рекомендациями продвигаемых товаров и услуг, точно так же как и ссылки на Ваше коммерческое предложение, и в самой статье, содержащейся в том или ином письме. Главное условие здесь – чтобы Ваша рекомендация коммерческого предложения точно соответствовала тому, о чем Вы говорите в данный момент, чтобы она логично вписывалась в контекст статьи и смотрелась бы естественной и полезной рекомендацией в свете излагаемого материала. Выполнить это условие нужно обязательно!

#### **Бесплатный совет от переводчика:**

Очевидно, автор настоящей книги только что затронул несколько очень важных вопросов e-mail-маркетинга. Естественно, поскольку данная книга посвящена не e-mail-маркетингу, а написанию и использованию статей, он сделал это в общих чертах.

Но Вам в обязательном порядке понадобится подробные сведения о том, что такое e-mail-маркетинг, зачем он нужен, как правильно с ним работать и т.п. **Обладая знаниями и практическими навыками e-mail-маркетинга, Вы сможете обеспечивать порядка 8 продаж из 10 возможных, а не 2 – 3, как это обычно бывает.**

Но e-mail-маркетинг – наука достаточно сложная. Полный комплект учебных материалов на данную тему занимает более 1000 страниц печатного текста и находится по адресу:

<http://emailmarketing.bizzon.info>

Поверьте мне: если Вы просто напишете в статью разных партнерских ссылок и другой рекламы, которая не вписывается в контекст, Вы добьетесь только того, что

читатели станут отписываться от Вашего курса (доклада) один за другим. Эта метода просто не работает. Соответствие рекламы тому, о чем Вы говорите в статье – обязательное условие успеха.

Запомните это прочно и четко!

Двигаемся далее. Если Ваш подписчик получил и прочитал всю серию писем целиком, но при этом ничего не заказал и не купил – не стоит расстраиваться. Ибо сейчас я объясню Вам, по какой причине Вы можете столкнуться с трудностями, работая в партнерских программах, а также о том, как эти трудности преодолеть.

Вдумайтесь: помимо Вас точно такой же товар продвигают и сотни других аффилиатов. Коммерческое предложение каждого из них (в том числе и Ваше – пока) как две капли воды похоже на коммерческое предложение всех остальных продавцов данного товара. Закономерно возникает вопрос: по какой причине покупатель должен делать заказ именно у Вас, если он может сделать точно такую же покупку, по точно такой же цене и на всех остальных точно таких же условиях у любого другого продавца?

Отсюда следует один закономерный вывод – для того, чтобы покупали именно у Вас, Вам нужно предоставить потребителю очень вескую причину выбрать именно Ваше предложение из огромной массы всех остальных. Как это сделать?

На самом деле все здесь предельно просто. Вам нужно сделать Ваше коммерческое предложение существенно отличающимся от подобных. Если, покупая тот же самый товар только у Вас, потребитель получит нечто большее, чем у всех остальных продавцов – он именно Вас и выберет, можете не сомневаться (конечно, если он знает о существовании Вашего особого и специального предложения). Тут возникает следующий вопрос – а как сделать свое коммерческое предложение отличным от всех остальных аффилиатов, работающих с тем же самым товаром и в той же самой программе?

На самом деле, здесь также нет ничего сложного. Существует большое количество способов разнообразить свое предложение, один из которых – послепродажная работа с покупателем. Это мой любимый способ и, смею Вас заверить, он является и наиболее эффективным. Ключ к успеху – не только в том, чтобы предлагать покупателю нечто большее при покупке данного товара именно по Вашей ссылке, но и в том, чтобы постоянно превосходить ожидания Ваших покупателей. Если Ваши потребители станут получать гораздо больше, чем они ожидают – они впоследствии станут к Вам постоянно возвращаться, и начнут просто-напросто игнорировать Ваших конкурентов.

**Бесплатный совет от переводчика:**

В дополнение к материалу данной книги рекомендую Вам прослушать мою **47-минутную аудиолекцию «Как сделать бестселлером любой товар на любом рынке!»** и проработать прилагающуюся к ней рабочую тетрадь. В этих материалах я исчерпывающе изложил все вопросы, связанные с разработкой непреодолимых коммерческих предложений, перед которыми не устоит ни один покупатель!

<http://www.berestneff.com/cgi-bin/affiliates/click.cgi?id=peb&page=11>

Каким образом решаю поставленную задачу я?

Работая в партнерских программах, при формулировке своих коммерческих предложений, я делаю упор на то, что, сделав покупку по моей ссылке, человек получит какой-либо очень ценный подарок совершенно бесплатно, но только в том случае, если купит товар именно по моей ссылке. Чаще всего я предлагаю собственные бесплатные консультации – я беру на себя обязательство консультировать покупателей по купленному через мою ссылку товару, отвечать на любые вопросы по данному товару, которые у них могут возникнуть, и эта стратегия превосходно работает!

Более того, я превосхожу их ожидания – помимо обещанных консультаций я предоставляю еще и ряд бонусов (как правило, электронных книг), о которых в коммерческом предложении не было и речи. То есть, купив товар по моей партнерской ссылке, потребитель получает не только нужный ему товар и обещанный бонус, но плюс к этому и дополнительные бонусы, о которых он не знал в момент оформления заказа.

Этот подход работает беспроигрышно. Я получаю в свое распоряжение большое количество благодарнейших покупателей, которые начинают постоянно возвращаться ко мне, и покупать у меня снова и снова. А большое количество постоянно возвращающихся покупателей – залог успеха любого бизнеса, что общеизвестно.

Приведу пример одного письма рекламного характера, с помощью которого я переключаю своих потенциальных клиентов в покупательский режим. Хочу обратить Ваше внимание на то, что я использую его для продажи товара, который продаю самостоятельно, но принцип тот же самый – Вы можете пользоваться этим же подходом как при работе в партнерских программах (я так и делаю), так и во всех остальных случаях.

Пример же, который я хочу привести, используется мной для продвижения продаваемой книги, которую я в свое время купил с правами перепродажи.

Здравствуйтесь, [имя подписчика]!

Я хочу рассказать Вам об одном секрете, который немало взволнует и обрадует Вас.

Как Вам известно, книга под названием «Секреты мощных мини-сайтов» продается мной по трем различным ценам – \$ 22.70, \$ 79.95 и \$ 249.95. Я понимаю, что подобный разброс цен на одну и ту же книгу, вероятно, смущает Вас и сбивает с толку. Чтобы этого не происходило, я сейчас Вам все четко, понятно и конкретно объясню.

По цене в \$ 22.70 Вы получаете книгу «Секреты мощных мини-сайтов» с правами перепродажи, и можете после покупки продавать данную книгу своим посетителям, подписчикам и клиентам по цене в \$ 24.95. Хочу обратить Ваше внимание на то, что в этом случае Вы получаете для продажи копию книги, содержащую мои партнерские ссылки на рекомендуемые в ней товары. Знаете, что это означает? Одну простую вещь – Вы извлекаете прибыль только из продаж данной книги, а комиссионные от продаж покупателям книги рекомендованных в ней товаров получаю я – ведь она содержит мои

партнерские ссылки. Таким образом, я получаю еще и остаточный доход от Вашей работы по продажам данной книги.

Если Вы приобретаете книгу по цене в \$ 79.95, то Вы получаете ее в экземпляре, где мои партнерские ссылки на рекомендованные в книге товары, заменены на Ваши. Иными словами, Вы можете продавать данную книгу своим клиентам, подписчикам и посетителям по цене в \$ 24.95 и плюс к этому – извлекать пассивную прибыль в виде комиссионных за покупки рекомендованных в книге товаров, которые сделают ее читатели, ведь на этот раз в книге будут представлены Ваши партнерские ссылки.

Если Вы покупаете книгу по цене в \$ 249.95, Вы получаете не только саму книгу с размещенными в ней Вашими партнерскими ссылками на рекомендуемые в книге товары, но еще и получаете возможность продавать права изменения партнерских ссылок Вашим покупателям. То есть, Вы сможете предложить им не только книгу с Вашими ссылками по цене в \$ 24.95, но также и книгу с их партнерскими ссылками на рекомендуемые товары, плюс к этому можете продавать им права изменения партнерских ссылок, которые они также смогут перепродавать в дальнейшем.

Таким образом, приобретая мою книгу по цене \$ 249.95, Вы сможете извлекать из продажи данной книги целых три вида дохода:

- прибыль от продаж самой книги;
- прибыль от покупок клиентами рекомендованных в книге товаров по Вашим партнерским ссылкам, которые в ней размещены;
- прибыль от продажи прав изменения имеющихся в книге партнерских ссылок (этот доход исчисляется суммой в \$ 249.95 за одну продажу, и он будет полностью Вашим!).

Как Вам такая перспектива? Но это еще далеко не все...

Самое замечательное заключается в том, что в течение ограниченного времени я хочу предложить Вам данную книгу с правами продажи прав изменения партнерских ссылок (то есть тот комплект, который обычно стоит у меня \$ 249.95) всего лишь за \$ 150. Вы не ослышались – в течение короткого времени я хочу предоставить Вам скидку в размере \$ 100, но и это еще не все! Плюс к этому, если Вы сделаете заказ сейчас, то получите не только скидку в \$ 100, но также и очень ценный и эксклюзивный бонус – мои бесплатные консультации в течение месяца по всем вопросам, которые у Вас только смогут возникнуть относительно работы с продажей данной книги и прав на нее.

Обычная цена подобных месячных консультаций составляет \$ 147.

Суммируем все сказанное. Итак, в течение очень ограниченного периода времени Вы можете получить в Ваше полное распоряжение целый собственный информационный бизнес по цене, на \$ 100 ниже обычной цены, плюс к этому и мои бесплатные



консультации в течение месяца по электронной почте, которые традиционно стоят \$ 147.

Если Вы желаете все это получить, Вам нужно действовать сейчас, ибо, сами понимаете, подобное предложение по самой своей природе не может быть долгосрочным. Если честно, то я не понимаю, чего Вы ждете и о чем думаете. Повторения подобного предложения в обозримом будущем не ожидается, поэтому имейте в виду: сегодня Вам предоставляется уникальная и неповторимая возможность! Так пользуйтесь же моментом!

Воспользоваться моим специальным уникальным предложением можно, щелкнув по этой ссылке: [ссылка]

Самое замечательное состоит в том, что данная книга продается как горячие пирожки в месте скопления голодных толп, но для достижения такого результата Вам будет полезно знать определенную тактику, которая позволит Вам обеспечить максимальный результат и максимальную прибыль. Так вот, если Вы сегодня же закажете мою книгу по указанной ссылке, в добавление ко всем остальным бонусам, я поделюсь с Вами этой своей секретной тактикой, причем совершенно бесплатно!

Более того, я поделюсь с Вами еще одним очень ценным секретом, раскрыв который, Вы сможете в течение короткого времени наработать огромный подписной лист, представители которого будут специально «подогреты» и подготовлены для покупки данной книги. Таким образом, Вы сможете в течение короткого времени добиться получения максимальной прибыли от продажи данной книги, с минимальными затратами сил и времени, и не прибегая ни к каким сомнительным и незаконным методам. Я раскрою Вам все эти секреты сегодня же и совершенно бесплатно, если Вы воспользуетесь данной ссылкой и сделаете заказ прямо сейчас:

[ссылка]

Если у Вас какие-либо вопросы относительно моей книги «Секреты мощных мини-сайтов», Вы можете получить ответы на них по указанной выше ссылке. Если же Вы не найдете там ответа на какой-либо из своих вопросов – можете написать мне письмо по адресу: адрес@почты – это мой личный почтовый ящик, причем письмо, отправленное в ответ на то, которое Вы сейчас читаете, будет пользоваться приоритетом перед всеми остальными письмами.

С пожеланиями неподражаемых успехов и великих прибылей,

Ваше имя,

<http://адрес-сайта>

P.S. Если, прочитав все, что написано выше, Вы так и не сделали заказ и не воспользовались моим специальным уникальным коммерческим предложением, у меня будет к Вам большая просьба. Пожалуйста, напишите мне по адресу адрес@почты и объясните, что

Вам помешало сделать покупку, что Вас остановило и т.п. Это очень важно для меня, ибо поможет мне сделать условия данной сделки еще лучше и выгоднее для каждого покупателя.

Спасибо!

Данное письмо принесло мне просто обескураживающе-высокий процент отклика. Оно отправлялось моим автоответчиком каждому подписчику спустя два дня после того, как последний получал полную серию писем. После того, как я зарядил в автоответчик данное письмо в дополнение к имеющейся там серии, продажи указанной книги подскочили настолько, что я был вынужден аннулировать это специальное предложение, ибо не имел физической возможности оказывать консультации такому огромному числу покупателей одновременно.

Благодаря чему данное письмо оказалось настолько эффективным? Причин на самом деле множество, но главная заключается в дифференциации моего коммерческого предложения – я сделал его практически непреодолимым для потенциальных клиентов с помощью скидки в \$ 100 и одновременного предоставления бесплатных консультаций по электронной почте. А ведь это – только один вариант, на самом деле вариантов, с помощью которых можно добиться формирования непреодолимых коммерческих предложений – бесчисленное множество.

Безусловно, данное письмо – это вовсе не последний «сеанс связи» с Вашими потенциальными клиентами, и не последняя попытка склонить их к покупательскому решению. Даже если потенциальный клиент не сделал заказ после получения этого заключительного письма – не стоит отчаиваться. Необходимо помнить, что это – лишь первая из трех партнерских программ, товары которых Вы ему предлагаете. Весьма вероятно, что в случае с другими партнерскими программами они, наконец то сделают заказ. И уж, конечно, не стоит давить на подписчиков и в открытую навязывать им покупку. Даже если Вам и удастся добиться совершения продажи, можете быть уверены, что с покупателем Вы распрощаетесь. А это – вовсе не то, что Вам нужно. Вам необходимы постоянные клиенты, которые будут к Вам возвращаться и покупать у Вас снова и снова.

Кстати говоря, это – одна из причин, по которым мы выбрали для работы не одну, а три партнерских программы. Вместо того, чтобы постоянно предлагать потенциальным клиентам один и тот же товар, давая на них снова и снова, гораздо целесообразнее предложить им что-нибудь еще, что-нибудь новенькое. В этой ситуации нам помогут две другие партнерские программы с их коммерческими предложениями. И именно сейчас нам больше всех остальных вариантов для работы подходит партнерская программа, в рамках которой мы можем обеспечить себе постоянный пассивный доход. Лучше всего это делать с помощью партнерских программ сайтов с платным членством, либо сервисов, за пользование которыми приведенный нами клиент будет платить постоянно, скажем, на ежемесячной основе и в течение длительного времени.

Каким образом мы действуем в данной ситуации? Точно так же, как и в предыдущей – пишем новую серию писем для почтовых автоответчиков, назовите их докладом или обучающим курсом – как угодно. Но при этом обращаю Ваше внимание на следующую тонкость: в данной ситуации у Вас уже есть подписной лист, который мы наработали в ходе выполнения предыдущего шага. Таким образом, на данном этапе все будет гораздо проще.

Еще одна важная тонкость, в которую Вы должны вникнуть на первом этапе. Как только подписчик совершает покупку по Вашей партнерской ссылке (либо покупку Вашего товара, если вдруг Вы не работаете в партнерских программах – для всех остальных случаев этот принцип также справедлив), его следует убрать из списка потенциальных клиентов и перенести в Ваш личный список покупателей. Список покупателей – самый важный актив любого онлайн-бизнесмена, я рискну утверждать, что список покупателей – вещь раз в 10 более важная, чем даже подписной лист. Почему? Ответ прост.

Те, кто числятся в Вашем списке покупателей – это люди, уже потратившие деньги на то, чтобы купить что-либо у Вас (неважно – Ваш товар или товар другого бизнесмена по Вашей партнерской ссылке). И именно эти люди как никто другой склонны совершить у Вас покупку еще раз. Лист Ваших покупателей – это лист с самым высоким откликом, который только может быть в Вашем распоряжении!

Хочу заострить Ваше внимание еще и на таком важном моменте. Наверняка этот вопрос у Вас уже созрел, особенно в том случае, если Вы уже имеете хотя бы какой-нибудь опыт работы в партнерских программах. А заключается он в следующем: в абсолютном большинстве случаев, работая в партнерской программе, Вы не будете иметь возможность наблюдать адрес электронной почты, а также иные данные покупателя, оформившего заказ по Вашей партнерской ссылке, во многом это обусловлено политикой приватности. Вы сумеете наблюдать лишь общую статистику – количество переходов, оформленных и оплаченных заказов, суммы обеспеченных сделок, а также процент и сумму комиссионного вознаграждения. На этом предоставляемая Вам информация, как правило, исчерпывается.

Но ведь мы говорим о предоставлении специальных бонусов, получаемых лично от нас покупателями, оформившими заказ по нашей партнерской ссылке, не предусмотренных партнерской программой, но с другой стороны, у нас нет персональных данных приведенных нами покупателей, которые необходимы для передачи этим покупателям обещанных нами специальных бонусов. Так как же нам быть в этой ситуации?

Выход у нас здесь может быть только один – придется договариваться с владельцами партнерских программ о том, чтобы они предоставляли Вам адрес электронной почты тех покупателей, которые сделали заказ по Вашей партнерской ссылке. К счастью, с абсолютным большинством владельцев партнерских программ никаких проблем в этом отношении не возникает – ведь им выгодно, чтобы Вы стимулировали продажи их товаров. Главное здесь – объяснить, для чего именно Вам нужны эти адреса. К тому же, если владелец партнерской программы опасается за приватность – пусть он спросит у самого покупателя – желает ли тот получить от Вас причитающийся ему подарок и предоставить для этой цели Вам свой адрес электронной почты? Ответ на этот вопрос со стороны покупателя совершенно очевиден.

Еще раз подчеркну – не забывайте перемещать адреса покупателей из списка потенциальных клиентов в список клиентов действительных, как только будете получать эти адреса от владельцев партнерской программы с информацией об оплате. Это очень важный момент, помните о нем! Почему он очень важен, мы уже говорили ранее, и если Вы этого не помните – вернитесь к тому моменту, где об этом шла речь, и внимательно перечитайте материал.

Давайте теперь посмотрим, каким образом мы можем расширить работу со списком наших покупателей для повышения ее прибыльности. Для этих целей нам понадобится совершенно особенная серия писем, и сейчас я наглядно и подробно покажу Вам, зачем она нужна и каково должно быть примерное содержание этих писем.

Итак, рассмотрим последовательность, содержание и сроки доставки таких писем.

Первое письмо серии Вам следует отправить покупателю немедленно, как только Вы получили от владельца партнерской программы информацию о том, что владелец данного адреса электронной почты сделал заказ по Вашей партнерской ссылке и оплатил его. В этом письме Вы благодарите клиента за совершенную покупку, выражаете ему свои наилучшие пожелания, а также подробно и четко объясняете, каким образом он может получить причитающиеся ему бонусы и указываете свои контактные данные, с помощью которых клиент сможет в любое время связаться с Вами, если у него вдруг возникнут какие-то трудности с получением бонусов. Это письмо представляет собой выполнение Ваших обязательств перед клиентом, заявленных ему в Вашем коммерческом предложении.

Несколько дней спустя Вы отправляете клиенту второе письмо, в котором спрашиваете его о том, все ли у него в порядке с получением бонусов, о которых Вы говорили в первом письме, а также предлагаете ему совершенно бесплатно еще один какой-либо ценный бонус, о котором ни в коммерческом предложении, ни в связанных с ним материалах ничего не говорилось. Итак, здесь необходимо соблюсти два важных условия: во-первых, бонус должен быть очень ценным, во-вторых, он обязан быть неожиданным. Только при соблюдении этих важных предпосылок, Вы получите нужный результат.

О каком результате идет речь, и для чего все это делается?

Данное письмо в нашей специальной серии писем выполняет две очень важных задачи. Во-первых, оно выступает в роли очень мощного инструмента формирования клиентской лояльности по отношению к Вам (преподнесение неожиданного ценного подарка существенно повысит Вашу репутацию в глазах клиента), а во-вторых, является переходным звеном к следующей стадии работы с этим же клиентом. Ибо, еще раз повторяю: после того, как человек сделал покупку по нашей ссылке, мы ни в коем случае не должны упускать его из сферы своего внимания. Нам нужны не одноразовые, а повторяющиеся продажи, для этого вся указанная серия писем и затевается. Но перед тем, как предлагать клиенту купить что-то еще, необходимо заручиться его уважением, симпатией и доверием.

#### **Бесплатный совет от переводчика:**

Очевидно, автор настоящей книги только что затронул несколько очень важных вопросов e-mail-маркетинга. Естественно, поскольку данная книга посвящена не e-mail-маркетингу, а написанию и использованию статей, он сделал это в общих чертах.

Но Вам в обязательном порядке понадобится подробные сведения о том, что такое e-mail-маркетинг, зачем он нужен, как правильно с ним работать и т.п. Обладая знаниями и практическими

навыками e-mail-маркетинга, Вы сможете обеспечивать порядка 8 продаж из 10 возможных, а не 2 – 3, как это обычно бывает.

Но e-mail-маркетинг – наука достаточно сложная. Полный комплект материалов на данную тему занимает более 1000 страниц печатного текста и находится по адресу:

<http://emailmarketing.bizzon.info>

Для этого мы и предлагаем ему неожиданный и ценный подарок. Эта методика работает безотказно! Я и сам регулярно покупаю разные информационные товары и получаю неожиданные подарки, и мне такое отношение к своей персоне безумно нравится! Рискну предположить, что 99.9 % покупателей предлагаемых нами товаров отнесутся к такому жесту точно так же. А раз людям это нравится – почему бы не сделать для них то, что придется им по душе? Ведь они – самые лучшие представители нашей целевой аудитории! Они наши клиенты, покупатели наших товаров, поэтому достойны того, чтобы получать от нас только лучшее и притом – как можно больше!

Примерно семь дней спустя после отправки первого письма, Вы отправляете покупателю письмо № 3, в котором должно содержаться коммерческое предложение дополнительного товара или услуги. Но и здесь имеются определенные тонкости: коммерческое предложение должно быть выгодным для получателя Вашего письма. Судите сами: он – Ваш покупатель, а раз так, значит, он достоин особого отношения, в том числе – получения коммерческого предложения на более выгодных условиях, чем те, которые предлагаются всем остальным, не являющимся покупателями. Таким образом, мало просто «подсунуть» ему рекомендацию очередного товара. Необходимо поработать над тем, чтобы коммерческое предложение было специальным, эксклюзивным, личным и очень выгодным.

Как это сделать? Все зависит от того, что Вы продали этому человеку в первый раз и что собираетесь предложить во второй. Если рассматривать ту схему, о которой мы сейчас говорим, то продажа первого товара состоялась в рамках нашего участия в партнерской программе, от которой мы получаем комиссионные за обеспечение одноразовых продаж. Соответственно, вторым товаром, как мы уже говорили, должна быть подписка на сайте с платным членством (для обеспечения долгосрочного и стабильного пассивного дохода). Каким образом обеспечить нашему покупателю более выгодные условия такого коммерческого предложения?

Мы можем действовать одним из двух способов:

- точно так же, как и в первом случае, гарантировать покупателю дополнительные бонусы от себя лично;
- договориться с владельцем партнерской программы о предоставлении скидки нашим покупателям (допустим, предоставление им членства на данном подписном сайте по более низкой цене, чем обычная), можно даже в счет наших же комиссионных –

а можем сделать одновременно и первое, и второе, что будет даже лучше. Опять же: не стоит беспокоиться о том, что с владельцем партнерской программы не удастся договориться. Некоторые из них, конечно, откажут Вам в этом, но в абсолютном своем большинстве успешные предприниматели – разумные люди, и они прекрасно понимают, что уступки на первых порах в оплате членства на подписном сайте обязательно окупятся

в самом ближайшем будущем. Плюс к этому, если Вы согласитесь обеспечить такую скидку за счет вычета ее суммы из Ваших комиссионных – владелец программы более чем вероятно с радостью пойдет на встречу, ведь возникший от скидки убыток Вы берете в этом случае на себя.

Вам же совершенно не следует бояться такого убытка, ибо потери у Вас будут наблюдаться только один раз. В дальнейшем, когда покупатель станет продлевать подписку на сайте, он будет оплачивать ее в полном объеме, а Вы – в полном объеме получать свои комиссионные. Иными словами, стоит потерять в первый месяц \$ 10 – 15 своей прибыли, чтобы в течение десятков последующих месяцев, ничего не делая, получать комиссионные в размере \$ 25 – 30. Цифры, конечно, условны, но, думаю, основная идея, которую я старался Вам на них продемонстрировать, ясна.

Но у нас в арсенале, как Вы помните, припасена еще одна партнерская программа, в рамках которой мы собираемся продавать весьма дорогой товар – что же делать с ней? Настало время поговорить и об этом.

Спустя примерно семь дней после того, как Вы отправили Вашему покупателю письмо № 3 рассматриваемой серии писем, Вы отправляете ему еще одно письмо, в рамках которого предлагаете приобрести как раз этот самый дорогой товар. Если Вы ответственно отнесетесь к данному шагу и как следует поработаете снова над созданием очередного непреодолимого коммерческого предложения, смею Вас заверить, что данный шаг принесет Вам во много раз больше прибыли, чем вся наша предыдущая работа.

Арифметика снова предельно проста. Продать дорогой товар в Сети, не обладая списком лояльных подписчиков и не имея списка довольных Вами покупателей, невообразимо трудно. В этой ситуации можно торговать лишь достаточно дешевыми товарами, но в этом случае получаемая Вами в виде комиссионных прибыль вряд ли будет способна удовлетворить Ваши потребности и аппетиты. Но вот когда Вы наработали и собственный подписной лист, и список довольных покупателей, работа с этими списками в направлении продажи дорогих товаров может стать переломной точкой всего Вашего бизнеса и обеспечить Вам такие дивиденды, о которых Вы и не помышляли.

Информационный бизнес – поистине самый лучший вид бизнеса, который только можно придумать. Я не перестаю поражаться тому, какие передо мной открываются возможности, стоит лишь придумать какую-нибудь новую комбинацию эффективных способов продажи того или иного товара. А когда у Вас появляется новый товар и имеются отработанные каналы для его реализации – Ваша прибыль вряд ли вообще будет знать что такое предел. Кроме того – одновременно общаться с большим количеством хороших людей и постоянно заводить новые долговременные, крепкие и ценные знакомства – тоже далеко не последняя выгода онлайн-информационного бизнеса!

Еще один очень важный момент – Вам ни в коем случае нельзя терять контакта с подписчиками, а тем более – с покупателями! Как минимум раз в месяц (в крайнем случае – раз в два месяца) Вы должны преподносить им ценные бесплатные подарки для поддержания и укрепления лояльности, а также выходить к ним с новыми коммерческими предложениями для обеспечения постоянных потоков прибыли.

Для того чтобы Ваша прибыль оставалась неиссякаемой, Вам следует на постоянной основе (скажем, раз в месяц) создавать новые бесплатные доклады и раздавать своим подписчикам и клиентам. Естественно, эти публикации, точно так же, как и остальные, обязаны нести Вашей аудитории практически-полезную, ценную и бесплатную

информацию, иначе их существование попросту лишается всякого смысла. Вместе с такой информацией, в данных докладах должна содержаться реклама Вашего бесплатного доклада (курса обучения), продвигающего товар, продаваемый Вами в рамках партнерской программы № 1.

Для чего это нужно?

Ответ прост – действуя таким образом, Вы добьетесь того, что на Ваш доклад, рекламирующий товар партнерской программы № 1, будут подписываться толпы все новых и новых потенциальных клиентов, которые затем станут проходить все только что рассмотренные стадии – от покупки товара партнерской программы № 1, до покупки дорогого товара партнерской программы № 3. С течением времени при Вашем ответственном отношении к работе количество публикаций, предлагающих первый бесплатный доклад, будет постоянно расти, а значит – станет неуклонно расти и число тех, кто попадет в поле действия Вашей схемы по продажам товаров во всех трех партнерских программах. Излишне говорить о том, в каких пропорциях начнет при данном алгоритме расти Ваша прибыль.

Просто сделайте это! И результаты Вас на самом деле шокируют!

## **Реклама Вашего бесплатного доклада, с помощью которого происходит обеспечение продаж товара в рамках партнерской программы № 1**

Рассмотрев схему работы целиком, я вынужден заострить внимание на данном пункте отдельно. Несмотря на то, что успешно сделать этот первый шаг на пути к потрясающим прибылям достаточно просто, абсолютное большинство новичков в области работы с партнерскими программами проваливаются именно на этом шаге. А если первый шаг провален – все остальное лишено смысла. Поэтому я просто вынужден поговорить об этом более подробно.

Как я уже рассказывал, создание бесплатного доклада (курса обучения) для продвижения с его помощью товаров в рамках партнерских программ – дело несложное. Эту фразу большинство новоиспеченных бизнесменов понимают превратно. Ничего сложного в этом нет – это верно, но это вовсе не означает, что достаточно щелкнуть пальцами, и доклад сам собой появится перед Вами, материализовавшись из воздуха. Какой простой и несложной ни была бы эта работа, сделать ее все-таки придется.

И первое, что Вам следует понять в данной связи – это тот простой факт, что создать эффективный и бесподобный бесплатный доклад для указанных целей – гораздо сложнее, чем выполнять всю необходимую работу по его успешной раскрутке. Но это означает и еще кое-что: как только Вы написали такой доклад (что на самом деле несложно) – можете считать, что все трудности позади. Самое тяжелое Вы уже сделали, вся остальная работа будет гораздо более легкой.

Итак, каким же образом следует правильно раскручивать и рекламировать Ваш первый бесплатный доклад (курс обучения), который дает начальный толчок всему нашему механизму и является отправным пунктом запуска машины онлайн-прибыли?

На самом деле существует достаточно много способов работы в этом направлении. Первое, что Вам следует сделать – это составить список качественных форумов и бесплатных почтовых рассылок, тематика которых соответствует Вашей и в которых Вы могли бы принимать участие и размещать свои статьи. Каким бы банальным и простым ни казалось использование файлов подписи для раскрутки собственных ресурсов – они были, есть и будут отличным средством рекламы и раскрутки, и они на самом деле работают!

Вторым Вашим шагом должно стать составление списка издателей тематических почтовых рассылок, посвященных тем же вопросам, что и товары, продажей которых Вы собираетесь заняться или уже занимаетесь. Имея под рукой данный список, Вы существенно упростите себе работу по решению задачи публикации Ваших новых статей в как можно большем количестве бесплатных онлайн-источников.

Участие в дискуссиях на тематических форумах и публикация Ваших статей в рассылках других издателей, бесспорно, принесут Вам большое количество целевого трафика, новых подписчиков и потенциальных клиентов. Но вместе с тем, не следует заикливаться исключительно на этих двух способах – Ваш маркетинговый арсенал должен быть гораздо обширнее. В частности, не следует забывать о таком методе, как перекрестная подписка – когда Вы договариваетесь с другими предпринимателями о том, чтобы каждый из партнеров рекомендовал своим вновь прибывшим подписчикам подписаться и на рассылки партнеров. Делается это как при помощи размещения формы подписки с приглашением на благодарственной странице, демонстрируемой посетителю после оформления подписки, так и путем размещения рекомендаций в письмах, получаемых в результате успешного подтверждения подписки. Естественно, перекрестная подписка вряд ли переплюнет по результатам два отмеченных выше способа, но при ее правильном и продуманном применении, она внесет очень существенный вклад в формировании Ваших подписных листов.

Размещение платной рекламы в почтовых рассылках также является достаточно эффективным способом обеспечения новых потоков потенциальных клиентов, посетителей и подписчиков, но реализация данной тактики сопряжена с рядом трудностей. Первой трудностью некоторые считают тот факт, что в этот способ необходимо вкладывать деньги, но это далеко не самое сложное.

Гораздо больше проблем Вы испытаете в поиске действительно качественных и эффективных рассылок, которые принесут Вам желаемую отдачу. Кроме того, написать эффективное рекламное объявление для почтовой рассылки – также задача далеко не из простых. Если для Вас эти проблемы не являются проблемами – тогда Вы можете смело прибегать к данной методике. Но я могу дать голову на отсечение, что Вы испытаете немало провалов и неудач на этом пути прежде чем добьетесь на самом деле впечатляющих результатов. Это, естественно, не означает, что данный метод нужно исключить из Вашего арсенала. Просто я считаю должным предупредить Вас о возможности подобного развития событий, чтобы Вы не падали духом раньше времени. Но даже отрицательный опыт – это очень ценный багаж любого бизнесмена, поэтому определенная его порция Вам также не повредит, а заодно послужит и своеобразной проверкой на прочность.

Очень важный момент – на протяжении выполнения всех указанной работы Вы должны четко видеть перед собой главную ее цель и понимать, для чего Вы все это делаете. Очевидно, главной целью на этапе рекламы Вашего бесплатного доклада, продвигающего товар в рамках партнерской программы № 1, является привлечение подписчиков в данную серию писем. Отсюда следует очень важный вывод – размещать



рекламу и искать подписчиков следует во всех источниках, где скапливаются в большом количестве пользователи Сети, которые могут быть заинтересованы в информации, которую несет Ваш бесплатный доклад.

Поскольку на данном этапе Вашей целью является обеспечение подписки, а не закрытие сделки, Вы можете позволить себе несколько меньшую скрупулезность в отборе строго высокоцелевого трафика. Но это не означает, что следует «тащить» в свой подписной лист всех, кто попадется Вам под руку – это еще большая глупость, чем отсечение подписчиков на данной стадии только потому, что они показались Вам «недостаточно нужными».

Достаточно эффективным способом является размещение в рассылках коротеньких текстовых рекламных блоков, к тому же данный вид рекламы является весьма недорогим. При необходимости Вы можете покупать рекламные места оптом, если позволяет Ваш бюджет, а затем осуществлять долгосрочные рекламные кампании, если это будет целесообразно.

Но вот что касается написания качественного и эффективного коротенького текстового рекламного блока для помещения его в рассылку – здесь все далеко не так просто, как может показаться на первый взгляд. Создание эффективно работающего объявления данного типа можно смело назвать настоящим искусством. По этому вопросу написано достаточно много книг и других публикаций, из которых, признаться, весьма редкое издание представляет собой какую-либо ценность.

Исходя из собственного опыта, я разработал достаточно мощную формулу, которой пользуюсь сам для написания текстовых рекламных блоков для помещения их в почтовые рассылки. Она приносит мне отличные результаты, поэтому я больше чем уверен, что Вам будет весьма полезно ее освоить. В чем же она заключается? Для ее понимания и применения Вам нужно знать, из каких элементов складывается эффективное рекламное объявление, и каким требованиям эти элементы должны соответствовать.

Рассмотрим их по порядку.

### **1. Привлекающий внимание заголовок.**

*«Бесплатный доклад (отчет) о том, как...»*

*«Раскрытые секреты того, как...»*

*«Как сделать так, чтобы...»*

Естественно, примеры утрированы, но основная мысль Вам должна быть ясна. Ваш заголовок должен быстро привлекать внимание потенциального клиента и вызывать у него устойчивый интерес, достаточный для того, чтобы потребитель немедленно прочел то, что написано далее в Вашем объявлении.

### **2. Обещание потребителю.**

*«Заработайте \$ 1200 меньше, чем за две недели!»*

Естественно, Ваше обещание должно точно соответствовать тому, что получит потребитель, прочитав Ваш бесплатный доклад. Вам ни в коем случае не следует обманывать Вашего потенциального клиента, ибо, действуя обманным способом, Вы

очень быстро разрушите собственную репутацию, а вместе с ней – и весь Ваш бизнес. Причем этот запрет на ложь касается не только Вашего обещания в рекламном объявлении, но и всей Вашей деятельности вообще. Твердо усвойте это правило и никогда от него не отступайте!

### **3. Призыв к действию.**

Причем, Вы должны не только побудить потенциального клиента выполнить нужное действие немедленно. Этого, безусловно, недостаточно для того, чтобы Ваше рекламное объявление было эффективным. Плюс ко всему, Вы должны точно и четко объяснить потенциальному клиенту, что и как именно он должен делать для того, чтобы получить обещанный ему результат.

В свете рассмотренных пунктов эффективное гипотетическое рекламное объявление может выглядеть так (опять же – это не шаблон и не эталон – это всего лишь пример!):

***БЕСПЛАТНЫЙ ДОКЛАД:** «Раскрыты секреты огромного заработка в партнерских программах!»*

*Заработайте \$ 1200 менее, чем за две недели, одновременно обеспечив себе стабильный остаточный доход на долгие годы! Получите подробную информацию прямо сейчас, отправив пустое письмо по адресу: [адрес@почты!](mailto:адрес@почты!)*

Схема работы с платной рекламой в тематических почтовых рассылках выглядит следующим образом.

**Шаг первый** – отберите самые качественные и эффективные почтовые рассылки, в которых будете помещать рекламу.

**Шаг второй** – составьте хорошее рекламное объявление для размещения в выбранных почтовых рассылках.

**Шаг третий** – оплатите стоимость рекламы и в течение некоторого периода времени продолжайте публиковать свое рекламное объявление в выбранных рассылках.

**Шаг четвертый** – как только Вы увидите, что активная подписка через Ваше рекламное объявление, публикуемой в данных рассылках, прекратилась или резко пошла на спад – это означает, что аудитория данных рассылок «выжата» Вами практически полностью. Пора переходить к работе с другим типом рекламных объявлений для почтовых рассылок.

Следующий тип называется «спонсорской рекламой». Рекламные материалы этого типа представляют собой, как правило, несколько текстовых абзацев, содержащих рекламу того, что Вы рекламируете, и в отличие от коротеньких текстовых рекламных блоков, предоставляют подписчикам гораздо более подробную информацию о том, что Вы предлагаете. В выпуске рассылки, как правило, могут публиковаться 2 – 3 объявления подобного вида (принадлежащих, главным образом, разным рекламодателям).

Несмотря на то, что цена на размещение «спонсорской рекламы» гораздо более высока, чем на включение Вашего текстового рекламного блока, она способна принести и гораздо более впечатляющие результаты, которые с лихвой окупят Ваши вложения. В то же время, размещение «спонсорских объявлений» обойдется Вам гораздо дешевле, чем «заказные выпуски» - когда весь выпуск рассылки не содержит ничего, кроме Ваших полноценных рекламных материалов.

Конечно, «заказные выпуски» - пожалуй, самый эффективный из всех способов размещения рекламы в рассылках, но здесь есть маленькая тонкость. Прежде чем тратить достаточно внушительные деньги на покупку «заказных выпусков», Вам следует вначале приобрести в ней текстовые блоки и «спонсорские объявления» для того, чтобы посмотреть, принесет ли рассылка отдачу вообще, и стоит ли тратить деньги на покупку в ней «заказных выпусков». Ибо зачастую оценить качество того или иного подписного листа можно только практическим путем. Поэтому вряд ли будет целесообразным сразу выкладывать деньги за самый дорогой вид рекламы. Вначале протестируйте подписной лист на основе использования более дешевых вариантов – это уберезет Вас от излишних и необоснованных трат, причем не только денег, но также и сил, и времени, и нервов.

Не давайте обмануть себя и сбить с толку различными цифрами и вычислениями, которыми Вас, как правило, засыплет издатель рассылки – ведь ему выгодно, чтобы Вы платили ему за размещение рекламы в его издании. Кроме того, не забывайте принимать во внимание разнообразные факторы, которые могут оказать влияние на результаты Вашей рекламной кампании, и не отклоняйтесь от схемы работы с тремя партнерскими программами, которую мы рассмотрели выше. Предпримите практический тест, тщательно проанализируйте его результаты, а затем делайте выводы.

Поделюсь собственным опытом. Когда я только начинал свой бизнес, я выкупил в одной из рассылок «заказной выпуск», с помощью которого пытался обеспечить продажу товара, которым торговал, напрямую. То есть, целью моей рекламы было не обеспечить себе подписчиков для моей серии писем, а сразу же продать товар. Но это сейчас для нас на самом деле не важно. Важно другое – какие я получил результаты, и что из этого следует.

Итак, я провел исследование рынка рекламы в тематических почтовых рассылках, и отыскал одного издателя, чей подписной лист насчитывал 12 000 человек и характеризовался среднестатистическим откликом на коммерческие предложения, размещаемые в «заказных письмах» в 1 %. Иными словами, если я выкупаю «заказной выпуск» и помещаю в него свою рекламу, ожидаемое количество продаж составляет 120. Учитывая, что с каждой продажи я получал комиссионные в размере \$ 20 (я продавал данный товар, участвуя в партнерской программе), валовая прибыль от «заказного письма» должна была составить \$ 2400. Неплохо, верно? У Я тоже так думал.

Сколько же составила реальная валовая прибыль от той рекламной кампании? Возьмитесь покрепче за стул, прежде чем я назову Вам реальную цифру. Взялись? Отлично, а теперь слушайте. \$ 20! Вы не ослышались - \$ 20! Я был, мягко говоря, в шоке. Почему такое могло произойти?!

Впоследствии причины подобного исхода стали мне известны. Их было на самом деле весьма немало, но среди самых главных я бы выделил следующие:

- я пытался обеспечить продажи напрямую вместо того, чтобы обеспечить себе подписчиков на бесплатный доклад и обрабатывать их по рассмотренной выше схеме с тремя партнерскими программами;

- тот товар, который я рекламировал, незадолго перед выходом моего «заказного письма», уже был анонсирован в данной рассылке как минимум 10 раз другими аффилиатами той же партнерской программы, о чем меня в известность, естественно, никто не поставил;

— у меня не было механизма получения адресов электронной почты заинтересованных потенциальных клиентов, а также механизма дальнейшей работы с этими людьми.

Но все это выяснилось впоследствии, а на тот момент, потратив немалую сумму денег для покупки «заказного письма» и получив такой безобразный результат, я практически впал в отчаяние, наступило разочарование всем этим онлайн-бизнесом и, честно говоря, у меня просто опустились руки. Естественно, никакого желания продолжать дальнейшую работу в области INTERNET-предпринимательства у меня не осталось.

Но знаете, что оказалось самым важным в той ситуации? То, что это состояние длилось у меня ровно 4 часа. Спустя 4 часа после того, как я осознал свой провал и свое поражение, в моей душе произошел резкий перелом. Я решил разобраться в причинах своего краха, ко мне вернулась уверенность в том, что онлайн-бизнес – дело на самом деле очень прибыльное, а причина моего поражения заключается в том, что я попросту сделал что-то в своей работе неправильно, причем весьма неправильно.

Но почему? Ведь я поступил в точности так, как было предписано в рекомендациях владельца партнерской программы. Я сделал все, как меня учили, но потерпел провал. Я перечитал все то, что на сайте партнерской программы называлось громкими словами «учебные материалы» и не нашел ни одного несоответствия тому, что я сделал. С тех пор я принял твердое решение – поменьше слушать то, что мне говорят владельцы партнерских программ (хотя из этого правила существует немало исключений, некоторые бизнесмены учат своих аффилиатов весьма дельным вещам) и побольше думать своей головой.

И это решение – думать своей головой – изменило всю картину моей предпринимательской деятельности. «В конце-концов, - подумал я, - Это мой бизнес, а не Ваш, пусть я и участвую в Вашей партнерской программе! Следовательно, мне и решать, как и что делать, и мне же отвечать за все свои решения!» Проводя тесты и пробуя все на практике, а так же черпая бесценные сведения из полезных и качественных обучающих информационных товаров, я быстро выправил ситуацию и начал делать заметные шаги к успеху. С тех пор я не испытываю каких-либо проблем в обеспечении прибыли из партнерских программ, а на страницах данной книги и Вас учу, как это следует правильно делать.

Естественно, рассылку, в которой Вы собираетесь рекламироваться, нужно проверить на отклик, а только потом покупать в ней дорогостоящую рекламу. Но Вы же не можете тестировать на отклик все рассылки, которые Вам понравятся – это займет массу времени, отнимет кучу денег, а результаты вряд ли себя окупят. Поэтому Вам нужна рабочая схема, с помощью которой Вы сможете определить, в каких рассылках следует пробовать давать рекламу, а с какими не следует связываться вообще, даже на уровне маленьких и дешевых текстовых блоков. Что ж, сейчас я расскажу Вам все детали подобной схемы, и здесь снова, как и во всем, что мы только что рассмотрели Выше, нет абсолютно ничего сложного.

Во-первых, подпишитесь на все рассылки, которые Вам понравились с точки зрения перспективы рекламироваться в них, и в течение определенного периода, скажем, месяца, получайте их выпуски, будучи подписчиком этих изданий. А затем ответьте самому себе на ряд следующих вопросов:

- обращали ли Вы внимание на рекламные объявления, размещенные в выпусках этих рассылок;
- на какие именно объявления и в каких именно рассылках;
- если Вы обращали на них внимание, то что побудило Вас сделать это;
- выполняли ли Вы те действия, к которым призывало данное объявление;
- если выполняли – то что Вас побудило сделать это;
- по каким причинам Вы пропускали другие объявления, либо вообще все объявления в какой-либо рассылке, оставляя их без внимания?

Данная работа практически безошибочно подскажет Вам, с какими рассылками из выбранных стоит иметь дело, в каких рассылках стоит попытаться размещать свою рекламу. Кроме того, не оставляйте без внимания объявления, которые привлекли Ваше внимание и побудили выполнить нужное действие, анализируйте их и совершенствуйте свое мастерство в создании объявлений. Ибо, более чем вероятно, что если Вы обратили внимание на объявление в рассылке – точно так же поступит и основная масса других ее читателей. Если Вы отреагировали на объявление, вероятнее всего, другие люди сделали то же самое. По меньшей мере, у Вас есть основания полагать, что это действительно так.

Другой способ обеспечивать себе подписчиков в Ваши серии писем, предлагающие товар из партнерской рекламы № 1 – это участие в жизни тематических форумов. Этот метод обладает потрясающей эффективностью и приносит отличные результаты, особенно в тех случаях, когда форум размещен в закрытой секции какого-либо сайта, за доступ к которой Вы заплатили, или сам по себе форум является закрытым и подразумевает оплату за что-либо для того, чтобы получить возможность работать на нем.

Главный ключ к успеху в работе с форумами заключается вовсе не в том, чтобы заглаживать их неприкрытыми рекламными объявлениями, как многие полагают. Действуя таким образом, Вы очень быстро создадите себе кучу неприятностей. Подлинный ключ – в другом – в размещении действительно ценных с точки зрения обсуждаемой темы сообщений, в обогащении контента форума. При этом давать советы и рекомендации в своих сообщениях следует только по тем темам, в которых Вы действительно разбираетесь. Не пытайтесь строить из себя эксперта там, где Вы таковым не являетесь – это очень быстро выльется наружу и принесет результаты, совершенно обратные ожидаемым.

Я, например, не являюсь специалистом в области копирайтинга. Поэтому я очень редко даю участникам форумов советы и рекомендации в данной отрасли знаний. Что-то общее я, может быть, и могу посоветовать, но вдаваться в детали мне не под силу, и я не пытаюсь этого делать, ибо моя некомпетентность в данных вопросах очень быстро станет очевидной и меня попросту перестанут воспринимать всерьез. Вообще подобные попытки – это очень быстрый путь угробить свою репутацию задолго до того, как Вы ее себе сформируете.

Вот Вам, кстати говоря, один из примеров очень хорошего сообщения, взятого мной с одного из форумов (то есть, оно настоящее):

*Размещено Элизабет Синклар в субботу, 27 октября, в 16:11, в ответ на сообщение Джулии Джордан Скотт под названием: «Порекомендуйте, пожалуйста, какие-нибудь материалы для создания виртуальных обложек под электронные книги!»*

*«На моем сайте [ссылка] Вы сможете найти несколько очень милых шаблонов подобных обложек. Они могут быть Вами использованы совершенно бесплатно, все, что*

*Вам нужно сделать – лишь добавить на обложку свой текст. Если они Вас не устроят – загляните в галерею обложек, имеющуюся на том же сайте, более чем вероятно, что Вы без проблем что-нибудь для себя подберете.*

*Спасибо! Элизабет».*

Как Вы думаете, почему это сообщение может быть смело названо качественным и хорошим? Я Вам объясню. Весь фокус в том, что это сообщение одновременно отвечает на вопрос автора топика, предоставляет ему решение его проблемы, за которым он обратился на форум, да плюс к этому и рекламирует сайт Элизабет всем остальным, кто заглянет в данный топик (а он, поверьте, весьма популярен на том форуме!). И ни один модератор ни за что не удалит данное сообщение, потому что оно существенно обогащает контент форума, несмотря на то, что является, по сути, скрытой рекламой определенного сайта и размещенных на нем шаблонов обложек и всего остального, что там есть.

Но это – не единственный способ привлечения в Ваш подписной лист и на страницы Ваших сайтов потенциальных клиентов. Помимо этого на Вас работают и файлы подписи. Что такое файл подписи? Это – небольшой кусочек текста, который содержит краткое описание того, кто Вы такой, чем занимаетесь, а также ссылку на Ваш сайт. Файл подписи автоматически прикрепляется к каждому Вашему сообщению. Участники форума и те, кто просто читает на нем сообщения, видя, что Вы дадите дельные советы, наверняка заходят взглянуть на Ваш ресурс и поинтересоваться, что Вы можете им предложить. В этом и весь секрет. Поэтому совершенно не обязательно рекламироваться непосредственно в теле сообщения, хотя, как мы только что видели, это бывает вполне естественно и эффективно.

Файлы подписи, как известно, могут использоваться не только в сообщениях на форумах, но также и в Ваших письмах. Идеальным примером использования файла подписи является политика компании HotMail.Com – одного из самых известных в мире провайдеров бесплатных электронных почтовых ящиков. В каждое отправляемое письмо в самом его низу вставляется ссылка на сайт сервиса и рекомендация пользоваться его услугами. Таким образом, владельцы таких ящиков, общаясь между собой, автоматически рекламируют данный сервис, даже не задумываясь об этом.

Данный прием представляет собой одну из разновидностей так называемого вирусного маркетинга и, судя по статистике, обеспечил данному сервису сотни тысяч, если не миллионы пользователей по всему миру.

Главный ключ к успеху в использовании файлов подписи – держать их как можно более короткими и «бьющими точно в цель». Поясню сказанное на конкретном примере. Допустим, я занимаюсь продажей электронной книги о том, каким образом следует эффективно работать в партнерских программах. Естественно, я участвую в жизни форумов, посвященных теме партнерских программ, а также в топиках о партнерских программах на других форумах. Каким образом в этом случае должен выглядеть мой файл подписи? Я думаю, он должен быть примерно таким: «Узнайте, каким образом можно зарабатывать тысячи долларов, не имея ни собственного сайта, ни товара для продажи!», и далее – ссылка на страницу с продающим текстом или на страницу с подписной формой на бесплатный специальный доклад по соответствующей теме.

Крайне желательно отслеживать, сколько посетителей (потенциальных клиентов) приходят к Вам по ссылкам в файлах подписи, причем важно знать, какие именно форумы

какое именно количество целевого трафика Вам приносят. Несколько далее я рассмотрю эти вопросы более подробно.

**Бесплатный совет от переводчика:**

Как Вы уже поняли, самая эффективная методика раскрутки и рекламы любого ресурса (будь то сайт, рассылка, электронная книга и т.п.) – это вирусный маркетинг. Если Вы желаете получить в свое полное распоряжение отличное руководство по вирусному маркетингу, я очень рекомендую Вам заглянуть сюда:

<http://bizzon.info/cgi-bin/aff/c/index.cgi?id=berestneff&page=3>

По этой ссылке Вы найдете книгу Терри Дина «Как создать и использовать свой собственный трафиковый вирус» в моем переводе на русский язык. В этой книге собраны и рассмотрены практически все приемы и техники вирусного маркетинга, которые только можно придумать и применить, причем все они проверены долгой практикой и зарекомендовали себя в качестве высокоэффективных инструментов.

Голову даю на отсечение, что более качественного, подробного и полезного руководства по вирусному маркетингу Вы больше не найдете нигде!

<http://bizzon.info/cgi-bin/aff/c/index.cgi?id=berestneff&page=3>

## **Написание статей для обеспечения постоянной вирусной прибыли**

Вот что я хочу Вам сказать...

Мы постоянно слышим и читаем, причем всюду, о том, насколько важно, эффективно и прибыльно создавать бесплатные электронные (вирусные) книги и раздавать их направо и налево для того, чтобы обеспечивать вирусный целевой трафик на свои коммерческие сайты.

Это на самом деле отличный совет, и он приносит потрясающие результаты. Но дело в том, что в определенный момент своей предпринимательской деятельности я обнаружил гораздо более эффективный способ работы с бесплатными вирусными электронными книгами!

Знаете, в чем он заключается? В создании собственного каталога своих бесплатных вирусных электронных книг!

Проще говоря, мы делаем следующее. Создаем большое количество бесплатных электронных книг для вирусного распространения, каждая из которых посвящена той же теме, что и определенная партнерская программа. В эти книги, естественно, мы вставляем свои партнерские ссылки. Затем создаем на своем сайте целую директорию таких бесплатных электронных книг и начинаем ее раскручивать!

Что происходит далее? Поскольку наша директория доступна для работы с ней 24 часа в сутки и 7 дней в неделю, целевые посетители заходят в нее постоянно, качают наши книги и начинают их распространять (если, конечно, книги на самом деле качественные и полезные, а они просто обязаны таковыми быть!). Вместе с этими книгами распространяются и наши партнерские ссылки по всей Всемирной Паутине, и автоматически с распространением данных ссылок будет расти и наш доход, извлекаемый из работы в данных партнерских программах.

Это – проверенная практикой и достаточно несложная в реализации методика обеспечения себе потрясающего стабильного остаточного вирусного дохода, причем растущего чуть ли не в геометрической прогрессии.

Итак, схема понятна. Это все замечательно, но что нам потребуется для ее реализации? Очевидно – большое количество этих самых бесплатных электронных книг для наполнения нашей директории. Причем для получения максимальных результатов наши книги должны быть уникальными, то есть авторскими. Отсюда следует логичный вывод: для реализации рассмотренной схемы, нам необходимо в достаточно короткие сроки написать большое количество качественных и полезных электронных книг.

Гм... пугающая задача, не так ли? Как же мы станем ее решать? На самом деле решение существует, и оно снова не сопряжено с какими бы то ни было проблемами и сложностями. Просто нам придется выполнить определенный объем работы. Ничего сложного в ней нет, ее надо просто сделать.



Решение может быть двояким. Первый вариант – в ходе выполнения всего того, о чем мы говорили в нашей книге, у Вас должно скопиться достаточно большое количество полезных и качественных статей собственного сочинения. Определите основные вопросы, которые больше всего волнуют Вашу целевую аудиторию из расчета: одна книга на один вопрос. Наметив данные вопросы, возьмите имеющиеся у Вас авторские статьи и сгруппируйте их по данным вопросам, иными словами, распределите, какая статья к какому вопросу больше всего относится. В результате Вы должны получить по каждому вопросу тематическую подборку собственных статей в количестве 5 – 7 штук. Затем, в рамках каждой подборки распределяем статьи в логической последовательности, чтобы каждая следующая статья логично вытекала из предыдущей – и наши книги готовы. Каждую подборку мы компилируем в отдельную книгу, снабжаем ее введением, заключением, партнерскими ссылками – и наполнение для нашей директории готово!

Вариант второй – готовим по каждому из определенных вопросов (то есть тем для книг) очень подробный лист вопросов-ответов (FAQ), а затем компилируем этот лист в электронную книгу. Ведь каждый вопрос, являющийся темой для книги, можно разбить на большое количество подвопросов – вот на них-то мы и будем отвечать, получая очень качественный и подробный FAQ, который затем превращаем в электронную книгу.

Вот и все! Еще раз повторяю: в этой работе нет ничего сложного. Ее нужно просто сделать.

С тех пор, как я обзавелся подобной директорией книг, мои продажи в рамках партнерских программ резко подскочили и продолжают расти вместе с ростом популярности моей директории бесплатных электронных книг. Как видите, схема проверенная, и я голову даю Вам на отсечение, что если Вы все сделаете правильно и на уровне – она принесет потрясающие результаты и Вам!

Несколько очень важных замечаний относительно подготовки бесплатных электронных книг для наполнения Вашей директории.

Прежде всего – не следует «прессовать» читателя на страницах книги и навязчиво давить на него с целью обеспечения продажи. Это все равно бесполезно и бессмысленно. Идея здесь совершенно иная – Ваша книга должна предоставлять потенциальному клиенту качественную и практически-полезную бесплатную информацию, а затем отсылать его к платному ресурсу (товару или сервису) в том случае, если ему понадобится нечто большее, чем то, что Вы включили в книгу. А если Вы это сделали правильно – это «большее» ему еще как понадобится! То есть, можете смело считать, что продажа у Вас в кармане!

Вот что самое главное, а не прямая неприкрытая реклама и наглый прессинг, как полагают многие «гуру» и «специалисты» в области обучения онлайн-бизнесу.

Второй важный момент – в тексте электронной книги должен содержаться призыв к ее дальнейшему распространению. Можете смеяться, можете плакать, но без наличия такого призыва Ваша книга дальше жесткого диска того, кто ее скачал, вряд ли двинется. Если Вы чего-то хотите от представителя своей целевой аудитории – скажите ему об этом. Данный случай – классическое воплощение этого правила.

И, наконец, третье – по поводу объема. Ваша бесплатная электронная книга вовсе не должна представлять собой неподъемный фолиант толщиной в сотни страниц. Для тех целей, о которых мы тут говорим, вполне подойдет книга и объемом в 5 – 15 страничек.

Главный критерий здесь – эти странички должны содержать достаточное количество бесплатной, ценной и практически-полезной для читателя информации, чтобы это творение можно было назвать книгой. Если это условие выполняется – все в порядке, и по поводу маленького объема Вы можете не беспокоиться.

Кстати, позволю себе привести здесь небольшую статью собственного сочинения, посвященную созданию вирусных электронных книг. Несмотря на то, что она не содержит каких-либо «тайн» и «шифров к секретным замкам», она позволит Вам глубже вникнуть в предмет нашего текущего разговора.

Настоящая статья представляет собой довольно краткое общее введение в вопросы создания вирусных электронных книг. Прежде чем мы начнем рассмотрение, хочу отметить, что очень подробную и самую качественную информацию по данному предмету Вы можете получить на следующих двух сайтах.

1. Мой любимый коммерческий ресурс – сайт Терри Дина с платной подпиской – <http://www.netbreakthroughs.com> – он буквально набит бесценной практической информацией из области INTERNET-маркетинга, которую Вы не найдете больше нигде, и к тому же цена за членство в нем достаточно невелика – \$ 19.95 в месяц<sup>5</sup>.

2. Обучающий курс Джима Эдвардса «Как создать отличную электронную книгу менее, чем за неделю» – детальные пошаговые инструкции о том, как буквально за 7 дней написать великолепную книгу (<http://www.7dayebook.com>, цена – \$ 27).

Упомянув данные ресурсы, возвращаемся к рассмотрению поставленного вопроса.

Нравится Вам это или нет, но это факт – наличие собственного товара, которым Вы могли бы торговать и удерживать при этом 100 % прибыли в своем кармане, позволяет Вам придать наибольшую гибкость собственному онлайн-бизнесу и обеспечить максимальный успех. И второй очень важный факт – хотите – верьте, хотите – нет, но написание и распространение собственных вирусных электронных книг отнимает усилия лишь в течение первых недель, когда Вы выполняете основную массу работы по решению этих задач. Как только она выполнена, естественно, при условии, что выполнена она правильно, в дальнейшем от Вас не потребуется совершенно никаких усилий для обеспечения себе стабильного пассивного дохода. Проще говоря, один раз плотно поработав, Вы получаете возможность впоследствии извлекать постоянно растущий доход, особо не напрягаясь.

И что самое интересное – вирусная технология создания и распространения электронных книг прекрасно сочетается с работой в рамках партнерских программ. Верить или не верить – это дело

---

<sup>5</sup> Уже достаточно продолжительное время цена месячной подписки на данном сайте составляет \$ 97 / мес. Когда Дин говорит о повышении цен – он слов на ветер не бросает, в чем уже довольно давно убедились все, кто обращает внимание на его коммерческие предложения.

сугубо Ваше личное, но факт остается фактом: я до сих пор получаю чеки от владельцев партнерских программ, причем на весьма приличные суммы, за продажи, обеспечиваемые моими бесплатными электронными книгами, которые я создал и «закинул» в Сеть более двух лет назад!

Вот Вам и наглядная иллюстрация силы, мощи и эффективности правильного сочетания партнерских программ и вирусных электронных книг.

Теперь, покончив с увертюрой, поговорим предметно. Что представляет собой вирусная электронная книга и для чего Вам нужно их создавать и распространять по Всемирной Паутине?

**Вирусная электронная книга** – это такая электронная книга, основной целью которой является быстрое самораспространение по Сети, причем распространение это должно происходить всеми возможными способами. Еще раз подчеркиваю: главная цель, которую Вы должны преследовать – это максимальное распространение книги, а не заработок денег с ее помощью. Извлечение прибыли в отношении данной книги – задача сугубо вторичная, если она вообще ставится. Ваша главная задача – сделать так, чтобы данную книгу раздавали направо и налево (или продавали – в зависимости от того, какая по характеристикам аудитория Вам нужна) как можно больше пользователей.

Зачем это нужно?

Причина проста – внутри этой книги содержатся Ваши партнерские ссылки на рекомендуемые товары других предпринимателей, причем ссылки эти вписаны в контекст и являются естественной частью содержания. Чем больше людей распространяет данную книгу, тем больше людей в свою очередь увидят эти Ваши ссылки. А чем больше людей увидит Ваши ссылки, тем больше их перейдет по этим ссылкам на сайт продавца и соответственно тем больше заказов Вы сможете обеспечить.

Только представьте, с какой скоростью будут распространяться в Сети Ваши партнерские ссылки... сколько Вам будет стоить такая реклама, разрастающаяся в геометрической прогрессии? Ни копейки! И в этом – главная прелесть и основная мощь вирусного маркетинга с помощью электронных книг.

Лучшим примером, с моей точки зрения, является известнейший предприниматель Яник Сильвер, который создал целый ряд довольно дешевых электронных книг (в ценовых пределах \$ 17 – 19), каждый покупатель которых автоматически получает совершенно бесплатно права перепродажи на эти книги. Нет нужды говорить о том, что естественным следствием вирусных кампаний Сильвера стало огромное количество предпринимателей, продающих данные книги на каждом углу Всемирной Паутины.

В результате, запустив несколько подобных книг (со встроенными в них партнерскими ссылками) еще пару лет назад, Яник до сих пор извлекает прибыль из продаж, обеспеченных благодаря этим ссылкам. Плюс к этому, бешеное распространение его изданий обеспечило ему неподражаемую и прочную репутацию в сфере своей специализации.

Идея ясна. Теперь рассмотрим основные шаги создания эффективной и прибыльной вирусной электронной книги. Делается это так...

**1. Разработка основной идеи для Вашей электронной книги, основанной на главной идее выбранной Вами партнерской программы.** Вопреки распространенному заблуждению, разработка отличных идей для Ваших электронных книг вовсе не является сколько-нибудь сложным занятием. Для достижения успеха на данном поприще вполне достаточно приложить совсем немного умственных усилий.

Приведем пример. Допустим, Вы выбрали партнерскую программу какого-либо спортивного тотализатора. Почему бы Вам не написать качественную и полезную электронную книгу о том, как стать удачным игроком спортивных тотализаторов? (Какую бы партнерскую программу Вы ни выбрали, Вы должны разбираться в той теме, на которой она основана). К примеру: «101 эффективный способ практически беспроигрышных ставок на спортивном тотализаторе». И по ходу изложения материала в данной книге в нужных местах Вы рекомендуете читателю играть именно на том тотализаторе, в партнерской программе которого участвуете. Через свою партнерскую ссылку, разумеется. J

Самый лучший способ формирования отличной идеи для вирусной книги, которая станет популярной автоматически – это наблюдение за той рыночной нишей, в которой работает владелец выбранной Вами партнерской программы. Посещайте тематические форумы, читайте рассылки и блоги, подмечайте те вопросы, которые аудитория задает наиболее часто, и постарайтесь построить Вашу книгу так, чтобы она отвечала на эти вопросы, или хотя бы на самые важные из них. А еще лучше – написать по отдельной книге на каждый вопрос.

Ибо, если Вы предложите людям то, что им нужно, Вам не придется беспокоиться об обеспечении популярности своих вирусных изданий. Изобретать колесо здесь нет совершенно никакой необходимости, поэтому большая к Вам просьба – не усложняйте без надобности то, что изначально является элементарным.

**2. Обеспечение всех необходимых для работы инструментов.** Для того чтобы создавать и успешно раскручивать свои вирусные электронные книги, Вам понадобятся определенные инструменты.

Среди главных из них можно назвать следующие:

– доменное имя;

– хостинг для Вашего сайта (довольно часто предлагается в одном комплекте вместе с доменным именем). И первое, и второе Вам необходимо для размещения соответствующих страниц, на которых будут содержаться описания и ссылки на электронные книги, подписные формы на курсы обучения и все остальное, что Вам понадобится для успешного начала. Собственно, и место для Ваших вирусных электронных книг;

– почтовый автоответчик (автореспондер) для помещения в него Ваших серий писем, с помощью которых Вы сможете получить максимальную отдачу от работы с целевой аудиторией;

– процессор приема платежей (в том случае, если Вы собираетесь продавать вирусные электронные книги с правами перепродажи для привлечения исключительно платежеспособного вирусного трафика);

– программа для компиляции электронных книг (EXE или PDF формата, в зависимости от Вашего выбора; здесь следует отметить, что главное преимущество PDF в его универсальности, тогда как EXE-формат могут читать только пользователи Microsoft Windows);

– программа для оформления необходимой графики (хедеров, виртуальных обложек и пр.).

Все эти инструменты можно в большом изобилии найти на просторах Всемирной Паутины. Частично они могут быть бесплатными, но мой Вам совет – вместо того, чтобы сутками заниматься поиском халявных инструментов и экспериментами с найденными бесплатностями – заплатите немного денег и получите в свое распоряжение действительно качественные и надежные инструменты! Ведь они нужны Вам для бизнеса, а халява для бизнеса – вещь более чем опасная.

**3. Разработка структуры содержания Вашей книги.** Написать книгу в течение одного «сеанса» работы за компьютером – дело весьма сложное и проблематичное. Написание же книги без составления плана ее содержания – дело глупое и по большому счету безнадёжное.

Работа над качественной электронной книгой – занятие всегда ответственное и достаточно трудоемкое, особенно на первых порах. Но по мере того, как Вы станете накапливать опыт в данной сфере деятельности, Вам будет все легче и легче этим заниматься, а результаты будут появляться во все более и более короткие сроки и на гораздо лучшем уровне. Главное – начать. Лично я, например, первую свою электронную книгу создавал в течение примерно 6 месяцев... зато теперь написание качественной и эффективной электронной книги редко занимает у меня более недели (в этот срок также включена разработка продающего текста, виртуальной обложки и всех остальных материалов, необходимых для того, чтобы представить миру очередной мой шедевр).

Все, что Вам нужно сделать в рамках выполнения данного шага – наметить 12 – 15 вопросов, о которых необходимо рассказать на страницах будущей книги. Определив эти вопросы, запишите их – это и будут названия глав. Затем расположите их в логической последовательности, чтобы следующая глава вытекала из предыдущей – и получите план (оглавление) Вашей будущей книги. А затем – напишите по каждому вопросу небольшую статью (не более 700 – 1000 слов), но такую, которая была бы действительно полезной читателю и несла бы ему действительно качественную информацию. Не следует «упаковывать» в свою книгу информационный хлам, который в изобилии валяется в Сети повсюду – действуя таким образом, Вы лишаете существование своей книги смысла.

#### **4. Непосредственно процесс создания контента Вашей книги.**

Как только что было сказано, очень важным требованием является полезность, качество, а главное – уникальность контента Вашей электронной книги. Вот почему лучше всего, чтобы Ваш контент был авторским. В Сети сегодня слишком много так называемых «книг», представляющих собой компиляции либо информационного мусора, либо тех публикаций, которые развешаны повсюду, чуть ли не на каждой странице любого сайта данной рыночной ниши. Иными словами, наблюдается массовое пережевывание того, что всем уже дано надоело до тошноты. Потребитель задыхается, ему нужен поток свежего воздуха!

Если Ваша книга будет представлять собой такую же чепуховую компиляцию – голову даю на отсечение, что очень мало найдется желающих ее распространять. Еще меньше будет тех, кто станет ее читать. Таким образом, Ваша книга по Сети не разойдется совершенно, следовательно, никто не увидит Ваших партнерских ссылок. А если их никто не увидит – никто не станет щелкать по ним и тем более оформлять заказ. Вывод? Вам необходим качественный, уникальный авторский контент.

О том, как написать несколько статей и скомпилировать из них превосходную электронную книгу, сказано и написано более чем достаточно. Тем не менее, находится изрядное количество людей, упирающихся в тот факт, что они ничего написать не могут, и отстаивающих это утверждение с пеной у рта до последнего вздоха. Что ж, дорогой читатель, если Вы принадлежите к такой категории, могу Вас обрадовать – и для этой ситуации есть решение!

Если быть до конца откровенным, то эту тонкость я узнал на платном сайте Терри Дина... впрочем, ее можно познать и из других источников.

Что же делать, если Вы не можете ничего написать? Ответ прост: Вам необходимо проинтервьюировать эксперта, либо нескольких экспертов! Приведем простой пример: допустим, Вам нужна электронная книга про то, каким образом лучше всего отрабатывать определенные виды ударов при игре в гольф. Голову даю на отсечение, что у Вас не возникнет ровным счетом никаких

проблем с тем, чтобы найти на местном уровне хороших мастеров этой игры, встретиться с ними или созвониться, задать им вопросы, получить ответы и сделать из этого материала отличную электронную книгу! Кстати говоря, качество созданных подобным образом товаров чаще всего оказывается таким, что их не стыдно и продавать, причем за вполне приличную цену.

### **Бесплатный совет от переводчика:**

Если Вы работаете в нише домашнего онлайн-информационного бизнеса и ищите специалиста по данному вопросу, которого можно было бы проинтервьюировать для создания бесплатной вирусной книги – напишите мне письмо по адресу: [info@berestneff.com](mailto:info@berestneff.com) – и мы обсудим с Вами возможность проинтервьюировать меня. Кроме того, мы с Вами (если договоримся) можем организовать не только текстовое интервью, но и интервью по телефону с записью в mp3-файл – такие публикации обладают гораздо более высокой воспринимаемой ценностью и их также можно очень успешно использовать для генерации вирусного трафика.

Будете ли Вы писать контент для своей книги сами, либо интервьюировать экспертов, либо «добывать» материал любым другим способом – не следует в процессе работы забывать о том, в чем главная идея книги, на какой основной вопрос она должна отвечать и пр. Не теряйте фокуса, иначе рискуете забрести в сторону, сделать книгу туманной, расплывчатой и отвлеченной. Метания из стороны в сторону раздражают читателя, и если Вы не хотите сделать свою книгу ущербной, далеко отходить от избранной темы крайне нежелательно.

Следующий важный момент – не забывайте о том, что данная книга призвана обеспечивать Вам прибыль с помощью партнерских ссылок! Поэтому, при подготовке контента делайте так, чтобы в соответствующие места книги можно было вставлять эти ссылки с рекомендациями – они должны смотреться естественно и выглядеть в качестве неотъемлемой части смыслового содержания. Все эти рекомендации и ссылки должны быть прочно вписаны в контекст и выглядеть именно как полезная рекомендация, а не как реклама. Только в этом случае Вы получите тот результат, на который рассчитываете.

Еще одной идеей является включение в Вашу книгу специальной странички, содержащей информацию о Вашей рассылке с призывом подписаться на нее. Таким образом, распространяясь по Сети, книга будет нести в себе не только Ваши партнерские ссылки, но и сведения о Вашей рассылке, что позволит Вам одновременно с извлечением прибыли в виде комиссионных постоянно пополнять и свой подписной лист без приложения каких бы то ни было усилий с Вашей стороны.

Кроме того, не забывайте включать в электронную книгу призыв распространять ее бесплатно (если она бесплатная), либо четкое и ясное упоминание о том, что владелец данной копии книги обладает на нее правами перепродажи (если она платная). Ибо пользователям Сети нужен призыв к действию – так предоставьте им его! Это очень важный момент.

**5. Подготовка продающего текста для Вашей электронной книги.** Продающий текст понадобится Вам в обязательном порядке, если Вы желаете, чтобы Ваша вирусная книга была коммерческой. Кроме того, крайне желательно, чтобы и бесплатная книга предлагалась аудитории с помощью продающего текста (хотя в последнем случае его роль будет гораздо менее значительна, а сам текст вполне может быть чуть менее эффективным).

Как бы там ни было, масштабы распространения Вашей книги, особенно на первом отрезке – от Вас ко всем остальным – зависят в первую очередь от того, насколько эффективен будет Ваш продающий текст. Таким образом, подготовка качественного продающего текста – задача очень ответственная и весьма нетривиальная.

Соответственно, написание продающего текста, который обеспечит Вам нужные результаты – весьма трудоемкая работа, особенно в том случае, если Вы новичок в вопросах копирайтинга. Если Вы желаете овладеть искусством создания эффективных рекламных текстов – учитесь копирайтингу, но сразу предупреждаю – это очень сложная наука!

Если Вы по тем или иным причинам не желаете заниматься самостоятельной подготовкой продающего текста (нехватка времени, отсутствие необходимых навыков и пр.), Вам остаются два основных способа решения стоящей перед Вами задачи:

- использовать какое-либо программное обеспечение, которое «генерирует» Вам продающий текст;

- воспользоваться услугами профессионального копирайтера.

Оба эти способа обладают как достоинствами, так и недостатками. В общих чертах: мастерства хорошего копирайтера не заменит ни одна программа-генератор, но с другой стороны, программы стоят дешево, в то время как услуги копирайтеров стоят весьма и весьма дорого.

И последнее в данном пункте – если Вы желаете, чтобы Ваша вирусная книга была коммерческой и распространялась за плату, не забудьте подчеркнуть в тексте книги, что у владельца копии имеются права перепродажи на нее. Отсюда вытекает очень важный момент – вместе с книгой упакуйте в архив готовый к загрузке продающий мини-сайт для книги, ее обложку и все остальные необходимые материалы. Этим шагом Вы существенно упростите



работу тех, кто будет перепродавать Вашу книгу, повысите скорость ее распространения и соответственно – получаемые от нее результаты.

**6. Подготовка бесплатной серии из 5 писем и помещение этой серии в автореспондер.** Создание бесплатной серии писем с подпиской на них через автореспондер – мощный инструмент увеличения распространяемости Вашей книги, особенно, если она коммерческая.

Самый лучший, быстрый и простой способ создать подобную серию – поместить в письма извлечения из Вашей книги (например, несколько глав, либо отрывков из глав) и использовать их в качестве своеобразной «дразнилки» для потенциального клиента, которая будет разжигать в нем интерес и желание приобрести этот Ваш информационный шедевр. J

При этом следует помнить, что страх потери – гораздо более сильный мотиватор покупательского решения, нежели желание получить удовольствие. Отсюда следует один важный вывод – преподнося коммерческое предложение, необходимо действовать таким образом, чтобы потенциальный клиент чувствовал: если он не сделает покупку немедленно – то упустит нечто очень ценное, причем навсегда. Естественно, все, что Вы станете говорить в этой связи для формирования покупательского решения должно быть чистой правдой. Если Вы попытаетесь обманывать аудиторию – это плохо кончится. Ложь очень быстро выплывет наружу, Вам перестанут верить и воспринимать Вас всерьез, вследствие чего Вы очень быстро вылетите из бизнеса.

**7. Раскрутка и продвижение Вашей книги.** Слишком многие предприниматели ошибочно полагают, что если та или иная электронная книга является бесплатной – ее раскручивать не нужно. Это грубая ошибка. Сегодня в Сети столько информации в виде электронных книг, что аудитория уже давно не склонна кидаться качать ту или иную книгу только потому, что она бесплатна.

Отсюда следует один очень важный вывод. Если Вы желаете, чтобы Ваша книга стала популярной, начала распространяться по Сети и выполнять возложенные на нее задачи – Вам придется активно ее раскручивать и рекламировать. Если же Ваша книга коммерческая – необходимость ее раскрутки и рекламы очевидна и без дополнительных указаний.

Поэтому используйте для продвижения своих вирусных электронных книг все известные Вам приемы и методики (если Вам не известно ничего из области раскрутки – займитесь ее изучением, это очень полезное занятие). Главное, чтобы к решению данной задачи Вы подошли предельно серьезно и с полной ответственностью. Только в этом случае можно рассчитывать на успех.

**Бесплатный совет от переводчика:**

Как Вы уже поняли, самая эффективная методика раскрутки любого ресурса (будь то сайт, рассылка, электронная книга и т.п.) – это вирусный маркетинг. Если Вы желаете получить в свое полное распоряжение отличное руководство по вирусному маркетингу, я очень рекомендую Вам заглянуть сюда:

<http://bizzon.info/cgi-bin/aff/c/index.cgi?id=berestneff&page=3>

По этой ссылке Вы найдете книгу Терри Дина «Как создать и использовать свой собственный трафиковый вирус» в моем переводе на русский язык. В этой книге собраны и рассмотрены практически все приемы и техники вирусного маркетинга, которые только можно придумать и применить, причем все они проверены долгой практикой и зарекомендовали себя в качестве высокоэффективных инструментов.

Голову даю на отсечение, что более качественного, подробного и полезного руководства по вирусному маркетингу Вы больше не найдете нигде!

<http://bizzon.info/cgi-bin/aff/c/index.cgi?id=berestneff&page=3>

## **Дополнительные идеи из области прибыльного использования статей**

Что ни говори, а работа в партнерских программах, хотя и довольно увлекательное, но в определенной степени трудоемкое занятие. Но все эти трудности и проблемы меркнут по сравнению с попытками добиться публикации Ваших статей в крупных известных рассылках. Вы пробовали когда-нибудь публиковаться в таких изданиях? Иногда эта процедура напоминает настоящий кошмар. Постоянные отказы, требования о доработке, изменении текста и т.п., не говоря уже о том, как не любят издатели таких рассылок вместе с Вашей статьей публиковать и Ваши партнерские ссылки. Особенно, если они сами являются участниками той же партнерской программы. J

Тем не менее, как мы уже говорили, статьи – в любом случае отличный инструмент обеспечения прибыльности Вашего онлайн-бизнеса и привлечения на Ваш сайт высокоцелевого трафика в больших количествах. Я искренне надеюсь также, что на Вашем сайте установлена форма подписки для того, чтобы превращать посетителей, попадающих на Ваш ресурс через ссылки в статьях, в подписчиков Вашей рассылки, а также Ваших бесплатных докладов и курсов обучения, о которых мы так подробно говорили выше.

Относительно недавно мне в голову пришла потрясающая идея по поводу увеличения объемов перепечатки моих авторских статей на сайтах и в рассылках других предпринимателей. Поначалу эта идея показалась мне сомнительной, но я посчитал своим долгом протестировать ее в любом случае и проверить результативность или отсутствие таковой на практике. Полученный эффект превзошел все мои ожидания, и я больше чем уверен, что если Вы возьмете данную методику на вооружение, результат Вас приятно удивит.

Как Вы знаете, известные издатели, ведущие крупные рассылки, получают сотни статей в неделю, авторы которых претендуют на то, чтобы их статьи оказались в содержании выпуска. В условиях такой конкуренции закономерно встает вопрос: с какой стати издатель, делая свой выбор, должен остановить его именно на Вашей публикации? Весьма вероятно, что Вы твердо уверены в том, что Ваша статья – это самая лучшая публикация в мире по рассмотренному в ней вопросу, но издатель рассылки в абсолютном большинстве случаев будет другого мнения. Кроме того, он заинтересован не столько в том, чтобы перепечатать Вашу статью, сколько в том, чтобы извлекать прибыль из собственного подписного листа, не так ли?

Так вот, я разработал методику, которая не только обеспечит выбор издателем именно Вашей статьи для ее перепечатки, но также послужит созданию ситуации, в которой Вы со своей статьей поможете издателю заработать гораздо больше с помощью его подписного листа. Если Вам удастся оказать издателю данную услугу, более чем вероятно, что он хорошо Вас запомнит и будет гораздо лояльнее относиться к предлагаемым Вами публикациям, что в любом случае обеспечит Вам надежного и выгодного партнера в долгосрочной перспективе.

В чем же состоит моя методика? Слушайте внимательно.

Создавая статью, обязательно сделайте так, чтобы в ней самым естественным образом появилась ссылка на тот товар, который Вы продвигаете в рамках той или иной партнерской программы. Эта ссылка должна быть неотъемлемой частью содержания статьи, быть строго вписанной в ее контекст. Простите, что повторяю данное правило в сотый раз, но именно его несоблюдение является причиной номер один, по которой издатели рассылок отказываются публиковать статьи, написанные аффилиатами. Ибо последние, как правило, пытаются подсунуть издателю под видом статьи голую рекламу, которую ни один ведущий рассылки, уважающий себя и своих подписчиков, ни за что не станет выдавать за качественный контент.

Крайне желательно, чтобы Вы сами являлись покупателем и пользователем рекомендуемого товара или сервиса – это позволит Вам сделать все Ваши заверения и рекомендации более правдоподобными, в том числе и в глазах издателя, которому Вы предлагаете свою статью, а также добавит естественности наличию в тексте статьи партнерской ссылки.

Далее – Вы отправляете эту статью издателю рассылки и поясняете, что Вашу партнерскую ссылку в Вашей статье он может заменить своей. Совершенно верно: Вы разрешаете издателю использовать Вашу статью для того, чтобы заработать на комиссионных от продаж, обеспеченных с помощью Вашей публикации. Согласитесь, вряд ли какой издатель устоит перед таким предложением, тем более, когда Ваша статья на самом деле качественная и представляет собой отличный вклад в контент издаваемой им рассылки!

Каким образом Вы сможете заработать, действуя таким способом? Естественно, в Вашей статье присутствует файл подписи, в котором имеется ссылка на Вашу бесплатную серию писем (бесплатный доклад), которая представляет собой первый шаг реализации рассмотренной нами выше схемы работы с партнерскими программами. Таким образом, подписчики рассылки, в которой опубликовали Вашу статью (не забываем, что речь идет о большой и солидной рассылке!) станут щелкать по этой ссылке, попадать на Вашу серию писем и подписываться на нее. Я тестировал этот способ долгое время и могу гарантировать Вам, что таким образом Вы заработаете больше, привлекая в свою систему работы с тремя партнерскими программами, подписчиков данного издателя, чем пытаясь опубликовать в его рассылке статью с прямыми партнерскими ссылками!

И Вашей целью публикации статьи с обширным и известным онлайн-изданием должно быть не извлечение прямой прибыли, а получение подписчиков для своего бесплатного доклада, продвигающего партнерскую программу № 1, а затем обрабатывающего подписчиков для программ № 2 и 3, согласно рассмотренной выше схеме.

Это действительно эффективная и работающая система! Попробуйте – и убедитесь в этом сами.

#### **Бесплатный совет от переводчика:**

Вы можете попробовать данную схему для публикации своих авторских статей на сайте моего Архива статей – <http://www.arhivstatey.ru>

Несколько важных замечаний. Для достижения максимального результата Ваш файл подписи, естественно, должен привлекать внимание подписчиков и побуждать их щелкнуть по Вашей ссылке, сделав переход на Ваш сайт. В качестве примера хорошего файла подписи, в течение несколько лет блестяще справляющегося с возложенной на него задачей, приведу обезличенный вариант собственного файла. Выглядит он следующим образом.

[Ваше имя] помогает начинающим предпринимателям добиться успеха в онлайн уже на протяжении [цифра] лет, всецело посвятив свою жизнь INTERNET-маркетингу. Посетите его сайт для того, чтобы узнать, как без проблем создать эффективно работающий мини-сайт максимально быстро и с минимальными усилиями – [ссылка].

Если Вы желаете получить максимальную отдачу от публикации своей статьи в виде пополнения количества подписчиков для Вашего бесплатного доклада, следует обеспечить возможность подписки не через сайт, а через ответное письмо на адрес автореспондера. В этом случае файл подписи может выглядеть примерно так (опять же – обезличенный пример моего настоящего файла подписи):

[Ваше имя] помогает начинающим предпринимателям добиться успеха в онлайн уже на протяжении [цифра] лет, всецело посвятив свою жизнь INTERNET-маркетингу. Узнайте, каким образом Вы можете обеспечить себе постоянный пассивный доход от работы в партнерских программах, отправив пустое письмо по адресу: адрес@почты.

На самом деле у меня существует большое количество вариаций подобного файла подписи – в зависимости от характера публикации, страницы назначения (куда нужно переправить потенциального клиента из файла подписи) и других факторов.

Применяя только что описанную методику, Вы добьетесь гораздо больше пользы от публикации своих статей в крупных и известных рассылках, нежели пытаться «пробить» через них продажи с помощью своих партнерских ссылок. И вообще, возьмите себе за правило: многошаговая система продаж гораздо эффективнее одношаговой. К тому же, в случае использования алгоритма в несколько шагов, Вы имеете возможность работать с потенциальными клиентами в разных направлениях одновременно (не купит одно – купит другое), тогда как при одноразовых прямых продажах Вы этой возможности лишены и рискуете постоянно пропускать сквозь пальцы потрясающие суммы прибыли, которые можно достаточно легко направить в собственный карман, а не в унитаз (или карман конкурента).

Если применить рассмотренную в настоящей книге систему J

## Вместо заключения

Как ни крути – написание и использование собственных авторских статей является очень прибыльным занятием на стезе онлайн-информационного бизнеса. Умение быстро создавать большое количество качественных, полезных и информативных статей уникального (то есть, авторского) характера – очень важное и мощное конкурентное преимущество на любом онлайн-рынке.

Существует столько способов использования бесплатных авторских статей для извлечения прибыли, что я не смог бы даже перечислить их все на том количестве страниц, которые составили данное небольшое руководство. Но если Вы начнете претворять в жизнь хотя бы то, что прочитали (а иначе для чего было покупать данную книгу?), Вашему взору начнут открываться все новые и новые перспективы, возможности и горизонты повышения прибыльности собственного проекта с помощью данного неподражаемого инструмента – собственных статей.

Тот факт, что статьи – незаменимое оружие в руках INTERNET-бизнесмена, постепенно, но неуклонно начинает понимать все онлайн-сообщество. Вместе с тем, далеко не все желают учиться писать собственные публикации, несмотря на всю очевидность их необходимости. В этом свете становится понятным, почему спрос на авторский контент, продающийся вместе со всеми правами, сегодня столь высок и продолжает неуклонно расти. Поэтому, мой друг, если Вы сделали все, что было написано в данном руководстве, и овладели мастерством написания собственных статей – почему бы Вам не обеспечить себе дополнительный поток прибыли, продавая их заинтересованным лицам?

Вывод из всего, что было сказано на предыдущих страницах, может быть только один. Онлайн-бизнес целиком и полностью построен на работе с контентом, ибо самой сутью Всемирной Паутины является предоставление ее пользователям нужной им информации. Контент – король INTERNET, контент способен приносить Вам посетителей и подписчиков, располагать их Вам, формировать у них покупательское решение и побуждать платить Вам.

Контент может все. Поэтому, мой друг, если у Вас нет никаких проблем с созданием этого самого уникального, полезного и качественного контента – для Вас в онлайн-бизнесе не будет границ. Равно как и проблем, связанных с извлечением прибыли.

Отличного Вам контента и потрясающих продаж!

**P.S. Если же Вы испытываете трудности с созданием собственного авторского контента, в частности – требуемого количества нужных статей, я очень рекомендую Вам обратить внимание на возможность решить все эти трудности в течение 52 минут. Для этого Вам понадобится просто повторять то, что будет происходить на Вашем мониторе. J Подробности – по адресу:**

**<http://www.berestneff.com/cgi-bin/affiliates/click.cgi?id=peb&page=3>**

## Дополнительные полезные ресурсы:

Бесплатная еженедельная  
электронная газета  
«Е-commerce-магистраль»



Издается специально для  
владельцев домашнего  
онлайн-бизнеса.

**Подпишитесь сейчас и  
получите в подарок  
следующие две книги:**



Дорогой предприниматель!

Представляю Вашему вниманию **бесплатную электронную газету «Е-commerce-магистраль»**, издаваемую мной специально для владельцев домашнего онлайн-бизнеса!

Газета выходит от 1 – 2 раза в каждые две недели (как правило, еженедельно). В каждом номере газеты:

— свежая и новая статья, написанная Павлом Берестневым в ответ на самые распространенные вопросы, задаваемые ему посетителями, подписчиками и клиентами;

— анонс новых статей на сайте Архива статей (<http://www.arhivstatey.ru>), где публикуются только самые качественные и полезные статьи на тему домашнего онлайн-бизнеса (на апрель 2006 года – более 300 таких статей в более 10 разделах!);

— анонс новых заметок на сайте «Лаборатории онлайн-бизнеса» (блог Павла Берестнева) – только свежие и полезные заметки о домашнем онлайн-бизнесе;

— и многое другое.

Подписчики часто получают ценные подарки и специальные предложения.

Кроме того, оформив подписку на мою газету, Вы моментально получаете в подарок две моих электронные книги:

1. Павел Берестнев – Информационный INTERNET-бизнес изнутри.

2. Павел Берестнев – Что нужно знать каждому, кто хочет заняться онлайн-информационным бизнесом.

Общий объем данных книг – более 150 страниц печатного текста – совершенно бесплатно каждому новому подписчику!

Кроме того, подписавшись. Вы немедленно получаете **ознакомительный выпуск** моей газеты, содержащий массу полезной информации!

**Оформить подписку на бесплатную еженедельную электронную газету «Е-commerce-магистраль»  
Вы можете прямо сейчас по адресу:**

<http://www.arhivstatey.ru/subscribe.php>