

Григорий Озеров

АНАТОМИЯ ИНФОБИЗНЕСА

**как быстро стать
экспертом**

launchexpert.ru

www.launchexpert.ru

Григорий Озеров

«Анатомия инфобизнеса»

Как быстро стать экспертом?

Версия 1.5

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА?	4
УСЛОВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ КНИГИ	6
ГЛАВА 1. МОЙ ДОЛГИЙ ПУТЬ В ИНФОБИЗНЕС	7
2004 ГОД	7
2005 ГОД	7
2011 ГОД	7
2012 ГОД	8
ЧТО ДАЛЬШЕ?	8
ГЛАВА 2. РЕЛИГИЯ ИЛИ БИЗНЕС? ГУРУ, МИССИОНЕРЫ И ТУЗЕМЦЫ	10
РАЗРЕШИТЕ ВСТУПИТЬ В ВАШУ СЕКТУ?	10
МИССИОНЕРЫ В ИНФОБИЗНЕСЕ	10
БОЛЬШОЙ ПРИХОД – БОЛЬШОЙ ДОХОД	11
ПОЧЕМУ ТУЗЕМЦЫ НЕ СТАНОВЯТСЯ ГУРУ И МИССИОНЕРАМИ?	11
КАК ПЕРЕСТАТЬ БЫТЬ ТУЗЕМЦЕМ И СПУСТИТЬСЯ С ПАЛЬМЫ?	12
ГЛАВА 3. ЧТО ТАКОЕ ИНФОБИЗНЕС?	13
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНФОБИЗНЕСА	13
ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС И ИНФОБИЗНЕС – В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ?	13
ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ И ПРОЧЕЕ ЛОХОВОДСТВО	14
ФОРЕКС И АЗАРТНЫЕ ИГРЫ	14
ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ (ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ И СЕРВИСЫ)	15
БЛОГГИНГ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА И РЕКЛАМА В СОЦСЕТЯХ	15
СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ (МЛМ)	17
ФРИЛАНС	17
ЗАРАБОТОК В ИНТЕРНЕТЕ	18
ГЛАВА 4. КАК ПОПАДАЮТ В ИНФОБИЗНЕС?	20
ПУТЬ №1. САМОСТОЯТЕЛЬНО И ОСОЗНАННО	20
ПУТЬ №2. КОГДА ВСЕ ДОСТАЛО, ОТ БЕЗЫСХОДНОСТИ ИЛИ КОГДА НУЖНЫ ДЕНЬГИ	20
ПУТЬ №3. СЛУЧАЙНО ИЛИ ПО ПРИГЛАШЕНИЮ	21
ПУТЬ №4. ПО ПРИЗВАНИЮ	21
ПУТЬ №5. ИЗ ДРУГОГО БИЗНЕСА	22
ПРОЦЕНТ НЕУДАЧ В ИНФОБИЗНЕСЕ	22
ГЛАВА 5. КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ СВОЮ ТЕМУ В ИНФОБИЗНЕСЕ?	24
ПРОБЛЕМА ВЫБОРА НИШИ: КОПАТЬ ВГЛУБЬ ИЛИ ВШИРЬ?	24
А МОЖНО Я ВОЗЬМУ ВАШУ ТЕМУ?	25
ЕСТЬ ЛИ КОНКУРЕНЦИЯ В ИНФОБИЗНЕСЕ?	26
ЧЕТЫРЕ КРИТЕРИЯ ВЫБОРА ЛУЧШЕЙ НИШИ	26
ЧЕМ ВЫ МОЖЕТЕ ПОМОЧЬ ЛЮДЯМ?	28
КАК ВСЕ-ТАКИ ВЫБРАТЬ ТЕМУ - ВАРИАНТЫ ИДЕЙ	29
ЖЕНСКИЙ И МУЖСКОЙ ИНФОБИЗНЕС: ПРИМЕРЫ	30
ВСЕГДА БУДЬТЕ В КУРСЕ СОБЫТИЙ В ВАШЕЙ ТЕМЕ	30
ГЛАВА 6. КАК БЫСТРО СТАТЬ ЭКСПЕРТОМ В ИНФОБИЗНЕСЕ?	31
ДВА БЫСТРЫХ СПОСОБА СТАТЬ ЭКСПЕРТОМ	31
ТРАНСФОРМАЦИЯ МОЗГА ИЛИ КАК УБРАТЬ МУСОР В ГОЛОВЕ?	32
ФИЛОСОФ, КРИТИК ИЛИ ПРАКТИК – КЕМ ВЫ ХОТИТЕ СТАТЬ?	33
КТО ИМЕЕТ НАИЛУЧШИЕ ШАНСЫ НА УСПЕХ В ИНФОБИЗНЕСЕ?	34

ДОМ, КОТОРЫЙ ПОСТРОИЛ ДЖЕК.....	34
ИСПОЛЬЗУЙТЕ НЕСТАНДАРТНЫЕ МЕТОДЫ	35
СИЛА 50 КОНСУЛЬТАЦИЙ	36
САМЫЙ ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ ИНФОБИЗНЕСА	36
ГЛАВА 7. КТО ВАШИ КЛИЕНТЫ И ГДЕ ИХ ИСКАТЬ?.....	37
ВОЛКА НОГИ КОРМЯТ ИЛИ HERD-МЕНЕДЖМЕНТ.....	37
РАЗМЕР И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ РЫНКА.....	39
КАК ЧАСТО ПРИХОДЯТ НОВЫЕ ИГРОКИ И КЛИЕНТЫ?	40
КТО ВАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ?	40
ДОСТУПНОСТЬ АУДИТОРИИ: КАК ДОСТУЧАТЬСЯ ДО КЛИЕНТОВ?	41
РЕАКЦИЯ НА ИЗМЕНЕНИЯ И ИННОВАЦИИ.....	41
СРЕДНИЙ ЧЕК.....	41
И ВСЕ ЖЕ, ГДЕ ВОДЯТСЯ КЛИЕНТЫ?.....	42
КОНКУРЕНЦИЯ И ПАРТНЕРСТВО	44
ОБ АВТОРЕ	45
АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА	47
ВАШ ИНФОБИЗНЕС МОЖЕТ ПРИНОСИТЬ БОЛЬШЕ ДЕНЕГ!	47
7 ПРИЧИН ЗАКАЗАТЬ АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА	47
С ЭТИМИ ПРОБЛЕМАМИ СТАЛКИВАЮТСЯ ВСЕ НОВИЧКИ В ИНФОБИЗНЕСЕ!.....	47
К СЧАСТЬЮ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ ТИПИЧНЫ И РЕШАЕМЫ!	48
ЧТО ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ?	48
КАК ЗАКАЗАТЬ АУДИТ СВОЕГО ИНФОБИЗНЕСА?.....	48
АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА СОСТОИТ ИЗ ТРЕХ ЭТАПОВ	49
ОГРАНИЧЕНИЯ	49
МАСТЕР-ГРУППА	51
ПОЧЕМУ ВАМ НУЖНО БЫТЬ В МАСТЕР-ГРУППЕ?.....	51
КАК ПРОХОДЯТ ЗАНЯТИЯ?.....	51
КОГДА ПРОХОДЯТ РЕГУЛЯРНЫЕ ЗАНЯТИЯ?.....	51
КАК Я СМОГУ ОБЩАТЬСЯ С ДРУГИМИ УЧАСТНИКАМИ?	52
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОУЧИНГ.....	53
КОУЧИНГ ДО РЕЗУЛЬТАТА	53
КОУЧИНГ БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЙ.....	53
ЗАЧЕМ ВАМ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОУЧИНГ?	54
Я РАД ВИДЕТЬ ВАС В СВОЕМ ПЕРСОНАЛЬНОМ КОУЧИНГЕ, ЕСЛИ... ..	55
ЧТО ВКЛЮЧАЕТ МОЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОУЧИНГ?.....	55
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ НАШЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА.....	55
ФОРМАТ РАБОТЫ	55
КАКИЕ ГАРАНТИИ?.....	56
ДА, Я ХОЧУ ПОПАСТЬ В КОУЧИНГ, ЧТО ДЕЛАТЬ?	56
ПРОДЮСИРОВАНИЕ	57
ПОЧЕМУ ВЫГОДНО БЫТЬ ПРОДЮСЕРОМ?.....	57
ЧТО ТАКОЕ LAUNCH EXPERT CLUB?	58
ВАШИ ОТЗЫВЫ	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	60
ДЛЯ ЗАМЕТОК.....	60

ВВЕДЕНИЕ

Здравствуйтесь, дорогой читатель! У вас в руках очень интересная книга, посвященная инфобизнесу.

Инфобизнес – достаточно новое направление в России (ему нет еще и 10 лет). По большому счету, настоящее развитие инфобизнеса в России началось только в 2007-2008 гг., когда Андрей Парабеллум привез этот бизнес из Америки, где он развивается почти четверть века.

Конечно, и до 2008 года в Рунете продавали информационные продукты и курсы, но системы не было, поэтому смело можно считать превращением инфобизнеса в серьезную индустрию интернет-бизнеса именно 2008 год.

Серьезной литературы на тему инфобизнеса не так много, и мне искренне хочется надеяться, что эта книга, равно как и следующие книги серии «Анатомия инфобизнеса» станут одними из лучших, когда-либо до этого написанных в России по этой теме.

Но, безусловно, настоящую оценку могут дать только читатели и время.

ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА?

«Анатомия инфобизнеса» - это не только и не столько книга. Она написана как практическое руководство для начинающих. Что это значит? Это значит, что любой человек, весьма далекий от инфобизнеса, прочитав эту книгу, сможет создать свой инфобизнес и зарабатывать на этом деньги. Особенно, если не остановится на чтении, а продолжит обучение.

Между тем, я уверен, что и профессионалы, успешно работающие в инфобизнесе на протяжении нескольких лет, смогут найти для себя что-то новое и полезное.

Хорошего много не бывает – именно этим принципом я руководствовался, когда писал. От идеи до выхода электронной версии первой книги **«Анатомия инфобизнеса: как быстро стать экспертом»** у меня ушло пять месяцев. До этого я никогда не писал книг и признаю, что не обладаю талантом Толстого, Достоевского или Лермонтова. Но этого и не требуется. В наш век ценность практической информации ценится намного выше, чем художественная красота слога.

И если хотя бы один из сотни читателей прочитает эту книгу до конца, а потом возьмет и применит все, или, хотя бы большую часть того, что в ней написано, создаст успешный инфобизнес и станет зарабатывать деньги, таким образом, я буду считать, что моя цель достигнута.

Для остальных, к моему глубокому сожалению, ничего не изменится. Такова жизнь, знания не приносят денег. Молодое поколение разучилось читать. Большинство из вас не дочитают книгу даже до пятой главы, а те, кто дочитают до конца – ничего не будут делать и продолжат жить своей обычной жизнью.

Именно поэтому я не боюсь бесплатно делиться теми знаниями, которые обошлись мне более чем в 100.000 рублей. В инфобизнесе нет конкуренции, в том числе, по причине того, что мало кому удается ее создать.

Зачем я это делаю? Если вас устроит такое объяснение, то я верю в Закон, согласно которому, чем больше я отдаю, тем больше я получаю взамен.

Кроме того, я уверен, что знания, как и деньги, должны все время находиться в движении. Сначала вы отдаете деньги или время за знания, пропуская полученную информацию через себя и обогащая ее своим опытом, и, таким образом, создавая дополнительную ценность для общества. Затем вы передаете новые знания дальше, получая взамен благодарность, которая, чаще всего выражается в деньгах и признании.

Замыкая эту цепь, оставляя полученные знания у себя и не давая им дальнейшего применения, вы нарушаете баланс – а, значит, не можете рассчитывать на признание и благодарность. Вам не помогут ни фэн-шуй, ни аффирмации, ни медитации, ни заклинания, ни гуру.

В современном мире ваша ценность измеряется той пользой, которую вы можете принести обществу.

И, именно инфобизнес, именно создание и продажа информации - являются лучшей средой для обмена знаний на деньги.

Поэтому, где-то в глубине души, я верю, что вы, мой друг, необычный и решительный человек. И в состоянии разглядеть золотой песок под ногами. Сделайте правильный выбор – будет ли эта книга еще одним бесполезным знанием для вас или станет настольным практическим руководством – руководством для будущего эксперта.

В любом случае, как бы ни сложилась ваша дальнейшая жизнь, я хочу пожелать вам успехов на пути к достижению целей!

*Искренне Ваш, Григорий Озеров,
автор книги «Анатомия инфобизнеса»*

УСЛОВИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ КНИГИ

Публикация книги целиком или ее отдельных глав в свободном доступе запрещена! Если Вы хотите поделиться книгой со своими читателями, подписчиками и/или посетителями сайта, то вы можете сделать это цивилизованно, без нарушения авторских прав.

Для этого зарегистрируйтесь в нашей партнерской программе и получите специальную ссылку. Став партнером, вы сможете зарабатывать деньги на рекомендациях других книг серии (они будут продаваться за деньги), а также других информационных продуктов и услуг автора данной книги, Григория Озерова. Подробности на странице <http://launchexpert.ru/affiliate>

ГЛАВА 1. МОЙ ДОЛГИЙ ПУТЬ В ИНФОБИЗНЕС

Приветствую Вас, дорогие читатели! Меня зовут Григорий Озеров.

Моя история может послужить вам отличным примером того, как делать не надо. Очень хочется верить, что кому-то из читателей мои ошибки помогут сэкономить несколько лет и заработать много денег, чтобы успеть ухватить от жизни все яркие краски именно тогда, когда они молоды и свободны.

Впрочем, и я еще совсем не стар, на момент написания книги мне всего 36 лет – и я умею зарабатывать деньги в инфобизнесе. А значит, у меня впереди еще очень много ярких впечатлений, открытий и достижений.

Но все могло сложиться совершенно иначе, если бы в далеком 2004 году, когда мне было 28 лет, я бы верно оценил перспективы информационного бизнеса и сел бы в поезд, следующий в нужном направлении. Но я этого не сделал. И вот почему.

2004 ГОД

В 2004 году я работал простым менеджером в маленькой местной компании, которая продавала, устанавливала и обслуживала бытовые кондиционеры. Работа была скучная, денег платили мало, а я уже понимал, что мне почти тридцать, и надо что-то в жизни менять.

И тогда я стал изучать веб-программирование, HTML, PHP и прочие премудрости создания сайтов. Мой первый сайт **esperto.ru** был посвящен продажам. Тогда же я создал свой первый электронный курс и даже сумел продать примерно 50 копий по 1500 рублей на дисках в течение шести месяцев.

Но тогда меня такой результат не впечатлил, и я подумал, что, наверное, весь этот интернет-маркетинг – полная ерунда. Проект был закрыт, эксперимент завершен.

2005 ГОД

Впереди меня ждали еще шесть интересных лет, в течение которых было многое – собственная веб-студия, деятельность в качестве независимого финансового советника, работа по найму в ИТ-компании и крупном федеральном банке.

Так или иначе, вся моя деятельность была связана с Интернет и продажами, однако, я мало следил за тем, во что превращается индустрия инфобизнеса и интернет-маркетинга.

2011 ГОД

Именно с начала 2011 года можно вести отсчет моего «второго пришествия» в инфобизнес.

Но началось все с ... валютного рынка FOREX! В октябре 2010 года я пришел на рынок форекс с фондового рынка, где два года инвестировал в российские акции.

Именно доход с валютного рынка позволил мне послать к черту порядком надоевший мне банк и снова уйти на вольные хлеба. Тем более, что директор по розничному бизнесу прямо намекал мне, что в банке мне больше ничего не светит, а в большие боссы я не гожусь.

За полгода я довел свой торговый портфель до 10.000 долларов, и когда в Японии в марте 2011 года случилось землетрясение, я очень много на этом заработал, сначала на резком падении йены, потом на таком же резком взлете в результате интервенции Банка Японии.

К маю на моих счетах было более 100.000 долларов! Именно тогда я решил начать вести свой блог по трейдингу, обучать начинающих и проводить эксперименты с торговыми роботами.

Так как на тот момент у меня скопились существенные долги по кредитам – более половины состояния ушло на выплату, остальной торговый капитал уходил на семейные нужды и постепенно «таял» в результате финансовых катаклизмов и рискованных экспериментов.

Осенью 2011 года, когда у меня осталось столько же, сколько было в начале марта, а именно, 10.000 долларов, я прекратил торговлю и навсегда покинул FOREX.

Я окончательно решил стать блоггером, создавать видеокурсы для трейдеров и продавать их. Каждый день я писал статьи про форекс и трейдинг на своем новом сайте **sunforex.net**, продавал как партнер чужие курсы по форексу и разрабатывал свои видеокурсы, давал контекстную рекламу...

2012 ГОД

Прошло полгода – а результат был ужасен. Уровень дохода с моей деятельностью не превышал 1000 долларов в лучшие месяцы, форекс мне надоел, писать было не о чем. Тут бы, казалось, очередной game over – руки вверх и снова на работу в офис или начинать бизнес с очередной идеей.

И я даже снова успел поработать на крупную компанию. В декабре 2011 года я возглавил региональный офис крупной федеральной компании по финансированию малого бизнеса, увеличил за три месяца кредитный портфель в шесть раз и... снова уволился!

В самом конце апреля я решил еще раз сменить направление. И построить уже свой инфобизнес, к которому шел 8 лет! Я записался в тренинг «Эксперт на миллион» к Алексу Айвенго – и это событие стало поворотным моментом.

Уже к августу доходы от инфобизнеса стали хоть и небольшими, но постоянными, превышая 1000 долларов, а в октябре 2012 года мой доход от инфобизнеса превысил шестизначную цифру в месяц.

По секрету только вам, дорогой читатель – этот доход был получен с подписной базы 500 человек. Только, чур, никому – оказывается, можно зарабатывать приличные деньги и с небольшой подписной базой!

ЧТО ДАЛЬШЕ?

Что дальше? Дальше я, недолго думая, сразу решил перейти на новый уровень и пошел в проект «Коучинг на миллион» к Андрею Парабеллуму и Антону Ельницкому.

Сейчас, когда я пишу эти строки (декабрь 2012), совершенно неизвестно, что ждет меня в этом проекте – займу ли я достойное место в элите российского инфобизнеса, став миллионером, или сойду с дистанции – и в социальных сетях будут шептаться за моей спиной: «Смотрите, это тот самый лузер, что участвовал в коучинге на миллион и не смог дойти до финала...!»

Конечно, я иду до конца, с намерением выиграть. Я выиграю в любом случае, вопрос лишь в том, сколько времени мне на это потребуется. И, независимо от того, как сложится моя судьба в проекте «Коучинг на миллион», я уже умею зарабатывать деньги в инфобизнесе.

И буду учить этому других – как создавать инфобизнес с нуля и выводить его на уровень 10,000 USD и больше, как создавать и запускать линейки информационных продуктов, как продавать и управлять проектами; я буду помогать реанимировать перспективные проекты, обучать продюсированию и лично продюсировать начинающих и известных экспертов.

Получится ли у меня, у человека, имеющего за спиной 15-летний успешный опыт продаж, опыт создания реального бизнеса, управления проектами и опыт больших побед в инфобизнесе, добытых малой кровью, научить вас зарабатывать деньги?

Я без сомнений отвечаю «ДА»!

А воспользуетесь ли Вы моим предложением взять Вас за руку и довести до результата, или в очередной раз отложите эту книгу в сторону, не веря ни мне, ни себе – решать только Вам.

Где мы будем завтра – это результат нашего выбора сегодня! Читайте дальше, будет интересно!

ГЛАВА 2. РЕЛИГИЯ ИЛИ БИЗНЕС? ГУРУ, МИССИОНЕРЫ И ТУЗЕМЦЫ

Инфобизнес и религия, как ни странно, имеют много общего.

Сразу хочу заявить, что я ни в коей мере не хочу задеть чьи-то религиозные чувства. Я за мир во всем мире и за цивилизованное сосуществование всех религий. Здесь и далее я привожу сравнения исключительно в метафорической форме и не намекаю ни на одну из действующих или прошлых религий.

РАЗРЕШИТЕ ВСТУПИТЬ В ВАШУ СЕКТУ?

В чем же сходство инфобизнеса и религии? В инфобизнесе принято называть ведущих экспертов в каком-либо направлении не иначе как «гуру».

А раз есть гуру, значит, есть и учение. А если есть учение, у гуру должны быть последователи, ученики. И, поскольку, гуру слишком «крут», чтобы самостоятельно идти в народ и проповедовать свое учение, ему нужны миссионеры.

И все эти три категории людей в полной мере представлены в инфобизнесе, равно как и в различных религиозных верованиях.

В Индии любой может объявить себя гуру и проповедовать свое учение. Если у гуру находятся последователи – его учение начинает быстро распространяться, а его ашрам процветать.

Так и в инфобизнесе – любой может объявить себя гуру и заявить, что он нашел новый, 1001-й способ решения проблем в той или иной области. И чем больше людей поверят новоиспеченному гуру, тем лучше станет его жизнь.

А если его знания действительно способствуют решению жизненно важных проблем, будь то зарабатывание денег, улучшение здоровья, приобретение полезных навыков и т.п., то благодарность и признание не заставят себя долго ждать, ученики станут миссионерами и понесут учение в массы.

Конечно, друзья мои, это юмор, но он не так далек от истины, как может показаться. У каждого из вас есть шанс пройти путь от ученика до гуру за несколько лет. И здесь слово «гуру» я употребляю в положительном смысле, если кто не понял.

МИССИОНЕРЫ В ИНФОБИЗНЕСЕ

Когда-то Колумб открыл Америку, и европейская цивилизация стала нести туземцам новые знания. Прошло не так много времени, и вот уже с берегов Америки несется ветер перемен.

Помните, в начале 90-х годов в Россию из Америки ехали миссионеры всех мастей, проповедуя разные религиозные течения. Для них мы были туземцами, как когда-то африканские аборигены или индейцы для католических миссионеров.

Они бесстрашно шли в джунгли и выманивали туземцев с пальм обещаниями новой жизни и новых знаний. Большинство туземцев с недоверием относились к миссионерам, иногда их убивали, закидывали камнями и съедали на обед.

Но часть туземцев проникалась новой жизнью, и затем они уже сами в качестве миссионеров шли дальше и дальше.

Зачем я все это говорю? Если перенести все эти метафоры на современный лад, то можно с удивлением обнаружить много сходства.

Все так же серая масса (толпа, большинство), как туземцы сидит на пальмах, цепляясь за серую жизнь. Все также недоверчиво и недобро смотрят они на миссионеров, которые рискнули спуститься с пальмы, попробовать что-то новое, изменили свою жизнь и пытаются достучаться до сородичей.

Все также их бьют и съедают (теперь, слава Богу, в переносном смысле – морально, через критику и обструкцию – но не менее от этого болезненно). Все также большинство не хочет ничего делать, не хочет учиться новому.

Но вспомните закон, о котором я говорил в самом начале книги – знания не должны застаиваться, иначе провал миссии. И вы, вступая на путь инфобизнеса, должны взять на себя роль миссионера, идти в массы, к туземцам, и выманивать их с пальм, показывая лучшую жизнь.

И когда-нибудь, когда у вас будет много последователей, вас объявят гуру и уже ваши миссионеры понесут знания в массы. Без миссионеров в инфобизнесе никак. Только называют их по-другому.

Я представляю, какими булыжниками в меня будут кидаться за такие сравнения, искать слабые места, чтобы ударить побольнее, пытаться доказать, что я не прав, возмущаться о том, кто я вообще такой, чтобы писать.

И все ради того, чтобы не испытывать сомнений и не оправдываться в своем ничегонеделании. Ну и на здоровье, лишь бы вам было хорошо. Ведь жить как все проще, но, к сожалению, не так интересно.

БОЛЬШОЙ ПРИХОД – БОЛЬШОЙ ДОХОД

Продолжаю тему сравнения инфобизнеса с религией. Чем лучше вы проповедуете, тем больше людей ходят на ваши проповеди. И тем больше они делают пожертвований. Тем известнее вы становитесь и тем больше вас уважают. При этом материальный достаток тоже прилагается, если, конечно, вы не проповедуете отказ от этого.

Но мы с вами говорим про инфобизнес. А бизнес – это, прежде всего, возможность и способ зарабатывать деньги. Поэтому, чем лучше вы продаете, чем лучше вы рекламируете свой бизнес, свои знания и навыки, тем лучше будет ваш приход, и, соответственно, доход.

Во многих религиях к торговцам всегда относились с пренебрежением, их выгоняли из храмов. И все это делалось с единственной причиной – избавиться от конкурентов. Каждая церковь во все времена всегда торговала верой. Религия – это бизнес!

И если у вас до сих пор в голове сидит стереотип, что торговать – это плохо, вам, непременно, стоит от него избавиться, иначе вам не видать успеха в инфобизнесе. Всеми силами вам надлежит увеличивать свою армию последователей, ибо это и есть успех.

ПОЧЕМУ ТУЗЕМЦЫ НЕ СТАНОВЯТСЯ ГУРУ И МИССИОНЕРАМИ?

Казалось бы, сегодня доступны все знания, чтобы начать свое дело, зарабатывать приличные деньги. И риск практически нулевой – бери и делай!

Но нет, большинство продолжает бояться, бездельничать, жаловаться на жизнь и продолжать жить в нужде. Почему люди работают за копейки на других, вместо того, чтобы делать сотни тысяч на тех же знаниях и навыках? Почему не верят, когда им показывают на живом примере как надо делать? Почему живут так и тратят время, будто впереди целая вечность?

У меня нет объяснений этому. Наверное, естественный отбор существует. Чтобы найти золотой самородок, надо «перелопатить» тонны породы.

Туземцы никогда добровольно не слезут с пальмы. Но вам все равно придется снимать их оттуда в поисках тех, кто захочет изменить жизнь и пойти за вами. И ради этого стоит работать, ибо нет ничего лучше, когда вам говорят «спасибо, за то, что помог мне изменить жизнь!», да еще и платят за это деньги!

КАК ПЕРЕСТАТЬ БЫТЬ ТУЗЕМЦЕМ И СПУСТИТЬСЯ С ПАЛЬМЫ?

Теперь о вас, дорогой друг. Да-да, именно о вас, не оглядывайтесь по сторонам, я обращаюсь именно к вам!

Если вы до сих пор сидите на пальме в ожидании лучших времен, я хочу расстроить вас: лучшие времена никогда не наступят! Вы состаритесь в ожидании чуда! Я тоже долго сидел на пальме и ждал, когда мне на голову свалится миллион долларов и я, наконец-то, решу разом все свои проблемы, куплю виллу на Карибах, белый «Мерседес» и заживу роскошной жизнью. Я продолжал работать, читал умные книги, визуализировал, медитировал, но при этом ничего не делал! Чтобы осознать, какой я идиот, мне понадобилось 10 лет!

Всего два простых слова «возьми и сделай» - в них кроется смысл настоящего успеха. Но как много времени порой необходимо на осознание этой истины!

Мы до сих пор ждем Деда Мороза каждый Новый Год, и расстраиваемся, что он опять не заехал к нам и не привез подарки – новую машину, тонкую талию, накачанные мышцы, путешествие в Америку, новый дом на берегу моря – ведь вы же просили на Новый Год, а он, подлец, не подарил!

Но если бы он заглянул к вам на огонек, то вам бы пришлось несладко. Если детишек Дед Мороз спрашивает, хорошо ли они вели себя в уходящем году и просит рассказать стишок, то с вас он «спросил» бы по полной программе! «А что ты сделал в этом году, чтобы получить подарок?» И бил бы вас по лицу, потому что вы потратили его и свое время зря, снова ничего не сделали, или сделали недостаточно!

Смешно? Конечно! Но, опять же, очень недалеко от истины! Совсем скоро закончится еще один год – что вы сделали для достижения успеха? Я, по крайней мере, написал книгу и начал заниматься бизнесом, к которому шел последние пять лет. А вы?

Слезайте, вашу мать, с пальмы! Сейчас. Сегодня. Ни завтра, ни в следующий понедельник, ни после Нового Года. Именно и только сейчас. Вы можете начать создавать свои лучшие времена, если начнете действовать! Не верите в свой успех и в свои силы? Отлично! Не знаю почему, но наибольших успехов в инфобизнесе добиваются те, кто не верит в результат, но действует. И мы с вами не исключение!

ГЛАВА 3. ЧТО ТАКОЕ ИНФОБИЗНЕС?

Как только не называют в России бизнес в Интернете – интернет-бизнес, инфобизнес, электронная коммерция, онлайн-бизнес, инфо-маркетинг...

В Википедии нет конкретного определения этого слова, но давайте внесем ясность, чтобы понимать, о чем же мы с вами будем говорить?

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНФОБИЗНЕСА

Даю такое определение (может быть, немного сложновато, зато полностью отражает главную суть инфобизнеса):

Инфобизнес (сокращение от «информационный бизнес») – это вид интернет-бизнеса, цель которого – решение проблем и достижение результатов у клиентов через создание и продажу информационных продуктов (инфопродуктов), а также через живое и/или дистанционное групповое (вебинары, семинары, тренинги) или индивидуальное (коучинг) обучение.

Проще говоря, если вы занимаетесь созданием и продажей инфопродуктов (электронных книг, аудио- и видеокурсов), проводите вебинары и тренинги, занимаетесь коучингом и консалтингом, при этом у вас есть сайт, на который все завязано – вы занимаетесь инфобизнесом.

В остальных случаях – чем-то другим.

ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС И ИНФОБИЗНЕС – В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ?

Продолжая разбираться в терминах, давайте уясним, что инфобизнес – это всего лишь часть большого интернет-бизнеса.

Facebook, Twitter, Google, Amazon, eBay, Яндекс, Одноклассники – это все интернет-бизнес. Но это не инфобизнес. Кто-то создает информацию, кто-то только продает, кто-то предоставляет доступ к информации бесплатно, но до тех пор, пока это не объединено воедино – это что-то другое. Почему я пытаюсь акцентировать на этом ваше внимание?

Чтобы вы понимали, во что ввязываетесь! Вы вряд ли сможете объяснить своим близким, друзьям и знакомым, а уж тем более родителям – чем вы занимаетесь. Вы, по сути, будете продавать воздух! Вас будут называть сектантами, мошенниками, лоховедами, обманщиками и т.п. Вас будут ругать, критиковать, писать про вас гадости.

Ты почитай, что пишут о тебе на форумах, тысячи человек шлют тебя хором нах...

(Каспа)

У вас будут воровать информацию и выдавать за свою. Будут взывать к вашей совести и говорить о том, что нужно делиться информацией бесплатно. Будут требовать помочь и войти в положение. Будут смеяться в лицо и за глаза, крутить пальцем у виска и говорить, чтобы вы нашли нормальную работу в те моменты становления, когда у вас ничего не будет получаться.

Вас будет одолевать отчаяние и желание послать все к черту, потому что никто не будет понимать вас. Вам будут завидовать и говорить, что вам просто повезло, когда вы добьетесь

успеха. Привыкайте! На вершинах всегда холодно и одиноко. И только такие же сумасшедшие, как и вы, такие же одинокие волки станут вашими друзьями.

Испугались? Хотя бы будете теперь знать сами, что вас ждет. Но на другой чаше весов – настоящее золото в виде денег и людской благодарности. И это перевешивает все недостатки!

Несколько слов о том, что не является инфобизнесом или только частично относится к этому виду деятельности.

ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ И ПРОЧЕЕ ЛОХОВОДСТВО

Именно из-за пирамидонов и прочих мошенников инфобизнес часто называют лохотроном. Почему? Потому что жулики и проходимцы тоже предлагают заниматься бизнесом в Интернете.

А простому обывателю все едино – что бизнес в Интернете, что инфобизнес, что очередная касса взаимопомощи или howno-курс.

Воистину, у нас Страна чудес! Кинули в лету времена МММ, «Властилины» и «Хопер-Инвеста». Но прошло несколько лет, появились и благополучно исчезли с деньгами своих клиентов «Рубин» и «IntWay». А потом снова МММ-2011. И снова облом! И каждый день открываются новые кассы взаимопомощи, какие-то стремные инвестиционные интернет-фонды, пирамиды, маскирующиеся под MLM-компании. И снова и снова несут люди свои червонцы на поле чудес. И снова они потеряют деньги!

Эта жажда легких денег, видимо, неистребима в нашем народе. Потому что никто не хочет напрягаться. Все хотят всего и сразу. И желательно побольше. Строить бизнес? Это рискованно! А скажите им прямо: «Это пирамида! Я у десятерых деньги возьму, но верну только одному!». И они уговорят вас взять их деньги, в тайне надеясь, что вы вернете деньги именно им. И займут у соседа, и возьмут кредит, и продадут в азарте последнее. Но история повторится.

Поэтому, хочу предостеречь вас, дорогой друг! Однажды вы соберете вокруг себя много людей, которые будут вам доверять – ваших клиентов и подписчиков. И храни вас Господь от того, чтобы поддаваться соблазну и попасть на крючок какого-нибудь мошенника, который уговорит вас быстро разбогатеть, предложив вашим клиентам последовать за вами в новую пирамиду.

Когда пирамида рухнет, возможно, вам удастся немного заработать, но карму и репутацию вы испортите навсегда. Вам больше никто не поверит.

Поэтому внимательно выбирайте партнеров и всегда изучайте, что вы предлагаете людям.

В инфобизнесе мы создаем полезную информацию и продаем ее за деньги. В пирамидах продают жадность. И она очень дорого стоит, но это не наш метод!

ФОРЕКС И АЗАРТНЫЕ ИГРЫ

Форекс тоже часто называют интернет-бизнесом. И там реально можно заработать очень большие деньги и очень быстро. Я очень уверенно говорю вам об этом, так как сам долгое время торговал на валютном рынке.

Проблема здесь в том, что заработать быстро можно, но потерять можно еще быстрее. Ситуация на рынке постоянно меняется. Верят в технический анализ только самые отчаянные парни. Правда заключается в том, что несмотря на тысячи книг и курсов, до сих пор не удалось

создать прибыльную стратегию, которая работала бы на протяжении длительного периода времени.

Вы можете годами быть успешным трейдером или игроком в покер, и зарабатывать хорошие деньги. Но однажды жадность или обстоятельства возьмут верх над разумом, и вы проиграетесь в пух и прах. Такова человеческая природа. Таблеток от жадности еще не придумали.

Есть направление, которое можно с натяжкой отнести к инфобизнесу. Это создание курсов по форексу и покеру. Но я не видел ни одного создателя курсов, который бы вел групповое или индивидуальное онлайн-обучение трейдингу, спортивному или финансовому беттингу или покеру по своим методикам и гарантировал бы результат. Почему? Потому что работающих методик не существует! А значит здесь что-то не совсем чисто. Точнее, совсем нечисто, потому что все курсы по форексу – это неприкрытый обман.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ (ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ И СЕРВИСЫ)

Это еще одно очень большое и многостороннее направление интернет-бизнеса. Электронная коммерция состоит из двух больших видов деятельности:

- Интернет-магазины
- Онлайн-сервисы и приложения (в т.ч. мобильные)

Впрочем, запутаться и понять, чем отличается электронная коммерция от инфобизнеса, довольно сложно. Но мы попробуем.

Так, торговля любыми товарами через Интернет – это электронная коммерция в чистом виде. И к инфобизнесу такая торговля не имеет никакого отношения. Но, если вы продаете свои тренинги через свой интернет-магазин, то чем вы занимаетесь? Электронной коммерцией или инфобизнесом? Правильный ответ будет – и тем, и другим. А если вы только учите посредством курсов или тренингов, как создать интернет-магазин – это инфобизнес.

Кроме того, существует множество онлайн-сервисов, которые созданы исключительно для нужд инфобизнеса – сервисы рассылки, сервисы приема платежей и партнерских программ и т.п. Это тоже инфобизнес и электронная коммерция, два в одном. Мы еще неоднократно будем говорить о таких сервисах в этой книге, так что вы сможете убедиться в этом сами.

Таким образом, грань между инфобизнесом и электронной коммерцией существует, но очень часто такие границы условны.

БЛОГГИНГ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА И РЕКЛАМА В СОЦСЕТЯХ

Еще один очень похожий вид бизнеса в Интернете, который многие считают инфобизнесом. И, более того, я уверен, что большинство читателей-блоггеров будут утверждать, что я не прав, разделяя блоггинг вкпе с заработком на контекстной рекламе и инфобизнес.

Блоггеры бывают разные.

Все без исключения инфобизнесмены ведут блоги, потому что блог – это связующее звено между ними и потенциальными клиентами. В своих блогах они рассказывают о личной жизни, новых событиях и продуктах, и просто пишут статьи по своей теме. Но не все, кто ведут блоги, занимаются инфобизнесом.

Многие знаменитости ведут блоги, чтобы быть ближе к своим фанатам и поклонникам. Многие путешественники ведут блоги, чтобы рассказывать о местах, в которых они побывали. Люди ведут блоги, потому что они хотят рассказывать о своих хобби.

Навальный ведет блог, чтобы набрать политические очки (ну или чтобы бороться с коррупцией, кому как нравится). Артемий Лебедев ведет блог, потому что он... Артемий Лебедев, умеет хорошо ругаться матом, а еще он хороший дизайнер и путешественник.

Но ведь никто в здравом уме не скажет, что Навальный и Лебедев занимаются инфобизнесом!

Также существуют:

- блоггеры, которые пишут своими и чужими руками (нанимая копирайтеров) огромное количество статей, оптимизированных для поисковых систем с целью увеличения посещаемости блога;
- блоггеры, которые размещают блоки контекстной рекламы с единственной целью – чтобы по ним как можно чаще кликали;
- блоггеры, которые продают и покупают ссылки, продают права на размещение статей другим пользователям;
- блоггеры, которые делают обзоры каких-то товаров и пишут экспертные статьи для покупателей;
- создатели открытых групп в социальных сетях с популярным контентом;
- и другие...

И это все – рекламный бизнес! Такие блоггеры занимаются созданием информации, но продают они чужую рекламу. Они могут являться экспертами в своей нише, но не обучают других, а продают свое мнение. Чувствуете разницу?

В эту же категорию, хотя и в меньшей степени, я бы отнес реселлеров – интернет-предпринимателей, ведущих свой бизнес на партнерских программах. Суть проста: вы даете контекстную рекламу и торгуете своим мнением, нахваливая чужие продукты и услуги (как правило, это ваши статьи в блоге и на форумах).

Ничего плохого в этом нет, большинство новичков в инфобизнесе начинают именно так. И здесь грань еще тоньше.

Занимаясь бизнесом на партнерских программах, вы, безусловно, продаете информацию. Вы даже создаете информацию (собственное мнение о каком-либо товаре или о какой-либо услуге – тоже, в какой-то степени, информация). Но у вас нет собственной ценной информации, и вы не обучаете других.

Вы как бы в теме, рядом и вокруг инфобизнеса, но не в нем. До тех пор, пока у вас не появится первый инфопродукт собственного производства! И тогда партнерский бизнес становится прекрасным дополнением к вашему инфобизнесу.

Но, как и в предыдущем случае, инфобизнес, который обучает блоггингу и заработку на контекстной рекламе, или заработку в партнерских программах, тоже имеет место быть.

Некоторые умудряются совмещать два-три бизнеса в одном, но из этого в принципе ничего хорошего получиться не может, потому что структура блогов для рекламного бизнеса, партнерского бизнеса и инфобизнеса различается.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ (МЛМ)

Сетевики, в принципе, никогда не считали себя инфобизнесменами (по крайней мере те, которых я знаю, а знаю я людей из МЛМ-структур немало). У них другие цели и задачи.

Хотя при этом у представителей МЛМ-индустрии есть сайты (блоги), есть рассылки для привлечения подписчиков, есть бесплатные продукты, они проводят онлайн-обучение, тренинги и даже личный коучинг для своих партнеров, у них есть интернет-магазины, партнерский программы (маркетинг-план). Вроде бы все то же самое, что и в инфобизнесе? То, да не то!

Есть одно важное принципиальное отличие. В инфобизнесе вы создаете бренд и играете по своим правилам. Вы сами решаете, какие продукты и услуги создавать. Вы устанавливаете цены для клиентов. Вы можете диктовать свои правила клиентам и партнерам. Вы можете менять условия вознаграждения своим партнерам. Вы можете послать любого клиента лесом, если он вас достал. Или уволить нерадивого партнера.

А в МЛМ по-другому! Вы приходите под чужой бренд. Вы принимаете чужие правила игры. МЛМ-компания решает, какие продукты вы будете продвигать на рынке, и по каким ценам. Вы работаете по маркетинг-плану, который в любой момент может быть изменен владельцами бизнеса. Вы дистрибьютор! Вы часть бизнеса, который вам не принадлежит! Винтик в большом механизме, кирпичик в пирамиде.

Я осознаю, что навлекаю на себя гнев сетевиков-фанатиков. Ведь вся ценность сетевого маркетинга построена на том, что это ваш бизнес. Он действительно ваш, но вам его дали взаймы. Вы можете зарабатывать миллионы в сетевом маркетинге, но единственный ценный актив в МЛМ-бизнесе – это ваша структура.

Если у вас есть структура – вы будете процветать. Вам все равно, в какой компании работать – со своей структурой вы можете мигрировать, как перелетные птицы в поисках более значных мест, что, кстати, многие лидеры и делают.

К тому же – в сетевом бизнесе много компаний, замаскированных под МЛМ, но по факту являющихся финансовыми пирамидами. И участие в таких структурах чревато потерей репутации. К тому же, негатив, с которым сталкиваются сетевики в своей деятельности, намного больше недоверия к инфобизнесу. (Когда речь заходит не о продуктах, а о бизнес-партнерстве – ведь ради этого все затевается, не правда ли?)

Поэтому МЛМ-бизнес, при всей схожести подходов и методов, кардинально отличается от инфобизнеса. И если вы не имеете большой структуры партнеров и не готовы потратить годы на то, чтобы ее сформировать, мой вам совет – начните инфобизнес, вы уже знаете и умеете почти все!

ФРИЛАНС

Про фрилансеров тоже иногда говорят, что они занимаются бизнесом в Интернете. Некоторые офисные сотрудники мечтают уволиться и стать фрилансерами. (О, ужас!)

Но, давайте будем объективны! Тысячи голодных фрилансеров готовы устроить виртуальную драку за любого клиента, который предлагает свою цену, которая, как правило, далека от первоначальных ожиданий. И они готовы демпинговать, словно гастарбайтеры, лишь бы получить заказ! Есть, конечно, звезды, но их мало, заказы у таких фрилансеров, в основном, от

постоянных клиентов и на несколько месяцев вперед. Поэтому называть фриланс бизнесом может только непосвященный человек.

Фриланс – это удаленная работа. С нестабильным доходом. Удивительно, как много классных специалистов продают свое время за копейки ради возможности не ходить на работу в офис!

Инфобизнесом здесь даже не пахнет! Хотя многие фрилансеры обслуживают нужды инфобизнеса: копирайтинг, веб-дизайн, создание и раскрутка сайтов, блогов и групп в социальных сетях, перевод аудио в текст и т.п.

Фрилансеры – это негры на бескрайних плантациях инфобизнеса! Это гастарбайтеры, которые строят ваш инфобизнес практически за еду!

Если вы, дорогой друг, зарабатываете на жизнь фрилансом, подумайте вот о чем: если сделать обучающий курс по вашей специализации, можно зарабатывать в 5-10 раз больше! Подумайте об этом, когда будете писать продающий текст или делать сайт очередному инфобизнесмену.

ЗАРАБОТОК В ИНТЕРНЕТЕ

Завершая главу, не могу не сказать несколько слов о так называемых легких видах заработка в Интернете. Обычно на это попадают новички, но очень быстро понимают, что заработать на кликах, на просмотре сайтов и рекламных баннеров, на участии в опросах за деньги и прочей ерунде практически невозможно.

Но, поскольку армия таких глупцов велика и они мало в чем разбираются, принимая за бизнес в Интернете все подряд (инфобизнес для таких людей стоит где-то между линк-серфингом и рассылкой спама), эти обманутые лузеры с негодованием забивают своими возгласами все форумы, пишут что заработать в Интернете невозможно, что инфобизнес – это обман, лохотрон и т.п.

Именно из этой социальной среды происходят халявщики, которые бесплатно качают (воруют) чужую информацию, но при этом ничего не делают. Следующие этапы деградации халявщиков (после того, как они набрали курсов, и им ничего не помогло) – это пиратство и троллинг.

Они либо присоединяются к армии пиратов, которые не просто воруют чужой контент, но и принимают участие в его распространении, нарушая авторские права (что, кстати, является уголовным преступлением); либо становятся троллями, начиная флудить на форумах, в социальных сетях, на бесплатных вебинарах и везде, куда могут добраться.

Для нормального инфобизнеса наличие в окружении троллей – это хорошо. Они наряду с пиратами, как своеобразный индикатор популярности: если вокруг много троллей, которые пишут про вас гадости, если ваши продукты воруют и размещают на торрентах, значит, вы двигаетесь в правильном направлении. Почему это хорошо, я расскажу позже.

Надеюсь, вы понимаете и без меня, что всякий бред, вроде кликанья по ссылкам и просмотра рекламы – это не бизнес вовсе, а развод для дураков. Искренне надеюсь, что вы не из их числа!

Флуд - сообщения в интернет-форумах и чатах, занимающие большие объемы и не несущие никакой полезной информации.

Троллинг - в наиболее общем виде это явление характеризуется как процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационной информации с целью нагнетания конфликтной атмосферы путём

нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия. В отношении пользователя, осуществляющего троллинг, утвердилось определение «тролль». Это слово приобрело популярность из-за другого его значения — «троллей» как существ, упоминаемых в скандинавской мифологии. Мифологические существа тролли, особенно в детских рассказах, изображаются в качестве уродливых, неприятных существ, созданных для причинения вреда и сотворения зла.

ГЛАВА 4. КАК ПОПАДАЮТ В ИНФОБИЗНЕС?

Существует несколько путей, которыми люди попадают в инфобизнес. Я очень надеюсь, что какой-то из них окажется вашим.

ПУТЬ №1. САМОСТОЯТЕЛЬНО И ОСОЗНАННО

Однажды вы решаете для себя, что инфобизнес – это то, чем вы всегда хотели заниматься. Не тратьте бездарно время на работу в скучном офисе, продавая йогурты или кредитные карты. А делать именно ЭТО! Двигаться вперед быстрее всех, усваивать, обрабатывать и выдавать огромные объемы полезной информации, жить в информационном потоке, креативить, отдавать много и получать еще больше, помогать людям добиваться успеха.

Если для вас имеют значение такие ценности как финансовая свобода, возможность путешествовать и одновременно вести бизнес, если вы не можете жить в болоте, если в глубине души вы чувствуете, что созданы для чего-то большего – этот путь для вас!

ПУТЬ №2. КОГДА ВСЕ ДОСТАЛО, ОТ БЕЗЫСХОДНОСТИ ИЛИ КОГДА НУЖНЫ ДЕНЬГИ

Такой путь в инфобизнес – тоже достаточно распространенное явление. Иногда в жизни возникает ситуация, когда все достало – все ваши представления о жизни рушатся, крысиные бега вверх по карьерной лестнице больше не имеют смысла, когда утром встаешь с мыслью «вот нах.. я сегодня проснулся»?

И внешне при этом все выглядит хорошо и пристойно – жена, дети, квартира, машина, ипотека, работа – живи и радуйся! Но нет драйва от жизни, тоска зеленая. Наверное, молодым людям до 30 лет меня не понять, такое бывает ближе к тридцати пяти. Иногда это называется кризисом среднего возраста.

Нет ощущения значимости, осознания, что ты кому-то нужен в этом мире кроме твоих близких, что ты кому-то можешь реально помочь. Хотя бы в том, чтобы не делать твоих ошибок и сэкономить несколько лет жизни.

Это состояние застревает в голове и с каждым днем только разрастается. И человек делает нелегкий выбор – либо спивается, либо становится дауншифтером, либо ищет свое новое место в жизни. Зачастую он проходит через все три этапа. Иногда останавливается на одном. На первом.

Почему я так эмоционально об этом говорю? Потому что это был мой путь в инфобизнес. Добравшись по карьерной лестнице до директора регионального офиса крупной финансовой компании, я понял, что здесь финиш. Больше не могу работать на дядю. Не могу продавать всякое howno. И я ушел. Меня никто не понял, и я объяснить толком не мог.

Я не спился, не стал дауншифтером и не стал прятаться от реальности, потому что к этому моменту я понимал, чем я хочу заниматься дальше.

Я начал тратить время и деньги на курсы и тренинги, которые в глазах близких в принципе не могли представлять никакой ценности, я сидел с умным видом перед ноутбуком, иногда брал микрофон, запирался в комнате и разговаривал, глядя в монитор. Со стороны вполне могло показаться, что я сошел с ума.

А деньги в инфобизнесе появляются не так быстро (по крайней мере, так было у меня и еще, примерно, у 80% людей, решивших заняться инфобизнесом, и поставивших на карту многое). И появился новый мотив: когда очень нужны деньги.

Когда нет денег - это хороший повод начать по настоящему влюбляться, поверьте мне, если никогда до этого не сталкивались с подобной мотивацией. Мозг начинает работать более изошренно, появляются креативные идеи, улучшается работоспособность и сокращается время сна.

Но есть у этого мотива некоторые различия, которые могут привести в противоположным результатам.

Если вы будете цепляться за инфобизнес, как за последний шанс – у вас, скорее всего, ничего не получится. Почему? Наверное, можно было бы дать этому объяснение, но я хочу предложить вам самим поразмыслить над этим. Но существует факт, проверенный временем и тысячами неудачников, ушедших из инфобизнеса несолоно хлебавши. Инфобизнес – это не то дело, в котором стоит искать последний шанс.

Но стоит вам немного изменить мышление, как начнут происходить чудеса. Как только вы перестанете думать, что инфобизнес – это ваш последний шанс, что вот-вот на вас прольется золотой дождь и великие гуру падут ниц перед вашей крутостью, и начнете действовать целенаправленно, шаг за шагом – успех придет. Даже если вы не верите в него.

Точнее даже так: чем меньше вы верите в результат, в грандиозный успех, чем меньше вы об этом думаете и чем больше работаете над своим инфобизнесом (порой забывая есть и спать) – тем неожиданнее и грандиознее будет ваш успех.

Успех – это технология. Она давно известна и успешно внедрена тысячами людей. Своя технология существует и в инфобизнесе, и я раскрою все тайны достижения успеха в этой книге.

Впрочем, я отвлекся, и нам надо вернуться, чтобы продолжить рассказ о путях в инфобизнесе.

ПУТЬ №3. СЛУЧАЙНО ИЛИ ПО ПРИГЛАШЕНИЮ

Так тоже бывает. Вы живете своей жизнью, занимаетесь какими-то делами, и однажды вас приглашают, или вы случайно попадаете на бесплатный вебинар. Вы приходите, слушаете и... щелк!

Тумблер в голове переключил вас на новую реальность! С этого дня вы заболеваете инфобизнесом и ваша жизнь меняется в корне. Вы начинаете генерировать идеи, создавать, продавать – что будет дальше, вы уже знаете.

ПУТЬ №4. ПО ПРИЗВАНИЮ

Этот путь можно сравнить со вторым, который я описал выше, но он менее радикален. У вас необязательно должно произойти смещение ценностей, которое станет причиной и основанием для прихода в инфобизнес.

Как обычно протекает наша жизнь? Учеба, профессия, карьера, бизнес. Если вы отлично разбираетесь в каком-то деле, являетесь профессионалом, обладаете колоссальным практическим опытом, который может быть интересен людям – ваше призвание быть в инфобизнесе! Здесь хватит места всем.

Бывает так, что вы достигаете определенного карьерного потолка и дальше вам не пройти. Особенно это актуально для небольших городов. Хороших должностей мало. Все схвачено, за все заплачено. Что делать? Идти в инфобизнес! У вас будут клиенты по всей стране. Вы будете зарабатывать больше, чем любой наемный директор в вашем городе. И, при этом, вы можете вести довольно незаметную для окружающих жизнь, не привлекая внимания криминальных элементов к своей персоне.

Бывает и немного по-другому. Уже на школьной или студенческой скамье вы понимаете, что не стоит тратить время на обучение мертвым знаниям ради диплома. Зачем? Чтобы через 5 лет прийти в офис подмастерья, где вам скажут: «Забудьте все, чему вас учили в институте! Отныне ваша обязанность приносить кофе или разносить бумажки. Работайте усердно 8 часов и однажды вы станете директором, чтобы работать по 12 часов в день и будете зарабатывать пол-миллиона рублей в год»!

В России уже известно немало случаев, когда молодые люди в возрасте до 22 лет зарабатывают миллион рублей в месяц и больше, занимаясь инфобизнесом! Помогло ли им высшее образование? Помогли ли им профессора стать успешными и зарабатывать столько денег? Нет!

В наших университетах не учат даже управлению личными финансами, не говоря уже об инфобизнесе.

Мне с детства твердила мама, чтобы я хорошо учился. С тех пор я никак не могу избавиться от перфекционизма. Своего сына, который только начал учиться в школе, я не буду заставлять учиться на пятерки. Но буду учить совершенно другим вещам. Надеюсь, что однажды инфобизнес станет и его выбором. Выбором по призванию.

ПУТЬ №5. ИЗ ДРУГОГО БИЗНЕСА

Очень часто в инфобизнес приходят уже состоявшиеся предприниматели из других бизнесов. Предприниматели очень быстро осознают возможности инфобизнеса, и, поскольку, они уже многое умеют, им нужна только технология. И получить технологию создания и развития инфобизнеса можно без проблем. Сейчас этому учат многие, в том числе и я, скромный автор данной книги.

Лучше всех осваиваются в инфобизнесе менеджеры всех рангов, блоггеры, сетевики, продавцы, представители творческих профессий. Немного хуже обстоят дела у технарей, но это излечимо.

ПРОЦЕНТ НЕУДАЧ В ИНФОБИЗНЕСЕ

Какой процент неудач в инфобизнесе? Здесь статистика лишь подтверждает общую тенденцию и правило Парето. Точно так же, как и в традиционном бизнесе, 80% инфобизнесменов уходят из инфобизнеса в течение первых трех лет. Почему?

Типичные ошибки, типичные проблемы. Об этом позже. Самое главное, что вы должны знать: если в традиционном бизнесе цена ошибки велика, особенно, если вы вкладываете много денег в бизнес, да еще берете кредит, то в инфобизнесе вы практически ничем не рискуете!

Вы можете потратить на стартап 100 долларов и выйти на миллионные обороты через 2-3 года. Не получится? Что вы теряете? 100 долларов. Но опыт останется с вами!

Если у вас хватит терпения, вы закроете один нерентабельный инфобизнес, заработаете где-нибудь еще 100 долларов и начнете новый инфобизнес!

Вы можете продолжать работать, чтобы не потерять доход на период становления своего инфобизнеса. Чтобы делать бизнес, вам понадобится 2-3 часа в день.

Таким образом, **в инфобизнесе вы вообще ничем не рискуете!** В инфобизнесе нет неудачников – есть люди, которые пока еще не добились успеха. Понимаете ли вы это?

Если да, то почему вы еще здесь? Идите на мой сайт <http://launchexpert.ru> и начните учиться инфобизнесу прямо сейчас!

Если же я вас еще не убедил в том, что инфобизнес – это классно, переворачивайте страницу и читайте дальше!

ГЛАВА 5. КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ СВОЮ ТЕМУ В ИНФОБИЗНЕСЕ?

Вы удивитесь, но до сих пор в инфобизнесе существует множество ниш, которые не заняты. Каждый день происходят открытия и запуски новых направлений и тем – и кто-то (но, почему-то, опять не вы) начинает зарабатывать большие деньги.

Небольшое примечание: в этой и других главах книги я придаю одно и то же смысловое значение терминам «тема» и «ниша». Хотя, справедливости ради, надо сказать, это разные термины.

Ниша – это направление в бизнесе, в котором вы работаете. Например, я работаю в нише инфобизнеса.

Тема – это более узкая специализация. Например, инфобизнес для начинающих, инфобизнес для фотографов, инфобизнес для односторонних фотографов, и так далее.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА НИШИ: КОПАТЬ ВГЛУБЬ ИЛИ ВШИРЬ?

Гуру, добившиеся значительных успехов в широких нишах, любят учить и предостерегать своих студентов, чтобы они выбирали тему как можно более узкую и не лезли в большие ниши. Якобы, там все места давно заняты. Отчасти, это правда, но удивительно то, что мало кто решается опровергнуть это.

С одной стороны, еще один эксперт, пытающийся учить начинающих делать бизнес в Интернете, затеряется среди толпы «учителей». А эксперт, обучающий делать бизнес в Интернете создавая интернет-магазины? Это уже лучше. А если обучать делать бизнес в Интернете, создавая детские интернет-магазины? Это еще лучше! А если – интернет-магазины только для девочек? Только для девочек-подростков? Для девочек-подростков из Москвы? Интернет-магазины косметики для девочек-подростков из Москвы? И так далее. Одним словом, получается дом, который построил Джек.

И где здесь больше денег?

С одной стороны, чем глубже вы копаете, тем более редкие потребности клиентов удовлетворяете. Тем больше вам готовы за это платить. Но, с другой стороны, чем больше вам готовы платить, тем меньше таких желающих, и тем сложнее до них достучаться.

Если вы копаете неглубоко, но широко – у вас будет много потенциальных клиентов, но не ждите больших чеков. Почему? Потому что мало кто хочет быть шахтером, все хотят быть садовниками.

Чем больше предложений, тем выше конкуренция. Чем выше конкуренция – тем меньше стоимость. В конце концов, если все предлагают одно и то же, клиенту остается только выбрать наиболее подходящий вариант.

И возникает дилемма – продавать меньшинству задорого или продавать большинству задешево. Как же быть? Выбирать вам, но я предлагаю вам два варианта на выбор.

Первый вариант – вы сразу начинаете копать вглубь, пытаетесь найти узкую рыночную нишу, и позиционируете себя в ней как эксперт. На мой субъективный взгляд, рисков здесь гораздо больше, чем во втором варианте, но этот путь короче. При условии, что вы не ошиблись с выбором. Иначе вы начинаете все сначала.

И второй вариант.

Вы создаете продукты и тренинги для широкой ниши. Это не будет какое-то время приносить вам больших доходов, но даст возможность закрепиться в данной рыночной нише, наработать клиентскую базу, расширить линейку продуктов, заявить о себе, как об эксперте.

Потом начинаете копать немного глубже. Пример: если сначала у вас был общий тренинг для менеджеров по продажам, то теперь вы делаете десяток тренингов на базе общего, но с небольшими изменениями и называете их «для менеджеров по продажам банковских продуктов и услуг», «для менеджеров по продажам услуг страхования», «для менеджеров по продажам оргтехники» и т.п.

Никто не станет покупать у вас все 10 тренингов, чтобы убедиться, что там одно и то же! Менеджеры по продажам стройматериалов купят именно то, что надо именно им. И заплатят за это больше! Про то, как быстро стать экспертом мы уже говорили.

Думаю, вы все поняли. Образно говоря, вам просто нужно написать свою хорошую песню – хит, и петь ее везде на все лады. Многие гуру так делают, немного меняя мотив, поверьте, мне есть с чем сравнить!

А МОЖНО Я ВОЗЬМУ ВАШУ ТЕМУ?

Из-за огромного потока информации, который сваливается на новичков, впервые попавших в мир инфобизнеса, они порой не в состоянии адекватно разобраться во всем и выбрать тему по душе.

Поэтому такие вопросы, к сожалению, нередки на тренингах. Новичок видит, что вы обучаете интересной теме, что у вас все хорошо, вокруг тусуется много народу, деньги в теме есть. И он решает, что у него тоже получится.

А чего думать-то? Вот она, золотая жила! Но сомневается, потому и спрашивает. Он не разрешения спрашивает, а пытается сам себе вопрос задать и получить ответ.

Что тут вам посоветовать? Не принимайте решения на эмоциях! Если тема окажется вам неинтересна, вы не сможете зарабатывать в ней деньги. Инфобизнес должен приносить удовольствие!

Лучше потратить месяц на анализ собственных наклонностей и сделать правильный выбор, чем потратить месяц на развитие бизнеса в теме, которая вам неинтересна и сгореть эмоционально, разочароваться и уйти из инфобизнеса!

Помните, для неопределившихся новичков существует более правильный путь – делать инфобизнес на партнерских программах, например, на [нашей партнерской программе](#), продавать чужие продукты и тренинги.

Это позволяет набраться достаточного опыта и прокачать необходимые навыки.

Вы как бы примеряете бизнес на себя, узнаете его изнутри. Как все работает, что и в какой последовательности делается. Вы какое-то время работаете в инфобизнесе, а когда по-настоящему определитесь со своей темой, начинаете работать над бизнесом.

Поэтому не берите тему только потому, что в ней кто-то успешно работает. Это должна быть ваша тема. Тогда у вас все получится.

ЕСТЬ ЛИ КОНКУРЕНЦИЯ В ИНФОБИЗНЕСЕ?

Вы читали «Стратегию голубого океана»? Если нет, то рекомендую. Знаете, в чем отличие инфобизнеса от традиционного бизнеса? Здесь нет конкуренции.

Точнее не совсем так. В инфобизнесе будет так, как вы захотите. Хотите вести конкурентные войны и маркетинговые битвы, отбивать клиентов, давить конкурентов ценой, выпускать схожие продукты – пожалуйста.

Но будьте готовы к тому, что с вами будут поступать также. Только разрушающий эффект здесь сильнее, чем в традиционном бизнесе. Там вы бились бы один на один против таких же волков и изредка объединялись в союзы против больших конкурентов. Здесь вы будете один против организованной стаи. Всегда. Потому что здесь играют по другим правилам.

Почему? Здесь принято создавать партнерские союзы и продавать совместно. В самом деле, это идеальная среда для зарабатывания денег! Если вы не можете предложить что-то клиенту из своего арсенала продуктов, вы предлагаете ему продукты конкурентов. Для многих звучит дико, но это идеальная схема! У каждого инфобизнеса есть партнерская программа. Вы всегда можете договориться как минимум на 50% дохода с продаж, если приводите клиента партнеру (конкуренту).

Конкуренты будут делать так же. Потому что это выгодно. Если вы не предложите продукт конкурента в том случае, если ваш продукт клиента не устраивает, он просто уйдет к другому, и купит там. Зачем до этого доводить? Покажите клиенту все, что есть на рынке! Пусть он сделает любой выбор, оставаясь у вас!

Если вы дадите ему наилучшую рекомендацию, вы не только заработаете на этом в партнерской программе вашего конкурента, но и сохраните клиента, который проникнется к вам уважением. И будьте уверены, он еще обязательно что-нибудь у вас купит!

Почему? Потому что информация – это как наркотики. Чем больше покупаешь и потребляешь, тем больше нужно еще!

Так что есть конкуренция в инфобизнесе или нет – решать вам. Как лучше – я уже рассказал.

ЧЕТЫРЕ КРИТЕРИЯ ВЫБОРА ЛУЧШЕЙ НИШИ

Теперь о том, как выбрать свою нишу в инфобизнесе. Существуют три критерия выбора ниши.

1. Вам это нравится.
2. Это востребовано другими.
3. Это покупают.
4. Вы в этом разбираетесь или можете найти того, кто разбирается.

Думаю, нужны некоторые пояснения.

Я уже упоминал ранее о том, что вы не сможете зарабатывать много денег в инфобизнесе, занимаясь тем делом, которое вам не нравится.

Могу привести два очень наглядных примера из своей практики, о котором, впрочем, я уже писал ранее.

Я более 15 лет занимался продажами. Не скажу, что мне это сильно нравилось, просто так складывалась карьера. В 2004 году я создал свой первый сайт и два электронных курса для менеджеров по продажам. Чтобы вы понимали, что это были за времена – никто не знал, что такое инфобизнес, в этом бизнесе еще не было Андрея Парабеллума, Николая Мрочковского, Алекса Айвенго и сотен других ныне хорошо известных имен; не существовали Facebook, Twitter и ВКонтакте.

Казалось бы, логично заниматься тем, в чем вы хорошо разбираетесь. Но мне уже тогда настолько надоели продажи, что я испытывал внутренний дискомфорт, пытаюсь работать в этой теме. В результате, я с трудом смог продать около 50 копий своих курсов за шесть месяцев, и ушел из интернет-бизнеса на долгие семь лет. Как вы понимаете, абсолютно зря. За это время я успел немного состариться и теперь приходится догонять давно ушедший вперед экспресс. Впрочем, я не об этом.

Второе мое пришествие в инфобизнес состоялось в 2011 году, когда я, будучи трейдером, решил немного сменить род деятельности. Три года краткосрочной торговли на фондовом и валютном рынках дали мне много опыта, но при этом существенно расшатали нервную систему.

Я решил создать обучающий курс для трейдеров, завел блог, быстро наверстал упущенное в техническом плане, разобрался в SEO, социальных сетях и прочих премудростях инфобизнеса.

Но, поскольку я к этому времени уже «наелся» трейдингом, то мне это было неинтересно. То есть торговать самостоятельно больше не хотелось, а учить этому других и продолжать «вариться» в этой теме было не интересно. Продажи шли, но как-то вяло и особых денег не приносили.

В результате я принял мужественное решение закрыть свой проект и пошел учиться. Сначала к Алексу Айвенго в тренинг, потом покупал и изучал книги, доступные тренинги и материалы в свободном доступе Андрея Парабеллума и Николая Мрочковского, и в итоге, наконец-то нашел рыбу своей мечты. Язззь!!!!

Подхватив вирус инфобизнеса, я по-настоящему заболел этим делом. Как писал другой уважаемый мною человек, Владимир Довгань, когда вы находите свое настоящее дело, вы словно обретаєте второе дыхание, вы не замечаете, как проходят 12-15 часов, вам достаточно 4-5 часов сна, вы буквально летаете!

Вот когда у вас так будет, знайте, вы нашли свою тему в инфобизнесе. И теперь остальное (деньги, признание, предложение совместных проектов, приглашения на конференции, интервью и т.п.) – лишь дело времени.

Второй критерий – это должно быть востребовано другими. Если вас от чего-то конкретно «прёт», это еще не значит, что другим это также интересно. Вы можете быть самым ярким фанатом эльфийского языка или знать секретные техники вращения хула-хупа, но, сколько людей интересуются этой же темой?

Вы обязательно должны учитывать интересы людей. Проверить интерес к теме можно с помощью статистики поисковых запросов Яндексa. Для этого достаточно посетить сайт <http://wordstat.yandex.ru> – и вбить интересующую вас фразу или слово. Вы получите исчерпывающую информацию, сколько раз искали люди вашу тему и связанные с ней запросы.

Если вашей тематикой интересуются хотя бы 1000 человек в месяц, можно развивать бизнес дальше. Если меньше – то ищите другой вариант. Справедливости ради надо заметить, что 1000

запросов – это все же маловато. Но не сдавайтесь сразу. Возможно, люди интересуются вашей темой, но задают другие вопросы – найдите их!

И третий, очень важный критерий – в вашей теме уже должны существовать продукты и услуги, которые покупают. Если вы ничего не нашли – ни одного курса, книги или тренинга, это повод задуматься.

Или вы гений и нашли новый тренд, который взорвет интернет в ближайшие годы, или эта тема никому не интересна.

Скорее всего, вы не станете тем человеком, который создаст новый Facebook, поэтому предполагайте худшее: эта тема никому не интересна. Не попадитесь на удочку! Тема может быть очень популярна и интересна, но за нее не привыкли платить!

Например, кулинарные рецепты. Миллионы людей интересуются едой и способами ее приготовления, но лишь сотни готовы платить за кулинарные тренинги.

Чем больше в вашей теме работает людей, чем больше тренингов и курсов существует – тем лучше! Я уже писал, что конкуренции в инфобизнесе нет, а есть партнерство. И что может быть лучше?

Ну и еще один важный фактор, кто бы вам что не говорил – вы должны разбираться в том, чему собираетесь учить других или быть в состоянии найти тех, кто может это делать.

Не расстраивайтесь, если вы сейчас не можете считать себя экспертом. Чуть позже в этой книге я раскрою вам все способы того, как быстро стать экспертом в своей теме.

Сейчас запомните одно: у вас всегда будут клиенты, для которых ваша компетенция выше, чем у них. По мере вашего профессионального роста будут меняться и ваши клиенты. Всему свое время.

Таким образом, если вас по-настоящему «прёт» от того, что вы делаете, если вашей темой интересуется много людей, если в вашей теме существует множество потенциальных партнеров, большое количество тренингов, курсов, блогов – вы выбрали верный путь! Не теряйте больше ни минуты, за дело, мой друг!

ЧЕМ ВЫ МОЖЕТЕ ПОМОЧЬ ЛЮДЯМ?

Для начала возьмите прямо сейчас ручку и чистый лист бумаги и напишите развернутые ответы на следующие вопросы:

1. В чем я лучший?
2. В каких ситуациях у меня что-то получалось лучше всего?
3. За какую мою помощь люди готовы платить?
4. Чему я могу научить других?
5. Какие качества характера, личности у меня сильно развиты?
6. С какими проблемами в жизни я справился?
7. В чем у меня большой профессиональный опыт, чем я занимался более 10.000 часов? Какие навыки дала мне моя прошлая или нынешняя работа, мой опыт в бизнесе?
8. Чем бы я занимался, если бы у меня не было проблем с деньгами, и была масса свободного времени?
9. В чем мои сильные стороны?

КАК ВСЕ-ТАКИ ВЫБРАТЬ ТЕМУ - ВАРИАНТЫ ИДЕЙ

Давайте немного займемся практикой, потому что выбор правильной темы в инфобизнесе – это первое, с чего вы начинаете и это очень важно!

Ваша профессиональная деятельность

Например, вы профессиональный фотограф. Можно неплохо зарабатывать и на свадьбах, но обучая начинающих или действующих фотографов искусству фотографии – можно заработать намного больше!

Профессиональная деятельность членов семьи

Ваша жена – инструктор по фитнесу? Поздравляю! Вам вдвойне повезло! Вы можете записать обучающий инфопродукт вместе! У вас получится настоящий семейный инфобизнес.

Ваше хобби

Возможно, вы чем-то увлекаетесь, что могло быть интересным другим людям – играете на гитаре, ходите в походы, занимаетесь поисками сокровищ. Создайте видеокурс и помимо того, что вы заработаете денег, сможете найти много новых друзей и единомышленников.

Страсть к какой-либо теме знаний

Например, вы хорошо разбираетесь в инвестировании и управлении личными финансами. Почему бы вам не научить других людей управлять деньгами?

Проблемы, которые вы смогли решить

Например, вас постигла неудача в первом бизнесе. Расскажите, какие ошибки вы совершили, как преодолели кризис и добились успеха!

Личная трансформация

Возможно, еще недавно вы были толстяком, весили больше 100 кг и курили по пачке в день. А теперь вы в отличной физической форме, ваш вес идеален и по утрам вы бегаєте пятикилометровые кроссы. Упакуйте историю своего преображения в инфопродукт или тренинг!

Ваши прошлые «косяки»

Например, когда-то вы были мягкотелым безотказным слюнтяем, которым все пользовались. А теперь вы «Мистер Нет» и умеете настоять на своем. Расскажите, как вы этого добились. Уверен, от клиентов не будет отбоя!

Страхи, от которых вы избавились

Например, страх публичных выступлений. Или страх при знакомстве с девушками. Теперь это для вас не проблема? Научите этому других!

Сайты вроде ask.com или otvet.mail.ru

Люди постоянно о чем-то спрашивают. Возможно вы в чем-то эксперт для других? Воспользуйтесь этим! Вы не представляете, сколько разной информации интересует людей. Порой то, что кажется нам очевидным – является огромной проблемой для людей, и они готовы платить за это деньги.

Идеи из телевизора и книжных магазинов

Идите в книжный магазин и посмотрите, что чаще всего покупают люди? Каждая категория – это востребованная тема, каждая книга в категории – востребованный вопрос в нише. Не забывайте про тематические журналы, телевизионные передачи и книжные онлайн-магазины (ozon.ru и другие).

ЖЕНСКИЙ И МУЖСКОЙ ИНФОБИЗНЕС: ПРИМЕРЫ

Можно работать только на женскую или только на мужскую аудиторию. Есть направления, которые интересуют только женщин или мужчин.

Например, очень успешный инфобизнес, направленный исключительно на женскую аудиторию, удалось создать Юлии Щедровой. Интернет-клуб «Хочу замуж» имеет аудиторию более 200.000 подписчиков, проводит тренинги для женщин по всем темам, Юлию и ее экспертов приглашают на телевидение, радио и в СМИ.

Я тоже летом 2012 года работал в одном из проектов Интернет-клуба «Хочу замуж» в качестве бизнес-тренера и хочу сказать вам, что в женских темах практически нет конкуренции и здесь добиться успеха можно очень быстро!

В качестве примера мужского брутального инфобизнеса я хочу привести проекта Антона Руданова (Бритвы) «Спарта: новые герои». Уникальные, не имеющие аналогов живые тренинги делают из неуверенных пацанов настоящих мужиков, способных и за себя постоять, и девушку защитить, и слово держать, и проблемы решать.

Не могу не сказать про другое, типично мужское направление – пикап. Русская модель эффективного соблазнения (rmes.ru) один из успешных инфобизнесов, работающих по филиальной системе.

Не все в мужском инфобизнесе упирается в силу и соблазнение – ищите варианты, их еще очень много!

ВСЕГДА БУДЬТЕ В КУРСЕ СОБЫТИЙ В ВАШЕЙ ТЕМЕ

Вы должны знать в лицо всех, кто работает в вашей теме, знать, как устроены их сайты, какие письма они отправляют своим подписчикам, какая у них партнерская программа, линейка продуктов, что они дают бесплатно, а что продают? Сколько стоят их продукты и услуги? С кем они в партнерстве, когда и где выступают?

Вы должны первыми узнавать о выходе их новых продуктов, вы должны быть подписаны на их новости.

Моделируя партнеров-конкурентов, вы берете от них самое лучшее и внедряете в своем инфобизнесе. Тем самым, вы формируете свой неповторимый стиль. Знакомьтесь с партнерами-конкурентами в социальных сетях, знакомьтесь лично, договаривайтесь об интервью и совместных проектах, участвуйте в их партнерских программах.

Вы не заметите, как скоро вы окажетесь на одном уровне с ними, как по уровню доходов, так и по уровню экспертности! Действуйте!

ГЛАВА 6. КАК БЫСТРО СТАТЬ ЭКСПЕРТОМ В ИНФОБИЗНЕСЕ?

Так уж устроен мир, что люди считают полученную информацию ценной, если она преподносится им теми, кого они считают экспертами. В эту игру играют все люди – вы приходите устраиваться на работу и у вас спрашивают диплом. Якобы диплом гарантирует то, что вы являетесь профессионалом. И неважно, что свои студенческие годы вы провели в ночных клубах, а все результаты экзаменов куплены. У вас есть диплом, в котором написано, что вы профессионал.

В инфобизнесе ваша экспертность также имеет решающее значение, но в правильном понимании. Если вы будете заявлять себя экспертом в той области, о которой имеете слабое представление, ваш обман будет быстро раскрыт.

Вы можете быть настоящим асом в своем деле, но если вы не сможете убедить в этом других – вам не будут платить деньги, к вашим советам не будут прислушиваться, ваше мнение никого не будет интересовать, и вообще не будет иметь никакого значения.

К счастью, в инфобизнесе принято платить только за результат. А чтобы обучать людей добиваться результатов, нужно знать и уметь делать то, чему вы собираетесь обучать, самому. И на это вам не придется тратить долгие месяцы и годы. Стать экспертом можно за месяц!

ДВА БЫСТРЫХ СПОСОБА СТАТЬ ЭКСПЕРТОМ

Давайте для начала разберемся, кто такой эксперт? Давайте заглянем в Википедию:

«**Эксперт** (от лат. *Expertus* - опытный) - специалист, приглашаемый или нанимаемый за вознаграждение, для выдачи квалифицированного заключения или суждения по вопросу, рассматриваемому или решаемому другими людьми, менее компетентными в этой области».

Что это значит? Это значит, что вам, для того чтобы называться экспертом, достаточно знать и (или) уметь немного больше тех людей (ваших клиентов), которые хотя и уметь делать то же, что и вы, но пока не знают, как.

Вам не нужны никакие сертификации, дипломы, чтобы стать экспертом. Конечно, для ваших потенциальных клиентов «сертифицированный коуч» или «дипломированный специалист» звучит круто. Но это пыль в глаза. Все ассоциации, центры обучения и прочие, выдающие сертифицированные дипломы конторы зарабатывают деньги на доверчивых простаках или на людях, которые хотят потешить самолюбие.

В стране слепых одноглазый король! Вот та истина, которая сделает вас экспертом! Хотите быть экспертом – станьте им! Это несложно, и я сейчас расскажу вам как это сделать.

Первый способ. Путь миссионера

Я чуть ранее уже познакомил вас с гуру, миссионерами и туземцами. Повторяться не буду, поэтому сразу к делу. Чтобы стать экспертом – вы можете пройти путь миссионера.

Вы находите эксперта (гуру) в той области, в которой хотите преуспеть и поступаете к нему в ученики (в коучинг, в мастер-группу или просто участвуете в его тренингах). Вы учитесь и моделируете его. Что он делает, как он делает. И начинаете делать точно также. Заметьте, я говорю не «копировать», а «моделировать»! То есть также, но не то же. Конечно, сначала вас никто не будет воспринимать всерьез. Но путь к мастерству начинается с первых шагов, и со временем у вас появится собственный стиль, и уже вас будут называть мастером.

Второй способ. Путь библиотекаря

Если денег пойти в ученики к гуру у вас нет, можно пойти другим путем. После того, как вы определились с темой (как это сделать, мы поговорим позже), вы находите все доступные бесплатные (и платные, по возможности) материалы в Интернете на вашу тему. Вы находите все блоги людей, которых вы считаете экспертами, и изучаете все, что они пишут и говорят. Вы идете на www.ozon.ru и покупаете 10 книг-бестселлеров по вашей теме.

Когда вы все это изучите и, самое главное, выработаете собственное экспертное мнение (то есть получите информацию, пропустите через себя, дополните своим опытом и создадите новую) – для 90% людей, которые интересуются вашей темой, вы будете экспертом. Вам останется только воспользоваться этим и начать зарабатывать деньги, обучая других.

ТРАНСФОРМАЦИЯ МОЗГА ИЛИ КАК УБРАТЬ МУСОР В ГОЛОВЕ?

Чтобы стать экспертом в инфобизнесе, вам придется заняться генеральной уборкой мозга. Со временем мы накапливаем в голове такой хлам, состоящий из мертвых знаний, обрывков сведений, кусочков воспоминаний, впечатлений, обрывков чьих-то фраз. В 90% случаев наш мозг напоминает свалку.

Надо от этого хлама избавиться, чтобы впустить новые знания и структурировать опыт. Как это сделать?

Не удивляйтесь, но трансформация мозга начинается не изнутри, а снаружи! Посмотрите, что вас окружает? Ваше рабочее пространство?

Сделайте следующее.

Уберите свое рабочее место, ваш рабочий стол. Все клочки бумаги, рекламные буклеты, ненужные файлы, журналы, газеты, огрызки карандашей, прочий хлам. Пусть ваш рабочий стол выглядит как у Глеба Жеглова – чтобы ни один враг не смог прочесть ни одной бумажки на вашем столе!

Творческий хаос и беспорядок может возникать в процессе работы, но он оправдан, если вы потом убираете за собой. Если нет – это не творческий беспорядок, а бардак! Во время работы ваш стол может быть завален исписанными листами бумаги, это абсолютно нормально, но уходя или заканчивая работу, всегда оставляйте за собой чистый стол.

Проделайте то же самое на своем компьютере. Удалите старые файлы, фильмы и программы, которыми не пользуетесь. Разложите файлы по папкам. У каждого из вас есть папка размером несколько гигабайт со скачанными когда-то курсами, книгами и тренингами (знаю, что есть!) – оставьте то, что вам нужно для развития бизнеса, и то, что вы собираетесь изучить в ближайшие три месяца, остальное в корзину! Упорядочьте «Избранное» в своем браузере, разберите почту. Отпишитесь от рассылок, которые вы не читаете.

Загляните в шкаф с одеждой. Я уверен, там полно вещей, которые вы уже давно не носите, а выбросить жалко. Надо! Если вы не одевали что-то больше года, смело в пакет и к подъезду! Кому-то пригодится, но вам это больше не нужно.

Оглянитесь вокруг – на балконе, в кладовке, в гараже, по углам могут валяться старые и ненужные вещи, которые захламляют ваше жизненное пространство. Избавляйтесь от них! Оставляйте только то, чем пользуетесь. Сломанные стулья, утюги, дверные ручки, чайники – все

к подъезду! Не жалеете – вы освобождаете место в доме для новых вещей, и, будьте уверены, они у вас обязательно появятся!

У вас есть библиотека? Когда вы в последний раз читали книгу? Пересмотрите свои книги. Если есть то, что вы никогда не читали или уже никогда не будете читать – отдайте другим. С этого дня 2/3 книг, которые появляются в вашей библиотеке, должны быть на тему бизнеса, менеджмента, маркетинга, продаж, психологии и мотивации.

Вы привыкли читать электронные книги? Отлично! Ваша библиотека может уместиться всего лишь в одном планшете.

Если вам жалко выбрасывать и отдавать вещи – продайте их! Существует множество сервисов – www.avito.ru, www.slando.ru, www.molotok.ru и другие – там с радостью купят у вас вещи за разумную цену.

Теперь о внутренней трансформации. После того, как вы разберетесь с внешними факторами, самое время заняться своей головой. Во-первых, перестаньте в нее только есть, она вам дана, чтобы думать! (шутка)

Перестаньте смотреть телевизор. Желательно совсем. Если совсем не получается, хотя бы исключите сериалы для умственно отсталых, новости, криминальную хронику и прочий негатив. Исключите развлекательные передачи и музыкальные каналы. Полезных знаний вам эта информация не прибавит, а на карму повлияет.

Уделяйте полчаса в день на медитацию. Вам необязательно медитировать в позе лотоса, читая мантры. Достаточно, если вы просто проведете полчаса в день в полной тишине, в удобном кресле и сосредоточившись на своем дыхании. Это, казалось бы, простое упражнение дает такой потрясающий эффект, если его выполнять регулярно! Сколько озарений (инсайтов) придет в вашу голову во время такой медитации!

Каждый день, как минимум один час читайте книги или слушайте (смотрите) курсы или тренинги по своей теме. Даже когда вы сможете называть себя профессионалом, не переставайте этого делать!

Что же, думаю, пока с вас хватит. Внедрите в свою жизнь эти привычки, начиная с сегодняшнего дня, и вы уже сделаете огромный шаг вперед.

Но разговор на эту тему не закончен, мы вернемся к нашим новым привычкам, когда будем говорить про личность инфобизнесмена.

ФИЛОСОФ, КРИТИК ИЛИ ПРАКТИК – КЕМ ВЫ ХОТИТЕ СТАТЬ?

Вы можете развивать свою экспертность в трех разных ипостасях.

Можно всю жизнь оставаться философом-теоретиком. Эта модель экспертности похожа на то, как если бы вы были преподавателем в университете. Вы хорошо будете разбираться в теории вопроса, знать все формулы, знать, что нужно делать и учить этому других. Но за теорию много не платят. Однажды вас спросят, что конкретно надо делать? А вы не сможете ответить и потеряете клиента.

Можно выбрать путь критика. Все наверняка слышали про музыкального критика Троицкого. Или во времена Пушкина был известный литературный критик Белинский. Ну, или еще нагляднее пример – Жириновский. Критики сами редко что-то создают, но они формируют

мнение других. И чем известнее критик, тем больше его считают экспертом и прислушиваются к его мнению.

Вы можете стать экспертом в инфобизнесе на критике. Изучая те или иные продукты или сервисы, высказывая свое мнение везде, где только можно – в блогах, на форумах, в социальных сетях и т.п., выпуская обзоры, статьи – вы, тем самым, зарабатываете на партнерских продажах тех продуктов, которые попадают под вашу критику.

Причем, самое удивительное здесь то, что в инфобизнесе действуют законы шоу-бизнеса. Вы можете говорить о продукте хорошо, и его будут покупать. Вы можете говорить о продукте плохо, но всегда найдется какая-то часть людей, которые вам не поверят и купят продукт. И будет лучше, если они купят по вашей партнерской ссылке. Не покупают только то, о чем никто не говорит.

И последняя модель поведения – это практик. Если вы выбираете это направление, то получите в итоге самые высокие дивиденды. Потому что вы будете знать, что делать и, самое главное, как делать. И за это вам будут платить очень большие деньги. Намного больше, чем теоретикам.

И при желании вы всегда сможете выступить в роли критика, и вес вашего мнения будет больше, чем просто у критика.

Поэтому я советую идти сразу самым трудным путем. Тяжело в учении – легко в бою!

КТО ИМЕЕТ НАИЛУЧШИЕ ШАНСЫ НА УСПЕХ В ИНФОБИЗНЕСЕ?

Может показаться странным, но наибольшие шансы на успех в инфобизнесе имеют те, кто не верит в результат и у кого сейчас все очень плохо. Почему-то это работает лучше всего. Когда вы не ожидаете больших денег сразу, вам проще оценивать себя со стороны.

Вы просто идете напролом по указанному маршруту, делая все что нужно и не думая о результате. Шаг, еще шаг. И вот уже готов фундамент. Кирпич, еще кирпич. И вот уже построен дом. И тут приходит настоящий успех! Конечно, когда добавляется вера – это еще лучше, но она возрастает постепенно, укрепляясь после каждой маленькой победы.

ДОМ, КОТОРЫЙ ПОСТРОИЛ ДЖЕК...

Помните стихотворение Самуила Маршака из детства? Не все, видимо. Для моих читателей младше тридцати маленький поэтический ликбез:

Вот дом. Который построил Джек.

А это пшеница.

Которая в тёмном чулане хранится
В доме, который построил Джек.

А это весёлая птица-синица,

Которая ловко ворует пшеницу,
Которая в тёмном чулане хранится
В доме, который построил Джек.

Вот кот,

Который пугает и ловит синицу,
Которая ловко ворует пшеницу,
Которая в тёмном чулане хранится
В доме, который построил Джек.

Ну и так далее, там еще про пса без хвоста, корову безрогую, старушку седую и строгую, которая доит корову безрогую...

Понимаю ваше недоумение. Каким боком это относится к инфобизнесу? Да напрямую, друзья мои! Прочитую мысль, которую услышал у Андрея Парабеллума (я еще не раз буду его цитировать): «Сначала вы что-то создаете или что-то делаете. Потом вы пишете книгу о том, как вы что-то создали или сделали. Потом вы проводите вебинар, на котором рассказываете о том, как вы написали книгу о том, как вы что-то создали или сделали. Потом вы организуете тренинг, где объясняете, как вы провели вебинар, где рассказывали о том, как вы написали книгу о том, как вы что-то создали или сделали»...

Вот так постепенно приходит успех и известность (а с ними и деньги) в инфобизнесе. Пора вам стать Джеком и построить свой дом!

ИСПОЛЬЗУЙТЕ НЕСТАНДАРТНЫЕ МЕТОДЫ

Чтобы пройти быстрый путь от новичка до эксперта вам следует научиться использовать нестандартные методы и креативные идеи.

Не нужно ждать, когда вас признают экспертом – заявляйте об этом сразу! Чем выше вы замахнетесь, тем скорее вас заметят. Люди признают социальные доказательства, это неоспоримый факт. А что делать, если вы пока никто? Сделайте то, чего от вас никто не ждет!

В этом плане вам очень пригодится книга Роберта Чалдини «Психология влияния» - это мировой бестселлер по психологии (уже вышло пятое издание) и Библия продажников (да простят меня читатели за это слово). Прочитайте эту книгу, и вам придут замечательные идеи, я уверен!

Люди требуют предъявить социальные доказательства того, что вы эксперт и верят в пресловутое общественное мнение? Формируйте социальные доказательства сами! Как?

Приведу один пример.

Не нужно вам объяснять, я думаю, что для эксперта важно, чтобы его приглашали в СМИ, публиковали его статьи, издавали книги. Так социальные доказательства работают на полную мощность.

Но зачем же ждать, пока вас пригласят? Или зачем выступать в роли просителя – возьмите у меня интервью, напечатайте мою статью. Согласитесь, выглядит немного нелепо.

А что если самому стать СМИ? Это убивает сразу двух зайцев. Неделю назад вы были никто, Вася Пупкин, сертифицированный коуч по успешному успеху, магистр ордена эльфов и т.д. (чем громче титул, тем смешнее). Или просто бизнес-тренер Вася Пупкин. Сколько таких в Интернете? Наверное, в одной вашей теме два-три десятка?

И вдруг «абра-швабра-кадабра» - и вот вы основатель, учредитель и главный редактор первого онлайн-журнала об инфобизнесе в России «Инфобизнес Таймс». Ну как звучит? Лучше?

Теперь необязательно ждать, кто пригласит вас на интервью. Сделайте интервью с самим собой! Теперь вы можете тыкать пальцем и выбирать – этого приглашу на следующей неделе, а этого через три месяца.

Я не знаю, дорогой читатель, будет ли этот проект иметь продолжение. Возможно, да - возможно нет. Но вы можете использовать подобную схему и в своей ситуации.

СИЛА 50 КОНСУЛЬТАЦИЙ

И на десерт я расскажу вам, пожалуй, самый классный способ быстрого развития экспертности. Для этого вам понадобится примерно 50 часов вашего времени.

Мы сейчас не будем затрагивать техническую сторону – просто поймите суть идеи и внедрите на практике. Найдите и пригласите 50 человек – ваших потенциальных клиентов на бесплатную часовую консультацию – лично или через скайп.

Помогите им решить одну проблему в их бизнесе, в которой вы эксперт или хотите им стать. Если не смогли помочь – вежливо поблагодарите за потраченное время, отсутствие результата – тоже опыт.

У тех потенциальных клиентов, которым вы сможете помочь – обязательно попросите отзыв, обещайте за него что угодно, но получите отзыв! Желательно видео.

Что дадут вам 50 бесплатных консультаций?

Во-первых, это бесценный практический опыт – 50 ситуаций, 50 рабочих кейсов, которые лягут в основу ваших будущих тренингов.

Во-вторых, если вы догадаетесь записать ваши разговоры – это мощный источник контента для вашего сайта – сотни статей после того, как вы отдадите фрилансерам записи для расшифровки в текст.

В-третьих, у вас будет целый час для того, чтобы убедить вашего потенциального клиента в том, что ему необходимо работать с вами – купить ваши будущие тренинги, записаться на платную консультацию, записаться в коучинг. С каждым разом продажи будут получаться все лучше и лучше. Используйте такой шанс!

После такой серии консультаций Вы можете считать себя настоящим экспертом в своей теме, ведь у вас уже будет опыт решения реальных проблем. А значит – вы можете смело учить этому других!

Вот так из ничего можно не только назваться, но и по факту стать экспертом. И этому я обучаю людей на своих тренингах, приходите!

САМЫЙ ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ ИНФОБИЗНЕСА

Сейчас я открою вам главный секретный секрет инфобизнеса. Готовы? Да вы его и без меня давно знаете!

БЕРИСЬ И ДЕЛАЙ!

ГЛАВА 7. КТО ВАШИ КЛИЕНТЫ И ГДЕ ИХ ИСКАТЬ?

Итак, вы определились с рыночной нишей, в которой будете работать, выбрали тему и теперь встает главный вопрос: кто ваши клиенты и где их искать? Где обитают люди, которые хотят заплатить вам деньги? Да, именно так, хотят. Потому что им нужно решить проблему. И потому что вы сможете им сделать это!

ВОЛКА НОГИ КОРМЯТ ИЛИ HERD-МЕНЕДЖМЕНТ

Что лучше: искать новых клиентов или продавать существующим? Казалось бы, странный вопрос. Конечно, надо делать и то, и другое!

Но почему-то большинство бизнесменов, и инфобизнес не исключение, постоянно занимаются поиском новых клиентов, напрочь забывая о существующих клиентах. Почему так происходит?

Чаще всего причина весьма банальна: вы продаете (впариваете) howno, поэтому никто не приходит к вам во второй раз, будучи в здравом уме.

Поэтому вам приходится постоянно быть в поиске, рыскать по Рунету как волк по лесу или как таксист по ночному городу. И если вы будете продолжать выпускать howno, то с каждым днем привлечение новых клиентов будет обходиться вам все дороже и дороже. Почему?

Если по статистике довольный клиент, как правило, рассказывает о своем удачном выборе примерно 5-7 своим знакомым, тем самым давая вам наилучшую рекомендацию, то вот недовольный клиент прикладывает намного больше усилий, чтобы рассказать о том, какой вы гад, и какой плохой продукт вы ему подсунули.

Даже если вы даете гарантию безусловного возврата денег, клиент может настолько расстроиться, что он не только отговорит всех своих друзей от того, чтобы они имели с вами дело, но и расскажет об этом в социальных сетях, и найдет время зайти на пару форумов, где выскажет свое «фи». Короче, постарается дотянуться до всех, до кого сможет.

И недовольные клиенты делают это не потому, что им время девать некуда или делать нечего, а потому, что роль жертвы приятно играть. С этим вы будете сталкиваться даже если будете делать мега-качественные продукты. Всегда найдется тот, кому не понравится, кто не поймет, не сможет или не захочет делать так, как вы ему говорите. А раз так, значит вы плохой. И тут ваш бывший недовольный клиент считает должным взять на себя бремя ответственности и рассказать всему миру о том, какое вы «г...».

Как бороться с такими несправедливыми обвинениями, мы еще будем говорить дальше в книге. Но, основная мысль, я думаю, мысль вам ясна: никогда не делайте howno-продукты, и вам не придется быть волком, чтобы найти следующую жертву. Впрочем, априори, я не рассматриваю вас, дорогой читатель, как howno-коммерсанта. Мы делаем только качественный продукт, ведь именно для этого вы читаете эту книгу?

И здесь для нас открываются самые радужные перспективы! В инфобизнесе, как нигде, имеет значение своя клиентская база. Каждый инфобизнесмен обязан много времени уделять работе по привлечению, развлечению и удержанию подписчиков. Зачем это делать?

Во-первых, прошу простить меня заранее за такое сравнение, клиентская база для инфобизнесмена – это как стадо для пастуха, как паства для священника, как туземцы для миссионера. Если люди приходят к вам – вы обязаны их куда-то вести. Если вы их никуда не

ведете – они уходят. Но даже этого уже недостаточно для удержания внимания. Вы обязаны быть шоуменом, уметь развлекать своих клиентов, постоянно давать им новые порции информации.

Почему в инфобизнесе это работает именно так и можно ли без этого обойтись?

Грамотный **herd-менеджмент** (или управление стадом) важен по следующим причинам:

1. **Информация – это интеллектуальный наркотик.** Получая дозу один раз, клиент (при условии, что информация помогла ему решить какую-то проблему) «садится на инфо-иглу» и ему требуется еще и еще! Если клиент привыкает платить за полезную информацию, он готов будет платить снова и снова. Цена не имеет значения.
2. Если клиент привыкает платить именно вам – вы получаете в свое распоряжение не только постоянного клиента, но и добровольного помощника, который будет бесплатно пиарить вас везде, где только можно. Если при этом вы подскажите ему, как на этом заработать (при помощи вашей партнерской программы), он практически ваш навеки!
3. Интернет-публика капризна. Внимание, которое уделяется вам впервые, обычно ограничивается секундами, поэтому так важно приложить все усилия, чтобы взять контакт. Чтобы потом можно было знакомить подписчика с вашими предложениями. Но просто собрать контакты и слать им предложения – уже мало! Нужно использовать fun – фактор развлечений.

Люди любят шоу. Люди платят за шоу. Вы должны показывать им шоу. Не важно, что это будет – фрагменты из ваших выступлений, ваши мысли, видео-отчеты о путешествиях, что угодно! Чем красивее обертка, тем вкуснее кажется конфета. Напоминайте подписчикам о себе постоянно, и они останутся с вами. Забудьте о них на месяц, и спустя 30 дней значительная часть забудет о вас.

По статистике, продажа продуктов и услуг существующим клиентам обходится дешевле примерно в семь раз по сравнению с затратами на привлечение новых клиентов.

В инфобизнесе у вас может сложиться иллюзия, что деньги делаются из воздуха. На самом деле это не так и затраты тут тоже есть.

На производство продукта или на оказание услуг вы затрачиваете свое время в обмен на деньги (время тоже стоит денег и немалых, но я сейчас не об этом). Прибыль 100%? Не так! Примерно 50% вы в итоге тратите на привлечение новых клиентов.

И если вы научитесь эффективно работать с подписчиками – рентабельность вашего инфобизнеса возрастет, потому что продавать существующим клиентам дешевле!

Но это не значит, что вы не должны работать над привлечением новых клиентов. Как только вы прекратите искать новых клиентов – ваш бизнес начнет чахнуть.

Какой вывод? Работайте над расширением своей подписной базы! Каждый день!

Но не меньше внимания уделяйте существующим клиентам, тем, кто уже купил у вас что-то. Уделяйте им внимание, и они обязательно купят ваш следующий продукт!

РАЗМЕР И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ РЫНКА

Для кого вы собираетесь работать и готовы ли эти люди платить деньги за информацию? Тысячи начинающих инфобизнесменов из года в год повторяют одну и ту же ошибку – они в порыве энтузиазма берутся за идею-фикс, в поте лица работают над созданием гениального инфопродукта месяц или больше и выходят на рынок, где оказывается, что:

- Их продукт никому не нужен, потому что таких же сумасшедших, интересующихся тем же самым, едва ли наберется 1000 человек в Рунете.
- Если этой тысяче вы предложите заплатить деньги за то, чему вы собираетесь научить, вас пошлют лесом, потому что за это не принято платить.
- Или у этой тысячи просто не окажется денег.
- Или, что еще хуже, у них не окажется денег именно для вас. Кто ты такой, да? Давай, до свидания!

Отсюда вывод: размер имеет значение! Прежде чем вы соберетесь покорять просторы Интернета своими гениальными идеями, зайдите в статистику Яндекса. Мы с вами уже обсуждали этот вопрос в предыдущей главе, поэтому не будем повторяться.

И все же, еще раз обращаю ваше внимание на ряд важных вопросов:

- Каков размер вашего рынка?
- Кто присутствует на этом рынке уже сейчас?
- Что они делают?
- Какие продукты выпускают?
- Какие услуги оказывают?
- Сколько это стоит?
- Насколько посещаемы их сайты?
- Есть ли у целевой аудитории деньги?

Не начинайте работать по теме, пока не получите ответ на эти вопросы! Очень часто придумываются идеи и тратятся миллионы на стартапы, которые не удовлетворяют реальный спрос, а пытаются создать спрос на то, что никому не нужно! Это плохой путь! Это очень дорого – формировать новый спрос на то, что в реальности никому не нужно или без этого вполне можно прожить!

Этим, кстати, занимаются почти все компании сетевого маркетинга – супер-чай, мега-кофеи, чудо-кремы и прочие средства, исцеляющие от всех болезней, бед и несчастий разом – все это имеет более дешевые, а, зачастую, более качественные аналоги, продающиеся в обычных магазинах и аптеках. Поэтому, подумайте, тем ли делом вы занимаетесь?

Будет намного лучше, если клиенты в вашей нише располагают деньгами и готовы их тратить в обмен на информацию. Не берите плохие темы вроде того, «как студенту купить крутую тачку» или «как переехать из деревни в Монте-Карло» - ищите тему там, где платят реальные деньги.

КАК ЧАСТО ПРИХОДЯТ НОВЫЕ ИГРОКИ И КЛИЕНТЫ?

Продолжая поиски клиентов, давайте отметим еще вот что. Как часто происходит обновление на вашем рынке, в вашей нише? Как часто приходят новые игроки, как часто выпускаются новые информационные продукты, проводятся новые тренинги?

Если рынок застоявшийся, как болото, это плохо. Если обновления нечастые – это тоже плохо. Значит, люди не привыкли к переменам и не приветствуют их. И не готовы за это платить.

Чем же это плохо для вас? На консервативном рынке сложно продавать. Здесь люди купили что-то однажды и решают проблему по одной и той же технологии.

В качестве примера могу привести рынок обучения работе в каких-либо программах. Из года в год люди работают в программах Word или Excel, иногда осваивая изменения в программе и новые версии. Вы вряд ли сможете прийти с какой-то революционной технологией обучения и успешно продавать ее. К тому же, вам придется конкурировать с производителем программы, потому что если они заботятся о клиентах, то должны их обучать.

Я люблю живые рынки. Такие как инфобизнес. Здесь информация и новые игроки появляются быстрее, чем успеваешь не то что познакомиться, а просто узнать об этом! Здесь жизнь бьет ключом. Здесь чувствуешь себя строителем коммунизма, участником золотой лихорадки. В принципе, почти все, что касается интернет-технологий – это живой рынок. Все, что связано с финансами, традиционным малым бизнесом – тоже живые рынки. Найдите свой!

Чем чаще происходят изменения на рынке, чем чаще появляются новые игроки и новые продукты – тем лучше для вас. Смело беритесь за дело!

КТО ВАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ?

Что вы должны знать о своей целевой аудитории? Кто эти люди? Чем они живут? Чем занимаются? Как думают? О чем мечтают? В чем их проблемы?

Чем больше таких вопросов вы будете задавать себе про вашу целевую аудиторию, тем легче вам будет понять их и найти с ними общий язык.

Сформируйте для себя портрет идеального клиента:

1. Кто они – мужчины и/или женщины?
2. В каком возрасте?
3. Какой у них социальный статус?
4. Одинокие или семейные?
5. С детьми или без?
6. Карьеристы или предприниматели?
7. Сколько денег и на что тратят?
8. Как принимают решение о покупке?
9. Как развлекаются?

Я мог бы задать вам не менее сорока подобных вопросов, но хочу, чтобы вы включили свой мозг и сами провели это исследование. Главное, что вам нужно понять – какие проблемы есть у ваших потенциальных клиентов? Это знание превратит их в покупателей ваших продуктов и услуг, а затем и в ваших постоянных клиентов.

ДОСТУПНОСТЬ АУДИТОРИИ: КАК ДОСТУЧАТЬСЯ ДО КЛИЕНТОВ?

Неприменно вам следует подумать и о том, сможете ли вы легко достучаться до своих клиентов, объявить им о том, что вы здесь, на рынке, с новым продуктом.

Где обитают ваши клиенты? На форумах, на новостных сайтах, в социальных сетях? Обозначают ли они себя явно или их сложно идентифицировать? Легко ли с ними познакомиться?

О чем это я? Если, предположим, ваша целевая аудитория – это руководители крупных компаний. Где вы их будете искать? Сами понимаете, что просто прийти в офис или позвонить, и договориться о встрече через секретаря, у вас, в большинстве случаев, не получится.

Точно также, не зная имени и фамилии, вы не сможете найти человека в социальной сети. Если только клиент явно не напишет в профиле о том, что он директор такой-то компании.

Может быть они на форумах? И снова вас, скорее всего, будет ждать разочарование. Под ником, например, Vovan, может скрываться как генеральный директор крупной федеральной компании, так и простой бухгалтер или вовсе студент.

Где еще искать больших боссов? Они, скорее всего, читают деловые журналы, определенные сайты или новостные ленты. Но вот сможете ли вы попасть туда – это большой вопрос. Точнее, попасть сможете, но какова будет цена вопроса? У вас хватит денег?

Поэтому, выбирая целевую аудиторию, реально оценивайте свои возможности. Чем проще идентифицировать клиента, тем больше способов найти его и достучаться до него существует. Чем больше людей вы можете охватить – тем лучше.

Не ждите, пока клиенты начнут искать вас. Идентифицируйте себя как можно конкретнее (в тех же социальных сетях) и устанавливайте контакты с потенциальными клиентами и партнерами. Facebook – лучшее место, где это можно сделать! И таки да, привлечение клиентов через подписку и herd-менеджмент никто не отменял!

РЕАКЦИЯ НА ИЗМЕНЕНИЯ И ИННОВАЦИИ

Это мы уже в той или иной степени обсуждали. Будет хорошо, если в вашей нише клиенты привыкли платить за информацию. Это тесно увязано с живостью рынка. Чем живее рынок, чем стремительнее информационные потоки, тем охотнее люди соглашаются платить.

Если вы предлагаете очередной, 1001-й способ создания прибыльного бизнеса в Интернете – у вас больше шансов заработать деньги, чем, если бы вы обучали новым способам езды на автомобиле.

Но чтобы постоянно делать деньги на таких рынках, вы должны находиться внутри этого информационного потока, жить этим, быть в курсе всех событий и трендов и уметь постоянно создавать и комбинировать новое.

СРЕДНИЙ ЧЕК

Сколько привыкли платить за информацию в вашей нише – тоже имеет важное значение. Еще 5-7 лет назад средняя стоимость какого-нибудь инфопродукта составляла 100 долларов, и эта цена вызывала возмущение у многих. Как можно платить за информацию 100 баксов?

Сегодня люди выстраиваются в очередь на тренинги к ведущим экспертам, и их не смущает цена в 1000 долларов.

Никого уже не возмущает, когда за персональный коучинг берут от 20.000 до 100.000 рублей в месяц. За 10-12 индивидуальных часовых занятий! Вдумайтесь! Вы можете зарабатывать с одного клиента до 10.000 рублей в час! А если у вас их будет пять или десять?

Конечно, вам просто так не станут платить. Вы должны быть в состоянии помочь клиенту заработать намного больше или решить проблему, стоимость которой при самостоятельном поиске решения в разы превышает те деньги, которые он заплатит вам. Что поделать, в современном деловом мире время стоит очень дорого. Те, кто это понимают, зарабатывают неприлично много денег!

Многие начинающие инфобизнесмены в стремлении хоть что-нибудь заработать берут за свои услуги дешево. И потом им становится сложно убедить клиентов купить дороже.

Хотите установить правильную цену на свои продукты и услуги? Проанализируйте 50 конкурентов в вашей нише, определите среднюю цену и начинайте работать по ней. С каждым новым результатом ваших клиентов вы будете повышать стоимость своих услуг, пока не войдете в число лидеров ниши. Но если вы будете плавать мелко – большой воды вам никогда не видать.

И ВСЕ ЖЕ, ГДЕ ВОДЯТСЯ КЛИЕНТЫ?

Не буду испытывать ваше терпение, и водить вас кругами по пустыне, как Моисей. Где конкретно искать клиентов? Давайте рассмотрим несколько мест.

Место №1. Социальные сети.

Прежде всего, речь, конечно же, идет о таких сетях как Facebook и ВКонтакте. При этом существует мнение, что [Facebook](#) – это более зрелая и, соответственно, более платежеспособная аудитория, а [ВКонтакте](#) – это более попсовая аудитория.

Я склонен с этим согласиться. Кроме того, по моему мнению, Facebook больше приспособлен для ведения бизнеса.

Как искать? Ищите группы и публичные страницы по вашим ключевым запросам. Например, вы занимаетесь консалтингом по франчайзингу. Находите группы по консалтингу и по франчайзингу и вступайте туда. Знакомьтесь с людьми, устанавливайте контакты и связи.

Те, кто занимаются консалтингом – могут стать вашими партнерами, или вы можете выйти через них на свою целевую аудиторию. Те, кто интересуются или обсуждают тему франчайзинга – это ваши потенциальные клиенты. Будьте активнее, отвечая на вопросы в группе, и так вы рано или поздно зарекомендуете себя как эксперт, и сможете предложить свои услуги и продукты.

Этот метод проверен лично и принес супер-результаты в октябре 2012 года, когда я заработал более 200.000 рублей практически не выходя за пределы группы участников тренинга «Быстрые деньги в инфобизнесе 2012». Вот что значит на 100% попасть в свою целевую аудиторию.

Где разрешено, публикуйте свои анонсы вебинаров и тренингов. Где не разрешено – договаривайтесь с администраторами групп о рекламе, о партнерстве. Всегда можно найти общий язык.

Есть еще две сети – [Google Plus](#) и [LinkedIn](#). Они не так популярны в России, но, тем не менее, вы можете найти клиентов и там. Если у вас до сих пор нет аккаунтов в социальных сетях – заведите их прямо сейчас.

Вы также можете найти и добавить меня в друзья, у меня есть аккаунты во всех социальных сетях (ссылки вы найдете в конце книги).

Хорошо работает таргетированная реклама в социальных сетях, но это платный метод, и в этой книге мы не будем его рассматривать.

Смысл такой рекламы: вы направляете трафик на вашу публичную страницу, например, такую как <https://www.facebook.com/launchexpert> (не забудьте нажать кнопку «Мне нравится», чтобы быть в курсе самого интересного). Трафик вы фильтруете по многим параметрам (пол, возраст, география и т.п.), таким образом, получая более узкую целевую аудиторию для вашего бизнеса.

Как альтернатива – вы направляете трафик на страницу захвата. Что и когда лучше делать – тоже тема для отдельного разговора.

Место №2. Форумы.

Специализированные форумы – это второе место, где водятся ваши клиенты.

В качестве примера: специализированные форумы по бизнес-идеям являются местом обитания начинающих предпринимателей, и если вы, к примеру, занимаетесь стартап-проектами, такой форум – лучшее место для вас.

Стратегия поведения та же, что и в социальных сетях: вы либо тусуетесь на форуме, давая экспертные комментарии и предлагая свои услуги, либо предлагаете партнерство или иным образом договариваетесь с администраторами форума о сотрудничестве.

В крайнем случае, если форум интересен и там есть ваша целевая аудитория – покупаете рекламу.

Лучший способ – разместить в подписи ссылку на свой сайт и написать коротко чем вы занимаетесь. Это послужит дополнительной рекламой вашему проекту, и чем больше вы будете давать полезных советов на форуме, тем чаще будут участники видеть вашу подпись.

Место №3. Сервисы рассылок.

Специализированные рассылки – тоже являются тем местом, где водятся ваши клиенты. В качестве примеров: [Subscribe](#), [Maillist](#), [Smartresponder](#).

Проблема одна – это не ваши рассылки и получить бесплатный открытый доступ к потенциальным клиентам не получится. Но, как и в других случаях, существует возможность договориться на партнерских условиях или за деньги.

Ошибка новичков – стремление обязательно пиариться в большой базе. Но это неправильно. Ищите молодые базы, которые активно растут, где живая активная аудитория. Огромные базы – это, как правило, выжженные поля. Вы потратите больше, а эффект будет меньше.

Почему так? Попробуйте догадаться сами. А если не можете – приходите ко мне на консультацию.

Где еще водятся клиенты? Популярные блоги, сервисы вебинаров, возможно, где-то еще. Но я думаю, вам с лихвой хватит тех мест для поиска клиентов, которые я описал.

КОНКУРЕНЦИЯ И ПАРТНЕРСТВО

Хочу сказать несколько слов о главном преимуществе инфобизнеса. Инфобизнес – это голубой океан! Для тех, кто не в теме – обязательно прочитайте книгу «Стратегия голубого океана».

Только от вас зависит, в какой среде вы будете вести свой инфобизнес.

Вы можете работать во враждебной среде, конфликтуя с другими инфобизнесменами, нарушая правила этики, противопоставляя себя другим. Вы можете вести войны за клиентов. Но это путь в никуда.

Но, вы также можете работать в среде, где даже прямые конкуренты являются партнерами по бизнесу. Самый яркий пример – партнерские отношения Андрея Парабеллума и Николая Мрочковского.

Безусловно, такая стратегия принесет вам несоизмеримо больше денег, больше клиентов и новых партнерских связей, чем конфронтация.

Поэтому, если вы хотите добиться успеха в инфобизнесе – ищите и устанавливайте партнерские связи. В инфобизнесе, как и во многих случаях, связи решают если не все, то очень многое!

Ну что же, дорогой друг! Если вы дочитали до этого момента – я вас поздравляю! У вас есть вся информация для того, чтобы быстро стать экспертом в инфобизнесе, найти своих клиентов и начать зарабатывать деньги, решая их проблемы.

Конечно, я лишь приоткрыл в этой книге окно в большой мир инфобизнеса. Я буду делать это и дальше! Но знания без внедрения мертвы! Поэтому так важно сразу внедрять полученные знания на практике. Дальше я расскажу вам о том, как я могу помочь вам начать инфобизнес и выйти на новый уровень жизни.

ОБ АВТОРЕ

**Григорий ОЗЕРОВ**

**эксперт по созданию систем продаж
и управлению проектами в инфобизнесе,
бизнес-тренер**

Григорий Озеров - предприниматель, бизнес-тренер, консультант по созданию систем продаж и управлению проектами в инфобизнесе, автор книги «Анатомия инфобизнеса».

Профессионал в сфере продаж и управления проектами с 15-летним опытом, прошел карьерный путь от простого менеджера по продажам до директора регионального офиса крупной финансовой компании, провел за свою карьеру тысячи переговоров и презентаций. В разное время был независимым финансовым советником, успешным трейдером и владельцем веб-студии.

С 2012 года помогает интернет-предпринимателям создавать эффективные системы продаж в инфобизнесе, делать запуски тренингов и продуктов (launch & events management) и выстраивать доверительные отношения с клиентами. Отзывы о его работе можно посмотреть на сайте www.launchexpert.ru/feedback. Также Григорий Озеров занимается обучением продюсеров и менеджеров проектов в информационном бизнесе.

Григорий Озеров о себе от первого лица:

Я прошел непростой карьерный путь от простого менеджера по продажам до директора регионального офиса крупной финансовой компании, провел тысячи переговоров. В разное время я был независимым финансовым советником, успешным валютным трейдером и владельцем веб-студии.

За последние 10 лет я общался со многими людьми, которые достигли успеха. У них я многому научился. Этот обобщенный опыт общения с успешными людьми и стал поворотным моментом в моей жизни.

У меня были сложные периоды, взлеты и падения на дно финансовой пропасти. С 2008 до середины 2012 года моя жизнь напоминала американские горки. Было время, когда я зарабатывал до 10,000 USD в месяц, и когда я по полгода не мог найти работу, при этом продолжая находить возможности выплачивать по 35,000 рублей в месяц и содержать семью. Было время, когда я заработал за 2 месяца более 100,000 долларов, но потерял более половины этого капитала в течение следующих шести месяцев на рискованных спекулятивных торговых операциях на валютном рынке.

Самое интересное, что все это, по сути, последствия моих и только моих решений. Однако, я научился делать правильные выводы из своих и чужих ошибок. Благодаря этому у меня теперь все замечательно.

В один прекрасный день, когда работа по найму мне была уже неинтересна, и я окончательно понял, что трейдинг – это не то, чем я хотел бы заниматься всю жизнь, я решил начать собственный информационный бизнес.

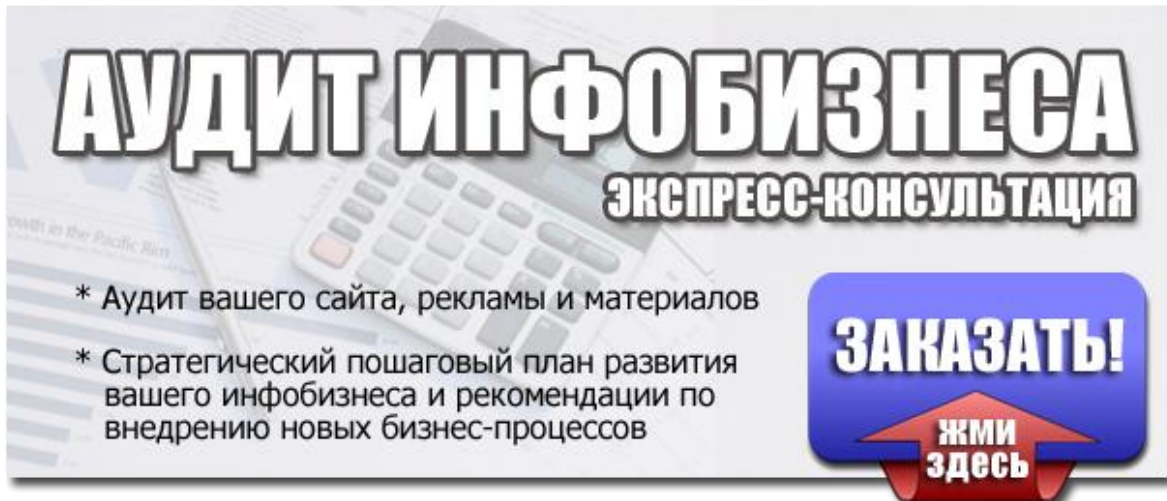
Я такой же, как вы. Я тоже когда-то считал, что бизнес — это сложно. Что на это нужно много времени и много денег для старта. Я очень долго работал по найму в чужих интересах, считая, что карьерный путь — это безопаснее, чем бизнес. Но, если получается продавать чужие товары и услуги, то почему бы не продавать свои? Это приносит гораздо больше денег. А главное, дает возможность заниматься тем, что действительно нравится. Не продавать йогурты и кредитные карты, а создавать свои проекты и приносить пользу другим людям, меняя свои знания на деньги. Что может быть лучше?

Я проходил и прохожу обучение у ведущих российских экспертов по инфобизнесу — у Андрея Парабеллума, Антона Ельницкого, Алекса Айвенго, Владимира Довганя. Я трачу много денег на обучение – и новым технологиям в инфобизнесе, и методам продаж, и управлению, и личной эффективности. Но это многократно окупается. Я заметил, что чем больше я вкладываю в свое обучение – тем лучше у меня результаты! Получать новые знания – и тут же внедрять их на практике в своем бизнесе – вот это работает!

Я создаю и обновляю свою систему обучения инфобизнесу, добавляя в нее мой опыт, мои знания, новые тренды и рабочие кейсы. И эта система работает и дает результаты, при этом вбирая в себя все лучшее, что есть в инфобизнесе. Я в принципе привык работать на результат. Потому что только за результат в современном мире платят деньги. Не за просиживание штанов в офисе и не за имитацию бурной деятельности, а за конкретный результат. И когда планы ставите вы сами и сами назначаете цену за свои услуги — это намного лучше, чем когда за вас это делает кто-то другой!

Цените себя, свои знания, цените свое время. Начинать бизнес в Интернете — это несложно! И у вас все получится, я убежден в этом! Сомневаетесь? Приходите на мои тренинги, в мастер-группу, на консультации и в коучинг — и скоро ваша жизнь изменится, а ваш инфобизнес начнет приносить доход. Даю гарантию!

АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА



АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА
ЭКСПРЕСС-КОНСУЛЬТАЦИЯ

- * Аудит вашего сайта, рекламы и материалов
- * Стратегический пошаговый план развития вашего инфобизнеса и рекомендации по внедрению новых бизнес-процессов

ЗАКАЗАТЬ!
ЖМИ
ЗДЕСЬ

Хотите развивать свой инфобизнес и готовы влюбывать ради достижения супер-результатов? Закажите аудит вашего инфобизнеса — посмотрите на свой проект глазами эксперта-профессионала!

ВАШ ИНФОБИЗНЕС МОЖЕТ ПРИНОСИТЬ БОЛЬШЕ ДЕНЕГ!

Я покажу, как Вы можете увеличить продажи в своем инфобизнесе! Вы узнаете, что можно сделать прямо сейчас, чтобы выйти на новый уровень.

7 ПРИЧИН ЗАКАЗАТЬ АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА

1. Ваши инфопродукты плохо покупают...
2. На ваши вебинары приходит мало слушателей...
3. Вы тратите деньги на рекламу в Интернете, но не получаете отдачи...
4. Стоимость привлечения подписчиков слишком высока...
5. Ваш сайт мало посещают и не находят в поисковых системах...
6. Вы изучили сотни инфопродуктов и материалов на тему инфобизнеса, но так и не поняли где и как тут можно заработать...
7. Вы сделали сайт, рассылку, провели первый вебинар, но не знаете, что делать дальше и в какой последовательности...

С ЭТИМИ ПРОБЛЕМАМИ СТАЛКИВАЮТСЯ ВСЕ НОВИЧКИ В ИНФОБИЗНЕСЕ!

И именно поэтому 90% из них бросают начатый бизнес в Интернете, так и не заработав существенных денег.

То же самое может ожидать и Вас. Вы будете тратить свое время и деньги, но не будете получать достойных результатов. Ваш энтузиазм будет снижаться с каждым днем. Все это приведет к ухудшению качества вашей информации, а значит, продаж будет все меньше и меньше.

И как итог — закрытие вашего инфобизнеса, впустую потраченное время и деньги, отсутствие результатов...

И перспектива снова работать в офисе под руководством злого начальника, стоять в бесконечных пробках по дороге из дома на работу и обратно!..

К СЧАСТЬЮ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ ТИПИЧНЫ И РЕШАЕМЫ!

Заказывая аудит инфобизнеса, вы будете понимать:

- Как создавать и запускать инфопродукты, чтобы их покупали.
- Как привлекать на свои вебинары больше слушателей, как продавать на вебинарах.
- Как правильно составлять автоматические серии писем для продажи ваших продуктов и услуг подписчикам.
- Как правильно составлять объявления для контекстной рекламы и проводить рекламные кампании.
- Как привлекать бесплатный трафик на ваш сайт и другие аспекты системного инфобизнеса!

ЧТО ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ?

1) Стратегический план развития вашего инфобизнеса, с заданиями и рекомендациями.

Это бизнес-модель, конкретные действия, которые нужно делать самостоятельно в течение определенного периода времени. Или пошаговый план, который вам нужно будет внедрить.

Здесь у вас три варианта:

- делать все самостоятельно;
- продолжить в **мастер-группе** и еженедельно работать над решением своих проблем в кругу единомышленников, при моей поддержке и под моим контролем;
- пойти ко мне в **персональный коучинг до результата**, где я поведу вас за руку до вашей цели, не давая возможности свернуть с правильного пути или дать слабину, отказавшись от своих планов.

2) Вы считаете, что зря потратили время.

В этом случае, я без вопросов возвращаю вам деньги, но на этом мы навсегда прощаемся и я больше с вами не работаю (вы не сможете проходить мои тренинги, посещать вебинары и мастер-группы, вы не сможете участвовать или будете исключены из партнерской программы). Такого правда не было ни разу, но все равно я должен вас предупредить.

Стоимость аудита вашего инфобизнеса вы можете узнать на странице

<http://launchexpert.ru/audit>

Продолжительность консультации: 2 часа. Обязательно предоставление информации о вашем инфобизнесе до консультации.

КАК ЗАКАЗАТЬ АУДИТ СВОЕГО ИНФОБИЗНЕСА?

Чтобы записаться на консультацию, напишите письмо в свободной форме.

В письме напишите:

1. **Тема письма: Аудит инфобизнеса**

2. Опишите ваш инфобизнес, вашу целевую аудиторию, существующие или планируемые к запуску инфопродукты и тренинги, способы продвижения, которые вы используете и сообщите другую информацию, которую считаете важной.
3. Напишите, какой результат вы ожидаете получить от аудита (ваша цель)?
4. Расскажите о себе — кто вы, чем занимаетесь, город проживания. Обязательно укажите ссылки на ваш сайт (блог), продающие страницы, бизнес-страницы Вконтакте или Facebook (если есть) и прочие ссылки, которые сочтете нужным указать.
5. Обязательно укажите ваш логин Skype и контактный телефон! Если у Вас до сих пор нет своего аккаунта в Skype — прямо сейчас самое время его завести. Если вы не знаете, что такое Skype и как можно общаться с помощью этого сервиса — примите мои искренние сожаления, перестаньте быть лузером и наберите в поисковой системе Яндекс слово «скайп», узнайте, как все это работает; после чего возвращайтесь на эту страницу и продолжим разговор.

Я вам отвечу на письмо в течение 1-2 дней. Если я смогу вам помочь, то вы снова вернетесь на эту страницу и нажмете кнопку «Заказать!», после чего выберете удобный способ оплаты. После того, как деньги поступят на мой счет, я свяжусь с вами и мы договоримся о дате и времени проведения консультации по аудиту.

Можно поступить наоборот: сначала [ЗАКАЗАТЬ И ОПЛАТИТЬ АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА](#), а потом решить все организационные вопросы.

АУДИТ ИНФОБИЗНЕСА СОСТОИТ ИЗ ТРЕХ ЭТАПОВ

После оплаты консультации мы проводим короткую сессию через скайп (максимум 30 минут), где знакомимся, вы кратко рассказываете о своем бизнесе и излагаете суть проблемы, с которой столкнулись и которая требует решения. Как альтернатива — вы присылаете информацию на email в письменном виде.

На втором этапе я анализирую ваш инфобизнес, изучаю ваши материалы и сайт, после чего выдаю перечень рекомендаций в письменном виде по исправлению (улучшению) бизнес-процессов и отправляю вам по email. Этот этап в зависимости от формата вашего инфобизнеса, степени моей занятости и наличия свободного времени длится от 3 до 7 дней.

И на третьем этапе вы изучаете рекомендации и задаете вопросы. Мы с вами снова встречаемся в скайпе и обсуждаем вопросы лично, либо ограничиваемся перепиской по email. Кроме того, вы получаете бесплатный доступ на два месяца в мастер-группу, где я буду контролировать ваши результаты.

ОГРАНИЧЕНИЯ

Данная услуга подразумевает, что вы не совсем новичок в инфобизнесе и у вас, по крайней мере, есть свой сайт. А также вы знаете, что такое рассылка, вебинар, контекстная реклама, инфопродукты и электронные платежные системы (пусть даже сейчас у вас ничего еще нет).

Также существует много проблем, которые я не смогу помочь вам решить, вы должны это понимать — в этом случае я не возьму с вас денег и бесплатно дам вам рекомендацию к другому эксперту. Кроме того, я

- могу отказать в услуге без объяснения причины,

- могу отказать из-за нехватки личного времени,
- могу предложить вам подождать, пока освободится время.

С ростом количества желающих на консультацию количество моего свободного времени сокращается. Сейчас запись в очередь на консультацию происходит за три дня до начала старта работы. Поэтому вписывайтесь заранее, чтобы начать работать быстрее.

Срочность, неудобное для меня время и особые условия — за отдельные деньги.

P.S. Я гарантирую Вам конфиденциальность. Никакая персональная информация никогда ни при каких условиях не будет разглашена третьим лицам.

МАСТЕР-ГРУППА

- * Еженедельные занятия в мастер-группе
- * Пошаговые инструкции для начинающих
- * Анализ ошибок в вашем инфобизнесе
- * Обучение инфобизнесу на примерах
- * Скидка на персональный коучинг 10%
- * Скидка на семинары и тренинги 20%
- * Доступ к лучшим бесплатным материалам
- * Видеозаписи занятий бесплатно
- * Минимальный срок участия три месяца

МАСТЕР ГРУППА

КУПИТЬ!

ЖМИ
ЗДЕСЬ

Что такое мастер-группа? Это особая информационная среда, сочетающая в себе элементы воркшопа (длительного практического онлайн-тренинга), группового и индивидуального коучинга. Находясь в этой среде, участники двигаются к своим результатам в инфобизнесе намного быстрее, чем остальные.

ПОЧЕМУ ВАМ НУЖНО БЫТЬ В МАСТЕР-ГРУППЕ?

- Если Вы хотите получать ответы на любые ваши вопросы по теме инфобизнеса.
- Если Вы хотите посещать еженедельные занятия в прямом эфире, где мы вместе с Вами выбираем и обсуждаем самые актуальные и самые интересные темы по созданию и развитию инфобизнеса, работаем над ошибками и улучшениями в вашем бизнесе.
- Если Вы хотите получать скидки до 30% на все мои продукты, тренинги, семинары и мастер-классы.

И самое главное: мастер-группа – это точка сбора лучших и самых успешных инфобизнесменов – тех, кто постоянно работает над собой и своим бизнесом, пробует что-то новое и с удовольствием делится работающими “фишками” и моделями.

КАК ПРОХОДЯТ ЗАНЯТИЯ?

Занятия проходят онлайн в форме вебинаров (когда ведущий или приглашенные спикеры обучают по какой-то теме) или в форме конференций (когда идет групповое обсуждение или обратная связь). Всегда можно задавать вопросы в чате.

КОГДА ПРОХОДЯТ РЕГУЛЯРНЫЕ ЗАНЯТИЯ?

Еженедельно вечером по четвергам (в диапазоне от 19:00 до 22:00 московскому времени). Информация о времени начала и теме занятия заблаговременно появляется в закрытой группе в Facebook и в скайп-чате, куда добавляются все участники после оплаты..

После каждого занятия Вы сможете скачать и (или) прослушать аудио- или видеозапись в закрытой группе в Facebook.

КАК Я СМОГУ ОБЩАТЬСЯ С ДРУГИМИ УЧАСТНИКАМИ?

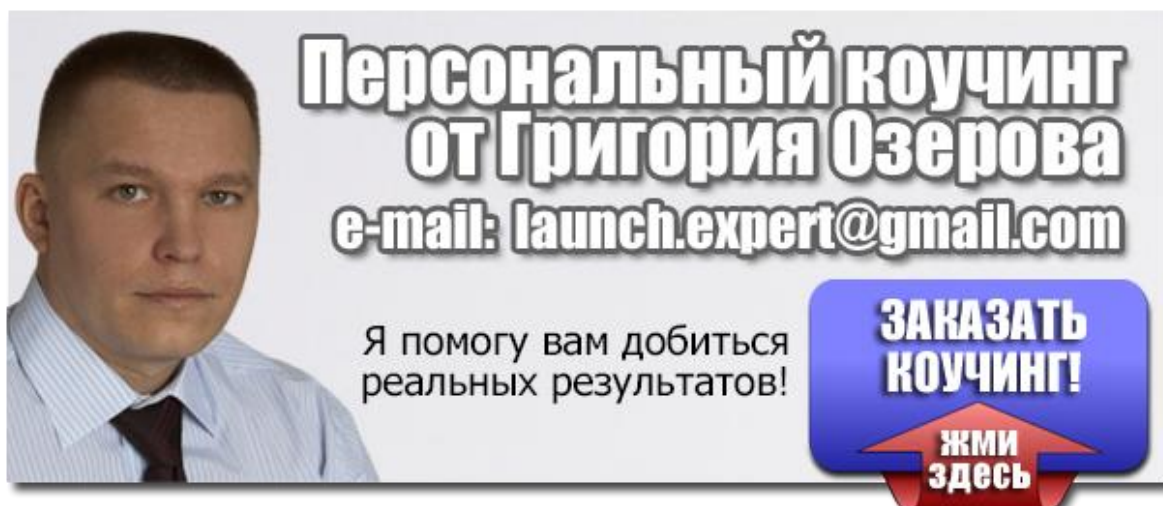
Непосредственно во время занятий общение в чате на посторонние темы не приветствуется, а за рекламу чужих проектов можно получить пожизненный бан. Исключение составляют моменты, когда идет разбор и обсуждение бизнеса кого-то из участников мастер-группы.

Для общения между участниками создана закрытая группа в Facebook и скайп-чат, доступ в которые вы получаете сразу после того, как становитесь участником мастер-группы. В закрытой группе Facebook активность и общение, наоборот, поощряется — вы можете создавать совместные проекты, выставлять на обсуждение свои сайты, идеи и инфопродукты.

Стоимость участия в мастер-группе вы можете узнать на странице <http://launchexpert.ru/groups>

С 2013 года новые правила! Вы вступаете в мастер-группу сразу на год! Включено 50 часовых занятий в группе!

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОУЧИНГ



**Персональный коучинг
от Григория Озерова**
e-mail: launch.expert@gmail.com

Я помогу вам добиться реальных результатов!

**ЗАКАЗАТЬ
КОУЧИНГ!**

**ЖМИ
ЗДЕСЬ**

Мой коучинг — это персональная поддержка в запуске и развитии вашего инфобизнеса. Я могу предложить вам два варианта коучинга — коучинг до результата и коучинг без ограничений.

КОУЧИНГ ДО РЕЗУЛЬТАТА

Первый вариант — **коучинг 500 за 50**. Это жесткий формат индивидуальной работы, в котором мы работаем до достижения результата — продаж в вашем инфобизнесе на 500.000 рублей. Максимальный срок — шесть месяцев. За это время мы находим нишу, поднимаем ваш статус эксперта, формируем ваше уникальное торговое предложение, создаем систему продаж в вашем инфобизнесе (можно с нуля), линейку продуктов и тренингов, и запускаем конвейер продаж. Строгий контроль выполнения домашних заданий. За неуспеваемость и прогулы выгоняю из коучинга! Никаких гарантий возврата денег — я даю вам систему и план действий, вы делаете и получаете результат!

Стоимость коучинга до результата: 50.000 рублей (всего).

Максимальный срок коучинга составляет шесть месяцев.

Формат: одна скайп-консультация (коуч-сессия) в неделю.

Необходимые пояснения: оплата сразу и полностью, скидок и рассрочек нет (если вы не можете найти 50.000 рублей — значит вам еще рано в коучинг), в счет «будущих концертов» не работаю, и это не продюсирование.

КОУЧИНГ БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЙ

Второй вариант — **коучинг без ограничений**. В коучинг без ограничений входит: определение наиболее разумных бизнес-целей в вашей ситуации, создание стратегии и тактики продвижения вашего инфобизнеса, контроль исполнения еженедельных и ежемесячных планов, а также помощь в быстром внедрении идей и решений и совершении необходимых шагов. И наконец — ответы на все ваши вопросы.

Одновременно с достижением желаемых результатов в инфобизнесе, вы развиваете и прокачиваете свои бизнес-навыки, которые навсегда остаются с вами, а именно: продажи, управление проектами, маркетинг, копирайтинг, планирование, анализ рынка, позиционирование, личная эффективность и др.

Стоимость коучинга без ограничений вы можете узнать на странице

<http://launchexpert.ru/coaching>

Минимальный срок совместной работы составляет три месяца.

Формат: одна скайп-консультация. Периодичность по согласованию.

Необходимые пояснения: если мы работаем впервые — оплата сразу за три месяца, потом можно помесечно; скидок и рассрочек нет (если вы не можете найти необходимую сумму — попробуйте пройти коучинг до результата за 50.000 рублей и заработать необходимые деньги), в счет «будущих концертов» не работаю, и это не продюсирование.

ЗАЧЕМ ВАМ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОУЧИНГ?

Только личное внимание, тщательная и детальная работа с конкретным человеком, с его целями, задачами в бизнесе и жизни дает потрясающие результаты за очень короткий срок. Результаты, которые удивляют и кажутся невозможными.

Я не знаю ни одного предпринимателя (в любой сфере), получившего значительные результаты в бизнесе без наставника, который уже прошёл этот путь ранее.

Однако, большинство всегда игнорирует это правило... и получает «средние» результаты.

Недостаточно собрать информацию из книг, семинаров, курсов и тренингов — важно уметь отделить главное от второстепенного, важно знать на чем сконцентрироваться в первую очередь, важно получать рекомендации и обратную связь, беспристрастный взгляд со стороны, важно правильно анализировать и убирать страхи и ошибки.

Поэтому персональный коучинг — это исключительно выгодная инвестиция в ваше личное развитие и развитие вашего инфобизнеса.

Вы получаете обучение от профессионала, практическое применение полученных знаний, индивидуальную экспертную корректировку ваших проектов, поддержку в трудные моменты (которая позволяет вам избегать промедлений, избавляться от сомнений и депрессии, восстанавливать скорость движения вперед) и как следствие — быстрое становление и развитие вашего инфобизнеса.

Если на развитие бизнеса «своими силами» у большинства уходят годы, то с помощью бизнес-наставника вы делаете это за месяцы.

КОГО Я РАД ВИДЕТЬ В СВОЕМ ПЕРСОНАЛЬНОМ КОУЧИНГЕ?

- Если Вы хотите увеличить доход в собственном инфобизнесе.
- Если Вы только создаете инфобизнес и хотите развиваться правильно.
- Если Вы хотите быстро поднять свой инфобизнес на новый уровень.
- Если Вы хотите научиться ставить перед собой реальные цели и легко достигать их.
- Если Вы хотите научиться мотивировать себя и прокачать личную эффективность.
- Если Вы хотите создать системный инфобизнес на своих или чужих знаниях и навыках.
- Если Вы хотите продавать свои знания в Интернете с помощью вебинаров и тренингов и зарабатывать на этом от 100.000 рублей в месяц.

Важно! Поскольку программа моего персонального коучинга стоит недёшево, вам необходимо иметь источник дохода, который позволит ее оплатить.

Я не возьму вас, если вы собираетесь взять кредит или цепляетесь за коучинг, как за последний шанс.

Работа на результат требует, в том числе, и финансовых затрат на развитие бизнеса, а если у вас денег нет — вам в коучинг еще рано. Я рекомендую вам записаться в мастер-группу, и работать над достижением результатов в группе.

ЧТО ВКЛЮЧАЕТ МОЙ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОУЧИНГ?

- Одну скайп-консультацию в неделю.
- Бесплатный доступ в мастер-группу на время персонального коучинга.
- Бесплатный доступ на время персонального коучинга ко всем моим информационным и обучающим материалам (включая платные), которые вам понадобятся.
- Безусловная конфиденциальность нашей совместной работы.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ НАШЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА

1. Вы готовы к самостоятельной работе под моим руководством.
2. Если мы с вами работаем впервые — предоплата за 3 месяца вперед (далее — возможность помесечной оплаты) — практика показывает, что за меньшее время достичь хороших результатов невозможно.
3. Наконец, обязательными условиями нашего сотрудничества является ваша нацеленность на результат, а также мой интерес к работе с вами (это мы определим на собеседовании).

ФОРМАТ РАБОТЫ

После оплаты я глубоко изучаю ваш инфобизнес (если он уже есть) или ваш бизнес-план по созданию инфобизнеса, и мы совместно с вами выбираем показатель или цель, которых мы хотим достигнуть, после чего начинаем работать.

Один раз в неделю мы созваниваемся по скайпу. Вы рассказываете, что сделано, и показываете результаты. Я оцениваю результаты и говорю, что скорректировать и какой следующий шаг предпринять.

Работы по внедрению вы выполняете самостоятельно или с помощью помощников.

КАКИЕ ГАРАНТИИ?

Я лично гарантирую, что знания от меня вы получите. И только от вас зависит, станете ли вы применять их на практике или нет. Возврата здесь быть не может. Это путешествие в одну сторону.

ДА, Я ХОЧУ ПОПАСТЬ В КОУЧИНГ, ЧТО ДЕЛАТЬ?

Вы пишете письмо на электронную почту launch.expert@gmail.com, и мы договариваемся о предварительном собеседовании.

Если я могу реально Вам помочь (а это станет ясно после собеседования), то мы ставим реальные сроки и цели обучения.

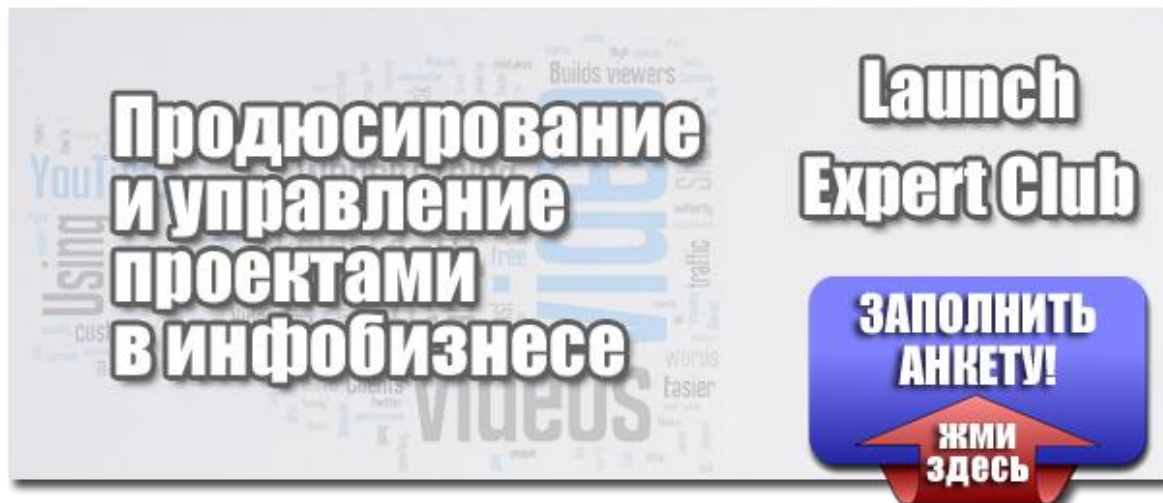
Договариваемся о режиме работы: в какие дни, в какие часы будут проходить занятия в Skype.

Меня интересует Ваш результат. Это цена моей репутации в инфобизнесе. Поэтому предупреждаю, что работать будем очень много и послаблений не будет. Вы обращаетесь ко мне, чтобы вывести себя и ваш инфобизнес на новый уровень развития. Моя задача помочь Вам сделать это, поэтому **ОПРАВДАНИЙ БЫТЬ НЕ МОЖЕТ!**

P.S. Я беру только тех людей, кто мыслит глобально, ставит большие цели и готов действовать. Если Вы уже готовы к качественным переменам, созрели для улучшения Вашей жизни и страстно хотите увеличить Ваши доходы, тогда добро пожаловать в персональный коучинг!

P.P.S. Я физически не могу одновременно работать с большим количеством клиентов. Свободных мест, как правило, нет, но, возможно вы сможете доказать, что я должен взять в коучинг именно вас. Пишите, потому что если вы не способны сделать даже этот шаг — о каких результатах может идти речь? Будьте настойчивы — и добьетесь своего! Чем раньше напишете, тем быстрее заработаете свой миллион. Удачи!

ПРОДЮСИРОВАНИЕ



В последнее время в инфобизнесе набирает силу новая тенденция — продюсирование. Так же, как в шоу-бизнесе продюсеры раскручивают звезд, вы находите эксперта-профессионала в каком-либо направлении, помогаете создать ему информационные продукты и тренинги, и раскручиваете его, зарабатывая на этом деньги.

Для кого это подходит наилучшим образом? Если вы наемный менеджер по продажам или классный управляющий, но при этом не хотите «светиться» и заниматься постоянным обучением других, созданием продуктов и прочими проектами, которыми должны заниматься инфобизнесмены, или вы не в состоянии выбрать свое направление в бизнесе — вы можете стать профессиональным менеджером проектов или продюсером в инфобизнесе.

ПОЧЕМУ ВЫГОДНО БЫТЬ ПРОДЮСЕРОМ?

Во-первых, существует множество экспертов, которые являются настоящими профессионалами своего дела, но они не любят и не умеют продавать свои услуги. Максимум, на что они решаются — воспользоваться услугами организаторов семинаров. Вы, пройдя обучение управлению проектами в инфобизнесе, сможете привлечь для таких экспертов целевую аудиторию и заработать на этом столько же, сколько и бизнес-тренер, а, возможно, и больше!

Во-вторых, индустрия инфобизнеса растет не по дням, а по часам и все большему количеству ведущих инфобизнесменов требуются менеджеры для управления новыми проектами. Если вы пока не чувствуете, что способны продюсировать экспертов — вы можете освоить профессию launch-менеджера (менеджера проектов в инфобизнесе) и поработать для начала с кем-то из лидеров. А когда будете готовы — начнете самостоятельный путь. Навыки нужны практически одни и те же, просто продюсеру нужно знать и уметь немного больше.

В-третьих, пока инфобизнесмен работает над своим проектом, занимаясь день и ночь подготовкой, продажами и проведением тренингов и семинаров — вы, как продюсер, сможете вести одновременно несколько таких проектов и получать во много раз больше денег! Мы научим вас всему:

- как работать с фрилансерами и экспертами по своим правилам;
- как и где находить профессионалов, и предлагать им продюсерские услуги;
- как создавать для экспертов и раскручивать тренинги и семинары;

- как вести несколько проектов одновременно...
- и многому другому, что необходимо продюсеру и менеджеру проектов!

ЧТО ТАКОЕ LAUNCH EXPERT CLUB?

Launch Expert Club — это и закрытый клуб, и онлайн-школа продюсеров и менеджеров проектов, в которой еженедельно проходят занятия в формате workshop (длительный практический онлайн-тренинг с элементами группового и индивидуального коучинга). Находясь в этой онлайн-школе, участники учатся и работают одновременно, достигая своих целей намного быстрее, чем остальные. Подробнее о данном направлении вы можете узнать здесь: <http://launchexpert.ru/club>

ВАШИ ОТЗЫВЫ

Дорогой читатель, я с нетерпением буду ждать именно Ваш отзыв на эту книгу. Если Вам понравилось, если Вас что-то зацепило, если Вы приняли решение начать что-то делать, начать действовать – не молчите, расскажите об этом!

Только не пишите, если Вам нечего сказать, поделитесь своими эмоциями, расскажите свою историю, пришлите свою фотографию, ссылки на проекты и аккаунты в социальных сетях.

Лучшие отзывы я буду публиковать на своем сайте и на наших публичных страницах в Facebook и ВКонтакте. Если Вы занимаетесь инфобизнесом, то прекрасно понимаете, что это еще одна ссылка на Вас и Ваш бизнес, которую, очень возможно, увидит Ваш потенциальный клиент.

Присылайте Ваш отзыв на этот e-mail:

launch.expert@gmail.com

или прямо сейчас оставьте свой отзыв на официальном сайте книги:

www.anatomia-info.ru

(кстати, здесь вы можете узнать о других книгах серии «Анатомия инфобизнеса»)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ



Ну вот, дорогой друг, настало время ненадолго попрощаться с вами. Но я уверен, что мы еще обязательно встретимся и поработаем вместе над вашим инфобизнесом.

Я многое не успел сказать. Ничего не сказал о своих семинарах и тренингах, ничего не сказал о партнерской программе.

Но вы можете прямо сейчас стать моим другом в социальных сетях и подписаться на мой канал Youtube, который с 2013 года выходит в формате регулярного вещания и называется «Инфобизнес в деталях».

Заходите прямо сейчас по ссылкам ниже, добавляйтесь в друзья и получайте важную информацию об инфобизнесе!

Давайте станем друзьями и партнерами!



Мой официальный сайт:
<http://launchexpert.ru>



Моя страница в Google +:
<https://plus.google.com/113763126098864757474>



Официальный сайт книги:
<http://anatomia-info.ru>



Страница LaunchExpert.RU в Facebook:
<http://www.facebook.com/launchexpert>



Моя страница в Facebook:
<http://www.facebook.com/grigory.ozarov>



Инфобизнес: лучшие вебинары и тренинги месяца: <https://www.facebook.com/bestinfoevents>



Моя страница в Vkontakte:
<http://vk.com/grigory.ozarov>



Страница LaunchExpert.RU в Vkontakte:
<http://vk.com/launchexpert>



Моя страница в LinkedIn:
<http://www.linkedin.com/in/ozarov>



Инфобизнес: лучшие вебинары и тренинги месяца: <http://vk.com/bestinfoevents>



Мой микроблог Twitter:
<http://twitter.com/grigoryozarov>



Мой видеоканал Youtube:
<http://www.youtube.com/launchexpertru>

ДЛЯ ЗАМЕТОК
