

АЗАТ ВАЛЕЕВ

ИНФОБИЗНЕС НА МИЛЛИОН

Или как делать деньги из воздуха

2017

УДК 82-3
ББК 84-4
В15

Шрифты предоставлены компанией «ПараТайп»

Валеев Азат

В15 Инфобизнес на миллион : Или как делать деньги из воздуха / Азат Валеев. — [б. м.] : [б. и.], 2017. — 236 с. — [б. н.]

Вы держите в руках уникальную книгу! Это результат 11-летней работы в информационном бизнесе. Все советы практические и основаны на реальном опыте, применив который, вы сможете начать свой бизнес на продаже информации в интернет. Эта книга — ваш путь к финансовой свободе. Воспользуйтесь данной книгой, чтобы разработать свой план действий по запуску и развитию своего бизнеса в Интернете на продаже своих знаний. Дерзайте!

УДК 82-3
ББК 84-4

16+

В соответствии с ФЗ от 29.12.2010 №436-ФЗ

ВВЕДЕНИЕ

«Большинство чаек не стремится узнать о полете ничего, кроме самого необходимого: как долететь от берега до пищи и вернуться назад. Для большинства чаек главное – еда, а не полет».

Эти слова из книги «Чайка по имени Джонатан Ливингстон» Ричарда Баха замечательно иллюстрируют происходящее с нами в повседневности. Вся наша жизнь – это полет! Полет во времени и пространстве. Считаешь ли ты, как основная масса людей, что твой полет – всего лишь движение между потреблением пищи и отправлением естественных нужд? Или ты жаждешь чего-то большего? Может быть, ты понимаешь, что твоя нынешняя жизнь нуждается в серьезных изменениях?

Если да, то поздравляю, **Ты избранный!**

Даже если тебя толкает только любопытство, это уже хорошо. Любопытство на протяжении тысячелетий развития человечества было основным двигателем прогресса.

Как ты думаешь, кто виноват в неудачах твоей жизни? Кто сделал ее скучной и однообразной? Если ты считаешь, что это рок, судьба или дядя, сидящий где-то высоко в офисе, ты сильно ошибаешься. Во всех своих неудачах

виноват Ты САМ! И здесь есть обратный вывод: Ты САМ можешь изменить свою судьбу, сделать жизнь яркой, перестать плыть по течению, уготованному неудачникам!

В последнее время можно заметить тенденцию в тусовке бизнесменов: многие мастера переходят на совершенно другой уровень, начинается массовое увлечение новыми видами и способами извлечения прибыли, появляется все больше новшеств и разработок в области продаж информации. Вероятно, каждый достигший определенного уровня предприниматель обнаруживает узость своего бизнеса. Появляются новые тренинги, консалтинг-услуги, еще больше продуктов, коучинг, сертификация и многое другое.

В конце концов, ты приходишь к выводу, что эффективность в бизнесе – всего лишь проявление общей эффективности тебя как существа, действующего в этом мире, и твоего дела в системе под названием рынок.

Я предлагаю тебе весь свой практический опыт в области электронной коммерции. Лишь изменив себя, ты сможешь изменить других, да и мир вокруг. Ты имеешь все возможности стать действительно уникальной личностью, отличной от миллиардов человекоподобных существ, выструганных по шаблону, не подозревающих о том, что они могут ИЗМЕНИТЬ свою жизнь.

Став успешным, ты получишь то, о чем большинству людей даже невозможно помыслить.

Ты готов перейти на новую ступень? Это эволюция!

Если твой ответ ДА, можешь читать дальше. Назад пути нет. Если твой ответ НЕТ, закрывай эту книгу, она тебе не нужна. Твоя жизнь устраивает тебя. Но задумайся: жизнь ли это?

Итак, кто я такой?

Меня зовут Азат Валеев.

Думаешь, я глубокий старик с бородой и в очках, который достиг всего и сейчас вещает с трибуны? Да нет, не угадал. Я такой же человек, как и ты, как и многие другие.

Просто я занялся информационным бизнесом достаточно давно и постоянно практиковался, практиковался, практиковался. Часто обламывался, случалось, что мне тоже не везло. Но я шел напролом и занимался бизнесом (изучал, придумывал, проверял, тестировал, практиковал) по 10 часов в день! **Вдумайся – 10 ЧАСОВ В ДЕНЬ БЕЗ ПЕРЫВА!**

Вряд ли таких фанатов инфобизнеса знает современная история. Я запускал по два-три проекта в день. Ночами я скачивал новые материалы и ставил в их в свой график, чтобы изучить позже. Моя комната превратилась в настоящую лабораторию инфобизнеса. Мой мозг стал процессором. Я верил в себя. Да, я, обычный студент, несколько не сомневался в будущем ошеломительном успехе!

Лишь с таким отношением мне удалось качественно разобраться в этой, казалось бы, сложной теме. Я прошел длинный путь и поэтому уверен, что не просто имею право составить подобную книгу — я обязан ее написать.

В этом месяце я приобрел и скачал огромное количество книг по электронной коммерции и инфобизнесу. Десятки текстов, бизнес-пакетов, обучающих рассылок с одним и тем же смыслом. Самые продвинутые авторы создали тренинги. И что? Клонирование. Вода. Одно и то же. Поверхностная попытка научить. Ни-че-го!

У меня возник закономерный вопрос: как человек, который совсем не разбирается в теме, решил учить других? Видимо, это особенность российского менталитета. Я тоже через это прошел. У меня был свой бизнес-пакет, на созда-

ние которого ушла всего лишь неделя. Размышлял я примерно так: «Я прочитал материал по инфобизнесу и теперь тоже могу этому обучать. Ведь я стал гуру!» Сейчас я понимаю, что был неправ. Все ошибаются, но лишь сильнеешие признают свои ошибки.

Будь уверен: все, о чем написано в этой книге, я опробовал. Все, о чем рассказываю, — это личный опыт, показанный через призму многолетней практики. Здесь не будет «воды». Здесь не будет лжи. Здесь не будет рекламы, хотя я мог бы создать эту книгу абсолютно рекламной, как это делает большинство предпринимателей. Но я не хочу предлагать тебе книгу, от которой тошнит.

У меня лишь одно условие. Ты должен применять все, что узнаешь из книги, на практике. Ты должен действовать!

Любое действие лучше бездействия.

Азат Валеев

Постоянно перечитывай эту книгу, и ты всегда будешь находить в ней что-то новое. Книга написана так, что для новичка она станет азбукой инфобизнеса, для среднего бизнесмена — руководством к действию, а успешный предприниматель сумеет существенно пересмотреть свои взгляды и в несколько раз увеличить эффективность.

Эта книга не теоретическое рассуждение, как формировать информационный интернет-бизнес. Это не пособие, как создавать продукт, продавать его, писать рекламные тексты, хотя общие советы я тоже предоставляю. Но теоретических изданий в Интернете уже достаточно, а эта книга — практика, проверенная временем.

Эта книга изменит твою жизнь. Это бизнес, который начинается не с твоего сайта или продукта, а с главного — твоей личности. Прочитав впервые о некоторых вещах, ты, возможно, их не поймешь. Но, возвратив-

шись к ним через пару месяцев, ты получишь осознание и совершишь истинный глубокий прорыв. Озарение в моменте.

Что еще?

В отличие от десятков успешных инфобизнесменов, гуру и тысяч псевдогуру, я не могу похвастаться миллиардными прибылями, сотнями инфопродуктов и другими всевозможными понтами.

От себя лишь скажу: я создал несколько успешных инфобизнесов в разных нишах с огромными оборотами (более 100 миллионов рублей). Но и сейчас, несмотря на обороты, я продолжаю экспериментировать, пробовать, делать что-то принципиально новое. Некоторые наработки проваливаются, но каждая неудача делает меня сильнее. С тобой, мой читатель, я готов поделиться самыми успешными и самыми эффективными вещами.

Почему именно эта книга изменит твою жизнь?

Потому что у меня есть 100% рабочая технология создания своего прибыльного инфобизнесового замка с крепчайшим основанием.

Четко. Конкретно. Эффективно. Прибыльно.

Чему обучает нас большинство псевдогуру инфобизнеса? Это разбитые, разорванные на кусочки знания, которые были пересказаны всеми, кому не лень. О какой эффективности и успешности может идти речь?

Моя книга написана в директивном стиле – это значит, что я буду говорить прямо и открыто. Со многими рассуждениями ты можешь не согласиться, но это уже твое право. Все в этой книге – мой практический опыт. Я писал книгу прежде всего для себя, но потом решил, что мой опыт будет интересен и другим людям.

Данная книга позволяет тебе работать над собой, над своим инфобизнесом и достигнуть личного успеха.

Если ты готов измениться, то вперед. В путь!

Искренне, Азат Валеев

Обязательно посети мой блог azatvaleev.ru

КРАСНАЯ ИЛИ СИНЯЯ ТАБЛЕТКА?

*Я лишь могу указать на дверь, войти в нее тебе
придется самому.*

«Матрица»

Прежде чем мы перейдем непосредственно к инфобизнесу, я хочу открыть тебе глаза на реальный мир. Без понимания мира и понимания себя развиваться в бизнесе будет очень сложно.

Я всегда говорил и буду говорить, что **настоящий бизнес начинается с личного роста**. Напоминаю: эта книга не просто обучающее пособие, коих сотни тысяч. Это не о том, как создать бизнес. **Это о том, как построить свою жизнь при помощи своего инфобизнеса**. В этой книге мы будем смотреть в самые глубины.

В свое время голливудская трилогия «Матрица» наделала много шума. Качественный фильм. Отличная графика. Но на самом деле «Матрица» далеко не фантастика. Фильм «Матрица» отражает скорее религию технотронного общества – общества XXI века.

Матрица. Социальное программирование

С самого детства ты, как и большинство людей, живешь в состоянии транса — как биоробот. Прежде чем ты пробудишься, я объясню, какой чепухе тебя учили с самого детства.

Как только ты пришел в этот мир, тебя начали социально программировать. Я не хочу сказать, что социализация — это плохо. Отчасти даже хорошо. Это необходимость XXI века. Но здесь есть много того, что тебе не нужно.

Социальное программирование, которое начинается с родителей, продолжается в детском саду, школе, колледже, вузе, реализуется в рекламе и давлении общества, оказывает на тебя огромное влияние.

В тебя вкладывают чужеродные дефективные программы, неправильные убеждения, делают тебя слабым, учат подчиняться. Для общества это считается нормальным. Но давай посмотрим глубже.

Задумывался ли ты, чему тебя учили с детства?

— Смотри, как делает это твой сосед, а ты — неудачник!

— Видишь, твой дядя целыми днями работал, а сейчас у него есть своя машина.

— Сиди тихо и не высовывайся.

— Окончи учебу на «отлично», поступи в университет, получи красный диплом и устройся на престижную работу.

— Если будешь хорошо учиться, то будешь успешным.

— За место под солнцем надо бороться!

— Во всем угождай своему окружению, и оно будет любить тебя.

— Вот когда окончишь учебу и найдешь нормальную работу, купишь машину — ты сможешь себе это позволить.

— Ты должен медленно и верно идти вверх по карьерной лестнице.

Все эти высказывания — ерунда, абсолютная неправда!

Я не хочу сказать, что, руководствуясь традиционными правилами, нельзя благополучно устроить свою жизнь. Можно. Многие так делают. **БОЛЬШИНСТВО ТАК ДЕЛАЕТ!**

Но для того, чтобы добиться тотального успеха, тебе нужно открыть иное отношение к миру. Теперь для тебя важно то, что эффективно.

Почему обществу ВЫГОДНО тебя программировать?

Казалось бы, живи, раскрывай потенциал. Но что будет с обществом, если все станут лидерами, успешными, свободными? Государство потеряет над гражданами контроль. Кто-то должен работать, кто-то обязан содержать других, кому-то необходимо поддерживать государство на плаву.

Для этого и была создана социальная матрица. Матрица повсюду. И если ты думаешь, что мир вокруг тебя настолько же реален, насколько ты его видишь, ты сильно ошибаешься.

Давай отбросим всю эту чушь. С этого момента и навсегда пойми: НИЧТО НЕ ИСТИННО.

Истина внутри тебя. И твоя цель вытащить ее оттуда, пробиться сквозь стену социального программирования, сквозь свое эго, сквозь закоряченный ум.

Я не имею представления, какие у тебя убеждения и ценности, насколько раздуто твое эго и как влияет на тебя социальное программирование. Если бы я встретился с тобой лично, то определил бы это за пятнадцать минут разговора, но мы будем общаться с тобой при помощи

этой книги. Для того, чтобы начать изменения, тебе нужно изначально поставить правильные эффективные убеждения!

Убеждения. Замена старых убеждений на новые

Предлагаю тебе базисные убеждения и принципы, которые ты должен принять, осознать. Они сделают тебя **эффективнее**, но даже их не стоит считать аксиомой. Ничто не истинно. Если это работает сейчас, то через десять, сто лет, возможно, работать не будет.

Эти убеждения и принципы я применяю в своей практике.

- 1) Все ДОЗВОЛЕНО. Все возможно. Все доступно.
- 2) Все, что я делаю, приближает меня к моим целям.
- 3) Я притягиваю как магнит здоровье, деньги, счастье, изобилие, нужных людей, успех!
- 4) Я верю в себя. Моя вера с каждым днем укрепляется.
- 5) Я всегда получаю то, что хочу.
- 6) Ответы на все вопросы находятся внутри меня.
- 7) Я живу Здесь и Сейчас. Я присутствую во всем, что я делаю.
- 8) Я всегда побеждаю. Успех преследует меня повсюду. Мне всегда везет!

Постоянно проговаривай эти убеждения. Можешь записать их на диктофон и регулярно слушать. Обязательно

но распечатай их и повесь на стену возле своего компьютера.

Поехали дальше — к кардинальным переменам.

Глобальные перемены

Каково твое положение в мире? Относишься ли ты к числу избранных? Если ты читаешь эти строки, то будь уверен, что да!

Сейчас тебе предстоит понять только одну вещь: **ты уже совершенен, ты всегда был совершенен!**

Это первое, что нужно знать. Но эту истину нужно не просто принять к сведению, а убедиться в ней. Наша личность динамична. Ты можешь вырасти до неописуемых вершин. Скажу более: совершенствование безгранично. Ты — совершенен, но это не предел!

Если тебя мучают терзания, что ты недостоин изменений, пойми вот это: **только ты отвечаешь за свою жизнь!**

Утро. День. Вечер. Ночь. День. Неделя. Месяц. Год. Человеку дано в среднем 28 000 дней на жизнь.

Всего 28 000 дней! Из них 10 000 ты, возможно, уже прожил.

Мало? А вдруг это половина жизни? Я не знаю твоего возраста. Я не знаю твоей судьбы. Но я уверен, что перемены можно принять в любом возрасте. Так впусти их в свою жизнь! Лишь изменив себя, ты сможешь изменить мир.

Когда люди меняются? Когда грянет гром и условия жизни заставят их осознать свою никчемность.

Ты хочешь начать с этой точки? Или ты мечтаешь, что постепенные изменения во времени и пространстве сами собой приведут тебя к цели?

Нет, не надейся на эволюцию — так ты будешь ждать перемен годами. А ведь ты не знаешь, сколько дней тебе осталось жить. Выбор опять за тобой.

И последний способ. Истинный способ. Сознательные перемены. Здесь и Сейчас.

Вдохновение. Глубокое осознание, что перемены нужны в этот день, в этот момент. Будет тяжело. А кто обещал, что будет легко?

Это иная жизнь. Жизнь в достатке.

МАТЮКИ

В этой главе будет очень много мата. Готовься к крику души, ибо сейчас я оболью грязью современную концепцию бизнеса, а также практически всех интернет-коммерсантов. Конечно же, во благо, чтобы наставить на путь истинный.

Вещи, к которым я пришел, кто-то тоже может назвать банальными, они известны в некоторых кругах. Но вокруг скопилось столько дерьма, что работать с этим осмелится не каждый. Благо, я смог и поделюсь своими заметками по данному вопросу.

Важное замечание — не пропускай это мимо ушей! Я потерял на этом десятки тысяч долларов и уничтожил несколько своих бизнес-проектов. Да, я могу это сейчас признать. Не многие захотят сделать так же.

Давай рассмотрим **критические ошибки рунет-бизнеса**.

Первая ошибка. Ложь. Чтобы осознать глобальную ошибку 90% всех интернет-бизнесменов, мне потребовалось отказаться от своего эго и своей значимости. Это позволило увидеть всю картину целиком.

Я пришел к выводу, что 90% всех интернет-коммерсантов **врут!**

Ух ты, наверное, не ожидал такого от меня? Но это непреложная истина! И сейчас я это докажу.

Большинство предпринимателей врут, прежде всего **себе**, а потом уже другим. *«Легче всего обмануть самого себя»*, – писал Демосфен. Ключевую роль здесь играет неумеренное **ЭГО!** Его величество эго со всеми страхами, грехами и соблазнами.

Эго – это ментальная конструкция, которая содержит эгоцентрические идеи относительно себя и этого мира. Это такие качества, как тщеславие, жадность, гордость и другие. Рекомендую по сабжу почитать книги Экхарта Толле «Сила момента сейчас», «Новая Земля».

Вторая ошибка. Неправильное моделирование. Эта ошибка хоронит твой бизнес и твои мечты. *Что такое моделирование?* Это заключение, полученное в ходе рассуждения о частных случаях.

Скажу сразу – **моделирование не работает!** Оно не работает, когда ты пытаешься улучшить себя или полностью клонировать другой бизнес. Ты стремишься повторить успех другого человека, но не смотришь в корень, не ищешь суть, а одинаковых вещей не бывает. Да, возможно, ты получишь какой-то эффект. Но то, что работает для одного человека, в одной области, не обязательно будет работать для другого. Поэтому на будущее – аккуратнее с этой штукой.

Отсюда вывод: перестань клонировать гуру. Я не говорю о каких-то конкретных вещах, фишках, маркетинговых приемах и прочих уловках. Я говорю о личности и картине целиком. Изучи сначала внутренние процессы, выстрой схему, определи, почему это работает у одного и не работает у другого.

Много об этом написано, но **абсолютное большинство** виртуальных бизнесменов тупо клонируется и ждет, когда на голову свалится миллион. Да этого никогда не будет!

Армия тупых клонов-бизнесменов, увы, обречена на поражение!

Правда, весело?! Но это только начало! Теперь я буду говорить только правду и предлагать только то, что работает.

Все продукты 95% интернет-коммерсантов – это лишь попытка клонировать какого-нибудь гуру, чтобы под псевдокраской копирайтерских текстов и красивых рисунков продать это такому же горе-бизнесмену.

Так, тебя это задело?! Если задело, значит, я попал в точку.

Отсюда вытекает следующее. Не трахай себе и другим мозг неконкурентоспособными продуктами и услугами (о том, как определять качество продукта, я расскажу чуть позже).

Третья ошибка. Узкое мышление. Ошибка большинства предпринимателей в том, что они работают в своем узком мирке и думают, что это принесет им миллионные прибыли. Да ничего подобного! Как показала практика, это тупиковый путь в плане построения бизнеса. Ты сможешь заработать так максимум до 5000 долларов.

Но мы будем мыслить глобально, ибо профессионалы расширяют бизнес бесконечно.

Это миф, что сидя дома, торгуя какой-нибудь 30-страничной книжкой о том, как правильно смывать воду в туалете, или о том, как продавать в Интернете свои бесценные слюни, можно обеспечить себе безбедное существование. Эй, ты не в Америке живешь! Да и там подобные трюки работают не так уж сильно, убежден...

Четвертая ошибка. Доверие массовой промывке мозгов. Продолжим рассеивать мифы и критиковать стереоти-

пы в инфобизнесе, которые нам заложили все эти гуру и эксперты XX века. Я к ним отношу всех создателей бизнес-таблеток, книг по моментальному обогащению, волшебных маркетологов. Всех теоретиков – в эту же кашу!

Вся эта система работает только на поверхностном уровне, благодаря массовой промывке мозгов. Делается это легко, потому что большая часть рынка, адаптированного под мечтателя-обывателя, принадлежит ему – обобщенному гуру в зеленой шапке.

Эти гуру кормят всех конфетками, толку от которых не больше, чем от желтой прессы. Они работают по формуле: «Красиво продал и убедил, что покупка нужна была покупателю». Возможно, клиент и применит некоторые полученные знания, но даст ли это эффект? Знания так и останутся знаниями!

Не нужно трахать себе мозг ненужной информацией! Пусть это делают те самые 90% псевдогуру. Я же предлагаю тебе принять мои позиции, принципы и стать одним из немногих, кто будет работать по моей системе построения бизнеса.

Основой будет мой личный опыт, а также опыт настоящих профессионалов своего дела – моих коллег, к этому добавятся наблюдения моих учеников.

Если ты готов принять все вышеперечисленные постулаты, то, пожалуй, перейдем к самому инфобизнесу.

ПЛОСКОСТЬ «СТРАХИ-ЖЕЛАНИЯ»

Свобода — это ответственность. Вот почему все ее так боятся.

Бернард Шоу

Видишь ли, есть только две мощные мотивации в жизни: желание и страх. Нас мотивирует исключительно то, чего мы хотим и чего стремимся избегать.

Страх — более сильный мотиватор, потому что он позволял нам выжить в ситуациях, когда существовала потенциальная опасность для жизни. Мы осознаем, что надо бояться диких животных или больших поездов, мчащихся на нас. В подобных ситуациях ты не можешь себе позволить наслаждаться анализом. Замедление стоит жизни.

С другой стороны, в современном обществе немного вещей, которых следует бояться. Но факт в том, что мы уже боимся слишком многого. Нас мучает чрезвычайное количество пустых, ненужных страхов.

Желание — это то, что заставляет тебя двигать всеми частями тела и устремляет вперед. Также активизируется твой мозг. Создается намерение, дальше оно воплощается

в действие. Если есть желание, можно свернуть горы. Правильно говорят: лишь бы было желание!

Представим все это на координатной прямой. График примерно такой:

|желание
|
|
- - - - - страх

Твоя эффективность зависит от уровня твоего страха и уровня твоего желания.

При большом страхе и маленькой мотивации проект будет, скорее всего, обречен.

При большой мотивации и при минимальных страхах проект станет очень успешным.

При среднем страхе и среднем уровне мотивации проект пойдет так себе, не блестяще.

Я расскажу тебе о тех элементах виртуального топлива, благодаря которому ты сможешь уменьшить уровень страха и повысить уровень мотивации. Это мощные работающие вещи.

Первый элемент. Знание. Ты должен знать, что, как, зачем, почему, где. Что делать и что из этого получится. Методология этого будет дана в книге. Ты узнаешь метод построения успешного дела, придерживаясь которого, сможешь создать свой инфобизнес.

Второй элемент. Ресурсы. Плюс отличные фишки, которые позволят тебе быть максимально эффективным и не заморачиваться вопросами мотивации.

Третий элемент. Успех. Конечно же, главный мотиватор — это успех, которого ты достигнешь. Деньги, связи, известность, новые друзья, безграничные возможности и реальный способ реализовать свои мечты.

КАК ПОБЕДИТЬ СТРАХИ И КОМПЛЕКСЫ

Каждый человек чего-то боится. Даже у самых крутых людей есть страхи и комплексы, которые здорово мешают жить. И у меня они тоже имеются. Но когда ты сможешь преодолеть свой страх, получишь бонус – огромное количество энергии.

У человека есть три реакции на страх. Первая реакция – «Бей!» Когда ты боишься, ты идешь в атаку. Вторая реакция – «Беги!» Ты, испугавшись, убегаешь, скрываешься, не желая больше сталкиваться с этим страхом. Третья реакция – «Ступор». Более 80% людей страх парализует, и они не могут справиться с собой, впадая в ступор.

Как же нам реагировать на страхи? Лучшая стратегия – идти напрямиком к страху, нападать на страх и в итоге его побеждать.

Почему так? Почему нужно идти на свой страх? Да потому что 90% страхов, которыми мы обладаем, имеют иррациональную природу. Под ними нет никакой твердой почвы. Наши страхи навязывает нам общество или, не желая того, родители. Иногда страхи – это твои убеждения, которые никак не состыкуются с реальностью. Если подав-

ляющее большинство страхов иррационально, ты сможешь победить их.

Конечно, надо помнить о том, что 10% страхов имеют рациональную природу. Если ты боишься собак, не надо идти к ним и доказывать, что ты прав. Но если ты дрожишь перед публичным выступлением, мучаешься страхом потерпеть фиаско, боишься сделать ошибку — пойми, все это надуманные страхи.

Итак, как же бороться со страхами?

Первое. Осознай свой страх. Понять, что ты действительно боишься, — это уже половина победы. Ты осознал свой страх — значит, ты уже почти взял его под контроль. Научись чувствовать себя.

Второе. Иди на страх. Например, я боялся высоты — это рациональный страх, но он мешал мне жить. Как я с ним боролся? Нет, я не забрался на двадцатиэтажный дом и не прыгнул с крыши — это был бы последний страх, который я победил, перед тем как бесславно погибнуть. Но я нашел людей, которые занимаются роуп-джампингом, то есть прыгают на тарзанке с мостов.

Я записался на все их тусовки и тоже начал летать со всех мостов, которые есть в нашем городе, преодолевая свой страх. Тарзанка — это безопасная вещь. Тебе кажется, что ты сейчас разобьешься, но на самом деле там есть две-три страховки, которые делают прыжок безопасным. Шансы разбиться ничтожно малы. Когда ты прыгаешь, у тебя освобождается огромное количество энергии. Появляется ресурсное состояние: «Блин, я все могу! Я преодолел один из самых сильных страхов!» После этого все остальные страхи кажутся мелкими, незначительными, и ты уж точно сможешь их победить.

Я выделяю два основных страха, которые преобладают в нашей жизни. Они самые главные. Все остальные — уже ниже рангом. Если ты научишься их побеждать, все другие страхи уж точно тебя не испугают.

Первый сильный страх, который так или иначе присутствует в нашей жизни, — это страх неизвестности. И второй — страх смерти, он, кстати, тоже соотносится с первым. Оба эти страха прорабатываются грамотными убеждениями.

Если у тебя **страх неизвестности**, значит, ты боишься будущего. Тебе страшно, что в будущем произойдет что-то такое, из-за чего тебе будет некомфортно, ты заболеешь или случится что-то тяжелое, негативное. В этом случаестрой в свою жизнь убеждение: «Неизвестность — это хорошо» — и внуши себе, что все изменения в твоей жизни будут носить позитивный характер. Прими все перемены, которые происходят в реальности, смотри на них оптимистично и говори, что дальше будет только лучше. Это называется позитивной трансформацией. Если ты сам будешь в это верить, то убедишься, что любые жизненные уроки несут позитивный характер. Ты меняешься — и жизнь становится лучше. Если ты скажешь себе: «Что бы я ни делал, у меня все будет отлично», страх неизвестности постепенно уйдет на второй план.

Так же можно прорабатывать и **страх смерти**. Ведь смерти, в принципе, совсем нет. Почитай книги на эту тему — например книгу Майкла Ньютона «Путешествие души». Это же ясно: пока мы живы, смерти нет. Когда нас не станет, нам будет уже все равно. Нет смерти — и нет смысла ее бояться.

Твоя задача — каждый день находить свои страхи и побеждать их. Запиши свои слабости, придумай схемы,

как с ними бороться, как их преодолеть. Ты научишь подчинять себе свои страхи и высвободишь колоссальное количество энергии, которую сможешь использовать для достижения нереально крутых результатов.

ПРАВДА. ИСКРЕННОСТЬ. СОЦИУМ

Когда хотите одурачить мир, скажите ему правду.

Отто фон Бисмарк

Сиюминутная выгода или эффективный бизнес?

Большинство книг учит, Что, Как, Зачем и при помощи чего продавать, зарабатывать, продвигать, строить инфобизнесы. Но никто не учит делать это **правильно, экологично и перспективно**. Нет эффективной системы получения дохода, но есть обрывки колоссальных знаний в виде книг, продуктов, обучающих курсов, статей, тренингов, семинаров, видео, аудио и многого другого.

Эффективность же зависит от многих факторов.

Можно быстро сделать огромное количество продуктов за короткий промежуток времени, но потом ждать продаж месяцами. Знаю по своему опыту, что такой подход имеет место быть. Но в результате интенсивной практики и экспериментов в этой области я пришел к трем идеальным точкам. Это то, что ***не даст твоему бизнесу сдохнуть!***

Точка первая. Искренность. Что же такое ***искренность в рамках инфобизнеса?*** Разберем этот момент.

Ты можешь, выстраивая свой инфобизнес, надеть маску специалиста, гуру, да хоть инопланетянина. Это некое моделирование. Да, согласен, это будет работать, но никогда не станет лицом твоего бизнеса. Маска останется маской.

Приведу аналогию с реальным миром. Каждый день мы надеваем маски: маску учителя, студента, ребенка, взрослого, работника, пассажира, любовника, адвоката или прокурора.

В инфобизнесе ты тоже можешь прикрываться моделями, масками, скрытыми технологиями брендинга и пиара. Но по сути это будет лишь проекция аватара на твой инфобизнес, да и на тебя. Этот щит, который прикрывает тебя, может однажды треснуть, и вот тогда, когда все узнают правду и увидят твое истинное лицо, настанут действительно тяжелые времена.

Ты можешь получить сиюминутную выгоду, обманув кого-то, но в перспективе не добьешься эффективного бизнеса.

Отсюда вытекает моя идея, которую я четко построил в свой практический арсенал. Будь максимально искренним со своими подписчиками, клиентами, покупателями. Не пытайся обманом что-то продать, впарить. Увы, это плохо работает в России. И даже если сработает, то скорее всего в первый и последний раз :)

Дальше будет мысль, от которой, наверное, ужаснется огромное количество читателей. Но это мой практический опыт и моя бизнес-методика. У меня она работает эффективно и ни разу не дала трещины. Я учу тебя практическим вещам, которые опробовал в своей бизнес-практике, так что применяй.

Точка вторая. Бизнес должен быть основан только на правде! Каждое твое слово, каждое твое действие, каждый твой шаг должен быть честным. Не должно быть тако-

го, что сегодня ты обещаешь одно, а завтра другое, но при этом ничего не делаешь. Не говори, что твой продукт решит какие-то проблемы клиента, но в результате не будет эффективности. Только правда, только честность, только хардкор. ***Вот тогда люди будут тебя уважать и ценить.***

Говоря все время правду, ты создашь себе такой бренд, что аудитория будет ловить каждое твое слово и принимать это как высшую истину. Люди будут выстраиваться в очередь, чтобы услышать пару слов от тебя. И это действительно великолепно!

Точка третья. Социальное раскрепощение. Этот метод состоит в том, что ты показываешь себя таким, какой ты есть, не приукрашиваешь, не строишь из себя того, кем не являешься. Ты смело показываешь аудитории свои недостатки и высмеиваешь их. Ты регулярно сообщаем о своей личной жизни. Появились дети, купил авто, посадил дерево... Любое событие – это повод поделиться впечатлениями со своей аудиторией.

Благодаря этим точкам ты создашь мощную вещь – прочное доверие между тобой и твоими клиентами, подписчиками, читателями. Это позволит тебе выстроить прочный фундамент уважения и внимания, а впоследствии – отличный денежный приток в твой карман.

Внедряй и получай результаты!

ДВИГАЙ ЗАДОМ

*Кто весь день работает, тому некогда
зарабатывать деньги.*

Джон Девисон Рокфеллер

Любое действие заменит тысячи бездействий!

Азат Валеев

Знаешь, в чем секрет миллионеров? Знаешь, в чем секрет успешных людей? В чем секрет денег?

В одном слове. В одном только слове.

ДЕЙСТВИЕ! И ничто иное. Только действие.

Просто взять и сделать. Что может быть проще? Но, как показала практика рунет-опыта и опыта моих учеников, человек настолько ленив, что позволяет себе пропустить даже этот пункт! Самый важный пункт во всех сферах деятельности.

Действие — самый главный пункт в твоем успехе!

САМАЯ ВАЖНАЯ МЫСЛЬ ЭТОЙ КНИГИ — ДЕЙСТВУЙ!

Люди хотят, чтобы деньги сами валились на голову, чтобы финансы кто-то зарабатывал за них. Увы, волшебных таблеток не бывает, разве что в рекламе.

Углубимся в эту тему. Как возникает действие?

У человека появляется **потребность**. Если потребность достаточно высока, то возникает **мотив** => мотивация к работе. Дальше происходит акт под названием **действие**. Какие бы технологии ты ни изучал, какие бы семинары и тренинги ни проходил, какие бы книги ни читал, без действия это пустая трата времени. Чтобы окончательно дошло, скажу проще – это **мозготрах!**

Давай рассмотрим ошибки новичков в этом, казалось бы, простом пункте.

Первая ошибка. Долгое изучение теории. Человек, юный *подован-манимайкер*, регулярно читает литературу по искусству инфобизнеса, покупает тренинги, обучающие курсы известных предпринимателей, подписывается на рассылки и копит **огромный теоретический багаж знаний**, который он так и не использует на практике. В результате это порождает много сомнений, излишнюю перегруженность информацией и нулевой результат в плане эффективности. Может быть, это про тебя сейчас?

Вторая ошибка. Отсутствие постоянства. Ты резво начинаешь, активно продвигаешься месяц, год, может, даже два-три года и потом все забрасываешь. И со мной это было – знаю по своему практическому опыту. Жуткий таракан – выгоняй его! Ты еще не забросил свое дело? А ты вообще его начал? Или только хотел начать?

Третья ошибка. Бесконечное повторение. Ты постоянно, изо дня в день делаешь одно и то же. Но так ничего нового ты не получишь. Поэтому очень важно постоянно привносить в дело что-то концептуально новое, регулярно проводить эксперименты. Это и эффективность увеличивает, и жить становится интереснее :)

Четвертая ошибка. Отвлекающие факторы. Во время работы над своими проектами ты отвлекаешься на чтение других материалов, изучение курсов, книг или на прочие факторы — телевизор, «Скайп», форумы, чаты и т. п. Это очень сильно сбивает мотивацию и сосредоточенность!

Про искусство управления временем мы еще поговорим, а сейчас предлагаю тебе все-таки еще раз перечитать эти ошибки, осознать их и не допускать в будущем. Если же ты все-таки допустил, пинай себя родимого за это!

Повторяю: **ДЕЙСТВИЕ — ЗАЛОГ ТВОЕГО УСПЕХА!**

Если ты будешь **просто действовать**, пусть даже без особых знаний, стратегий и фишек, то **достигнешь гораздо большего результата**, нежели тот, кто все про все на свете знает и слышал, но не действует. Увы, но таких большинство. Особенно в России. Факт.

ШКОЛА. САМООБУЧЕНИЕ. СИМБИОЗ

*Действие, которое не опирается на знание, —
это преступление.*

Франсуа Рене Шатобриан

Ты уже убедился, что в созидательной деятельности наиважнейшую роль играют две вещи: способность действовать и самообучение. О действии мы уже поговорили, пришло время обсудить самообразование. Будет много провокаций, разоблачений — и только правда! Впрочем, как всегда.

Сначала я затрону болезную тему российского общества.

А именно — государственное образование! Еще точнее — нужно ли это образование и как оно влияет на нас.

По данной теме было сказано многое, но никто четко так и не выразил главную мысль. А ведь зря — образование сильно влияет на личность человека.

Давай представим человечество в виде матрицы, как я писал выше. У матрицы есть хозяин, и это явно не ты. Обычно это государство.

Когда ты рождаешься, сразу попадаешь в эту матрицу — в социум. Первыми тебя встречают **родители**. Ребен-

ку начинают объяснять правила, мораль, стереотипы (бессознательно, ибо сами не понимают этого). Дальше идет детский сад — ребенка продолжают зомбировать. Но самый мощный источник промывания мозгов — это школа. В школьный период психика детей неустойчивая, а давление как раз стабильно устойчивое!

Вся эта матрица стремится воспроизвести **социального робота**, который будет работать во благо системы, маятника, государства.

Обрати внимание! Человека всегда призывают работать во благо чего-либо, но только не во благо себя.

Цель матрицы — работай во благо системы и получай за это еду (поощрение).

Уровень потребностей практически первичный (по пирамиде Маслоу). Нет личности, есть идеальная гайка для механизма.

Все это дается под таким соусом:

— а ведь так живут ВСЕ!

— ты ведь живешь лучше других! Посмотри на голодающих детей, на бомжей. Где-то случаются страшные убийства, а где-то идет война.

Так в человеческое сознание закладываются **страхи**. А страхи, как известно, глушат любые активные действия.

Проработка мозга вводится при помощи СМИ — это телевизор, радио, газеты, Интернет.

И где же развиваться успешной личности?! Одни рамки и нормы...

Образование — лишь часть всего этого механизма. Особенно в России. В коррумпированной России... На личном примере убедился, что Россия — страна денег и связей!

Согласись, обидно, когда ты целый учебный семестр вкалываешь как негр, а во время сессии вдруг оказыва-

ешься в самой настоящей заднице. А те, кто даже на учебу особо не ходил, с довольной улыбкой получают отличные оценки. И где же справедливость российского образования?

Хорошо, если бы твоя активность приносила **результаты** в плане знаний, полученных навыков и прокачки себя по каким-либо пунктам. Обычно и этот пункт отсутствует.

Люди ходят в школы, ссузы, вузы просто для галочки или для того, чтобы на лекциях посидеть на «ВКонтакте». Маразм в высшей степени!

Я всегда всем говорил и буду говорить: если ты учишься, то учишь для себя, для навыков, а не для какого-нибудь диплома, пусть даже красного.

Разве ты не сталкивался с тем, что учителя читают маразматическую лекцию или втирают то, что ты уже пять лет назад изучил? Меня поражает, как можно в течение многих лет обучать одному и тому же, но так и не научить ничему новому. Зачем нужны вот такие вещи, как ядерная физика, органическая химия или там зоология, если человек не планирует профессионально продвигаться в этой сфере?

Отмазка у всех одна: **равнение на среднего ученика!**

А что представляет из себя средний ученик? Зачем все это? Да вообще не нужно! Лучше пойти на двухдневный тренинг по сабжу — там ты узнаешь гораздо больше, чем за весь год мозготраха в учебном заведении.

Вывод только один — не нужно нам такое образование!

Как показывает статистика, большая часть самых богатых людей планеты не получила **никакого** государственного образования, но добилась успеха и признания (по данным популярного журнала Forbes).

Как показывает практика моих подписчиков и клиентов, образование в России является не только бесполез-

ным, но даже и дефективным звеном развития личности. Ко мне на консультации приходят люди с кучей неправильных встроенных убеждений относительно денег, бизнеса. Приходится пропалывать все это дерьмо на корню!

Дальнейшие выводы делай сам, а я для себя уже многое решил. В частности – не отдам своих детей в современную образовательную систему. Только мы ответственны за своих детей и, конечно же, за себя.

Ну, есть у тебя красный диплом. И что?! Знания-то есть? А навыки?! Станешь еще одним социальным роботом, будешь работать на дядю.

Ты этого не хочешь? Тогда вперед! Твоя жизнь принадлежит тебе, и твое право – угрожать ее работой на дядю или стать свободным. По-настоящему свободным!

Я – за свободу личности и самореализации. В частности за свой инфобизнес. Кто со мной – тот со мной! Если ты считаешь, что нам не по пути, закрывай книгу. С такими людьми я работать не собираюсь. Мое время бесценно.

Самообразование

Лишь постоянно совершенствуя свои навыки и мастерство, ты сможешь взбираться все выше и выше и однажды обнаружишь, что покорил Эверест! Самообразование и постоянное обучение чему-либо новому – вот что позволит тебе увеличивать свои доходы в десятки раз.

Самообучение позволит тебе креативить контент на основе своего и чужого практического опыта. Поэтому сразу просекай фишку – ***постоянно самообучайся!***

Выглядит это примерно так: Действие – Самообучение – Действие – Самообучение...

Ты сможешь стать действительно классным специалистом, маркетологом, бизнесменом, если будешь следовать этому правилу. Аминь, товарищ!

Симбиоз

А теперь давай затронем вопрос личной эффективности. Будем учиться все успевать, совмещать обучение с действием – работой и при этом чувствовать себя комфортно.

Как у нас обычно бывает: «Надо сделать то, выполнить это... Но осталось еще вот что! А-а-а-а! Пипец, ничего не успеваю! Времени ноль целых ноль десятых!» Знакомая картина?!

Моя личная практика показала, что такой метод линейного выполнения задач – от одной к другой – неэффективен. Точнее, он может быть полезен, но при мощнейшей дисциплине и концентрированности. А это не для нас – лентяев российского капитализма.

В бизнесе и саморазвитии, где ключевую роль играют именно действие и самообразование, существует два ключевых фактора успешного и активного продвижения. Я ставлю их во главу угла жизни любого успешного человека.

Действие + Самообразование = Результат!

Но если смешать эти два важных фактора в одном промежутке времени, то, как показала практика, получится самая настоящая каша из топора. И этот топор разрубит все задатки эффективности на корню!

Вывод отсюда такой. Если ты занимаешься делом, не открывай НИКАКИХ книг, тренингов, лекций. Начал действовать, работать – продолжай, занимайся этим, пока не закончишь. Это аксиома!

Если начал заниматься самообразованием, то не нужно предпринимать действий. Не открывай сайты, рассылки, не создавай ничего. Читай, слушай, учишься, впитывай информацию.

Единственное, что могу посоветовать, — это делать мини-конспекты изучаемого материала, иначе много вещей уйдет в пустоту. Ведь нас интересует **тотальная эффективность**.

Концентрируйся или на действии, или на самообразовании. И не разрушай эту планку, пока не закончишь процесс (чтение книги или работу над проектом). Постоянные переходы от одного к другому разрушат все начатые дела. Ты ничего не достигнешь! Проверено на практике не одну сотню раз.

Если же использовать это, грамотно применяя законы тайм-менеджмента, ты сможешь покорять любые вершины и глубины.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ПО-РУССКИ

В последнее время на тему тайм-менеджмента написано огромное число книг, статей, тренингов, курсов. Одни гуру предлагают использовать органайзеры, другие – негативные якоря (НЛП-еры поймут), третьи вообще советуют вспомнить о силе воли и смирении. Самые забавные, пожалуй, четвертые – они рекомендуют довериться течению времени.

Книжек, курсов, продуктов на данную тему великое множество, но помогают ли они стать более эффективным?

НЕТ! Как показала практика, эффективность очень низкая, так как такая дисциплина слишком напрягает. Кто захочет идти покупать себе будильники, ежедневники, составлять графики, тренировать силу воли или ставить якоря после каждого действия? Правильно, около 1–5%. Остальные люди по природе очень ленивы и пассивны. Если ты, по счастливому случаю, вступишь в эти 1–5%, можешь себе позволить изучать данные материалы и пользоваться передовыми исследованиями в этой области. Но остальным я покажу более простой путь.

Подчеркну – это действительно наиболее простой и максимально эффективный путь. Назову его **«Тотальная эффективность для тотальных лентяев»!**

Я раскрою пару базовых правил, которые увеличат твою эффективность в разы и при этом позволят сэкономить кучу времени.

Правило первое. Отключи «болталки». Когда ты садишься за работу в Интернете, обязательно выключи ICQ, SCYPE, MAIL AGENT и прочие программы для обмена сообщениями. Не забудь отключить почтовый клиент и смартфон. Запрети себе заглядывать в соцсети. Это первое и важнейшее правило. Но, как показывает опыт, большинство бизнесменов тупо его игнорирует.

Правило второе. Выйди из Интернета. Если твоя работа прямо сейчас не связана с Интернетом, то выйди из него немедленно. Вообще отключись от Сети! Когда ты пишешь книги, разрабатываешь продукты, тренинги, создаешь рекламные тексты, придумываешь дизайн обложек, ведешь исследовательскую работу и что-то изучаешь, просто забудь про Интернет. Есть много вещей, где всемирная Сеть не требуется.

Правило третье. Составь целевой план. Это очень важное правило. Наиболее эффективно я начал использовать его только в последние пару лет и четко ощутил результат. Назвал я это целевым планом по аналогии с советскими пятилетками.

В чем заключается его суть? Ты берешь листочек А4 и записываешь все цели на сегодняшний день. Абсолютно все! Дальше расставь приоритеты и выполняй эти дела.

Делай так постоянно. Появляются новые мысли или дела — сразу записывай их в свой план. Если не успеваешь все сделать за сегодня, переноси дела на завтра. Следование этому правилу не позволит тебе тупо проводить время за компьютером. Ведь ты всегда будешь помнить про дела, которые нужно выполнить.

Бери на вооружение эти три правила и не трахай себе мозги прочими фишками тайм-менеджмента. Все гениальное просто!

БРЕНДИНГ И УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (УТР)

Первое дело любого инфобизнесмена – это формирование **уникального торгового предложения**. Это первооснова любого бизнеса, стержень, благодаря которому ты сможешь выделить себя из массы конкурентов и заставишь людей покупать продукцию именно твоего бренда.

Уникальное торговое предложение – это причина, по которой потребитель должен выбрать именно тебя, а не одного из твоих конкурентов.

Существуют базовые правила, которые позволят сделать бренд привлекательным для твоей аудитории. Данные правила **обязательны** в инфобизнесе, ибо их игнорирование сильно отдалит тебя от эффективности.

Правило первое. Ноль левого контента. Создавая свой бизнес, ты должен предлагать уникальный авторский контент. Никаких статей, которые ты стащил (если уж без плагиата никак, то измени хотя бы чередование слов!), никакой левой информации, никаких чужих публикаций. Мы ведь хотим построить бизнес с достойным брендом. Еще раз – только **свой уникальный авторский контент**.

Пусть будет маленький объем, но контент должен быть эксклюзивным. Пиши по статье в неделю. Через полгода соберешь лучшие статьи в одну книгу, а через год — в свой полноценный тренинг. Но **никогда** не используй в своем инфобизнесе контент других авторов. Точнее, использовать-то, конечно, ты можешь, но это сильно подрубит корень доверия и в итоге разрушит твой бренд.

Правило второе. Выделяйся. Неважно как, неважно чем, но ты обязан максимально выделиться среди своих конкурентов. Ищи любые возможности. Используй все, что можешь. Находи в своем инфобизнесе точки, где можно выделиться, — и выделяйся! Всегда! Ты и твой инфобизнес — это алмаз, а остальные — песчинки.

Правило третье. Строй бизнес вокруг своей уникальной личности. Продает не рекламный текст, продает не продукт, продает ЛИЧНОСТЬ. В нашем случае брендовая личность — это ты! Если аудитория тебе доверяет, то ты сможешь делать огромные продажи, большие деньги. Если же нет, то любые попытки с применением последних маркетинговых и копирайтинговых приемов обречены на поражение. Представь своей аудитории твою интересную, уникальную, полезную и искреннюю личность, и тогда народ потянется. Рассказывай о себе, о своей жизни, о своих приключениях, обо всем, где есть кусочек твоей личности.

Правило четвертое. Сформулируй свое уникальное торговое предложение (УТП).

Методика создания УТП.

- Выяви положительные места в своем бизнесе, которые можно использовать как уникальное торговое предложение.
- Создай свое уникальное торговое предложение.

- Обязательно распиарь УТП целевой аудитории. Кричи об этом в каждом письме, в каждом слове.
- Получай классные результаты :)

Как показала практика, наличие и использование уникального торгового предложения увеличивает эффективность бизнеса от 20 до 100% **гарантированно!**

При помощи УТП мы достигаем **тотальной эффективности.**

СЕМЬ СОВЕТОВ, КАК СТАТЬ ЭКСПЕРТОМ

Ты поставил себе задачу – стать экспертом в своей нише. Отлично, что ты наконец-то решился! Но с чего начать? Делюсь советами!

Совет первый. Составь свою легенду. Распиши, как ты начал заниматься инфобизнесом, с какими подводными камнями столкнулся, какие барьеры преодолел, как учился сам и учил других. Ведь так не бывает, чтобы жил-жил человек, а потом – бац! – и стал тренером и начал обучать.

Во всех деталях нарисуй собственную историю, постарайся, чтобы она была яркой и впечатляющей. Не просто так: «Я был бедным мальчиком (или несчастной девочкой), потом захотел много денег, и они ко мне прилетели». Подробно расскажи, как ты заработал первую тысячу рублей, как тебя это вдохновило, как ты понял, что готов со временем войти в список миллионеров «Форбс».

Если твоя ниша «Как сбросить вес», то тебе придется описать, как ты сначала был толстяком, на котором не застегивались ни одни джинсы. Когда ты понял, что не можешь забраться на третий этаж из-за одышки, осознал, что так жить нельзя, – и похудел, стал стройным и красивым.

«Теперь делюсь с вами!» Формула очень простая: логично объясни, как ты пришел к инфобизнесу.

Совет второй. Показывай результат. Слова, даже если они красивые, никого не впечатлят – людям нужны результаты. Ты должен показывать их постоянно, делиться личным примером. Если ты демонстрируешь, как сбрасывать вес, покажи, на сколько ты сам стал стройнее, сколько килограммов сбросил, как тебе это удалось. Делись методиками, диетами, секретами. Если твоя ниша – бодибилдинг, не стесняйся показывать свое красивое накачанное тело и объяснять, как ты этого достиг. Результаты должны быть конкретными, понятными, осязаемыми.

Совет третий. Расскажи об успехах учеников. Статус эксперта предполагает, что у тебя есть ученики, которые тоже добились результата. Их достижения тоже должно быть легко измерить. Постоянно спрашивай у своих учеников, чего они достигли, мотивируй их, записывай факты и цифры. Это очень важно: люди, которые приходят к тебе, впечатлившись твоими персональными результатами, сомневаются, можешь ли ты учить. А вот когда они видят, как продвинулись твои ученики, последние сомнения у них отпадают.

Совет четвертый. Напиши книгу. Никто не требует от тебя огромного талмуда в формате романа «Война и мир». Напиши книгу страниц на 60–70 – я думаю, это каждый может сделать. Когда у тебя будет книга, в глазах твоей аудитории ты станешь экспертом, которому можно доверять. Это же психология человека! Люди будут говорить друг другу: «Он написал книгу – значит, он эксперт!» Не откладывай – сделай это в ближайшее время.

Совет пятый. Появляйся в СМИ. Тебе нужно, чтобы твое имя появилось в средствах массовой информации. Считаешь, это сложно? Совсем нет. Просто позвони в какую-нибудь редакцию и скажи: «Я такой-то эксперт, у меня есть своя книга, и я знаю, как решать проблемы людей в этой области». Если ты позвонишь в десять средств массовой информации, то двое откликнутся и с удовольствием напишут о тебе или возьмут комментарий. Когда появятся первые публикации, приходи с ними в другие газеты и журналы, на телевидение, и тебя будут публиковать, приглашать в студию. Постепенно ты составишь большое портфолио о твоих достижениях в средствах массовой информации.

Совет шестой. Зажигай других. Ты должен уметь вести за собой людей, мотивировать и зажигать. Надо рассказывать что-то так, чтобы люди загорались, как лампочки. Говорить так, чтобы у слушателей глаза горели! Вот это обязательно поможет тебе заработать статус эксперта.

Совет седьмой. Будь профессионалом. Все перечисленные выше советы действительно работают! Но только в одном случае – если ты являешься профессионалом в своей области. Что такое профессионализм? Это знание мелких деталей и постоянное саморазвитие. В своей сфере ты должен знать все и даже больше, делать акцент на мелочах и всегда себя совершенствовать. Будешь читать книги, ходить на тренинги, изучать свою тему – вот тогда и станешь экспертом, которому доверяют.

ЕЩЁ СЕМЬ СПОСОБОВ ПРОКАЧАТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

Востребованным экспертом считается тот, кто не только добился успеха в своем деле, но и сумел раскрутить личный бренд.

Люди должны знать твое имя, твои достижения — это оказывает большое влияние на то, как они будут покупать твои продукты и услуги. Только так ты сможешь вовлечь в свой круг новых клиентов. Предлагаю еще семь способов прокачать личный бренд.

Способ первый. Напиши книгу. Да, буду много раз повторять — без книги сейчас инфобизнес работает очень плохо. Написать книгу по своей теме можно за пару месяцев и при желании ее издать. Это не так сложно, для этого есть определенные технологии, этому можно обучиться на тренингах и курсах. Я свою первую книгу написал в 2011 году. Когда у тебя будет книга, в глазах аудитории ты станешь признанным экспертом.

Способ второй. Присутствуй на тематических мероприятиях. Ты должен стать постоянным посетителем всех кон-

ференций, семинаров, тренингов, мероприятий в твоей нише. В идеале нужно не просто так там тусоваться, но и выступать как спикер и эксперт.

Если тебя еще не приглашают как эксперта, найди организатора и узнай стоимость выступления. Иногда предусматриваются промо-выступления: ты платишь, тебя пускают на сцену, и этого достаточно. Обязательно фотографируй, снимай видео, показывай, что ты участвуешь в мероприятиях с такими-то людьми. Это поднимает твой уровень как профессионала и эксперта. Также при любой возможности появляйся в телевизоре и в газетах – это повышает твой социальный статус.

Способ третий. Создавай больше полезного контента – это лучший способ прокачать личный бренд. Если ты позиционируешь себя как эксперта, регулярно снимай видео, пиши посты. Я постоянно пишу статьи и снимаю видео на тему предпринимательства и бизнес-мышления – транслирую тему, в которой являюсь экспертом. Если ты на неделю-другую пропадешь из глаз твоей аудитории, не создашь никакого контента и движухи, люди начнут о тебе забывать. Нужно всегда присутствовать в информационном поле. Когда люди найдут пользу в том, что ты делаешь, они признают тебя экспертом, обратятся к тебе, чтобы приобрести товары и услуги.

Способ четвертый. Общайся с лидерами мнений. С этими людьми обязательно нужно завязывать контакты. Всегда фотографируйся с ними – это придаст тебе вес. Такое общение – показатель того, что известные люди тоже признают тебя экспертом, и ты демонстрируешь это миру. «Ага, этот известный человек доверяет ему, значит, он тоже – эксперт!» – скажут твои потенциальные клиенты. Именно поэтому очень важно посещать живые тренинги и семинары, приходиться на разнообразные мастермайнды,

где у вас появится возможность познакомиться с лидерами рынка.

Способ пятый. Следи за имиджем. Очень важно, как люди тебя воспринимают. Ты должен всегда выглядеть хорошо, быть опрятным — это как минимум. Но главное — найти собственный стиль, к которому привыкнут другие. Найди атрибут, который выделяет тебя из общей массы. Может быть, это очки или модный шарф, словесные привычки. Моя фишка — это прическа, люди ее запоминают. Если ты позиционируешь себя как эксперта, должен позаботиться о своем внешнем виде. Нельзя с утра встать, встрепать волосы, надеть футболку и снимать видео. Если люди привыкли видеть тебя другим, они перестанут тебе доверять.

Способ шестой. Собирай отзывы. У тебя обязательно должны быть отзывы людей, которым ты поменял жизнь. Выучи их наизусть и постоянно на них ссылайся. Когда с тобой общается потенциальный клиент, все возражения закрывай отзывами. Постоянно напоминай об успешных учениках, клиентах, партнерах. Это доказывает, что ты эксперт, а не просто тренер. Результаты нужно всегда демонстрировать аудитории.

Способ седьмой. Найди авторскую формулу. Люди не любят размытых, расплывчатых рекомендаций. Нужно обязательно разработать авторскую методику, пиарить ее и распространять. Да, сейчас развелось огромное количество людей, которые копируют чужие мысли. Не будь таким безликим экспертом, который в тысячный раз повторяет банальности. Продвигай свою методику — и прокачивай личный бренд.

Например, я разработал шестишаговую методику изменения своего мышления. Я называю эту технологию

«мышление миллионера» — она показывает, как за шесть шагов развить в себе качества успешного человека. Также у меня есть собственная методика достижения успеха и богатства — ею я тоже делюсь на своих мероприятиях. Я сам лично ее придумал, я в нее верю, и она действительно работает.

У тебя тоже должны быть такие формулы в своей нише. Если ты эксперт похудения, то у тебя должны быть свои технологии. Если ты эксперт в ораторском искусстве, делай акцент на собственных фишках в риторике. Постоянно говори, что у тебя собственная авторская методика, — это крайне важно озвучивать в мире, где все друг у друга копируют. Так ты сможешь пробиться через информационный шум — и тебя признают экспертом.

СТЕРЕОТИП ДЕНЕГ

*Деньги всегда есть, только карманы меняются.
Гертруда Стайн*

Для того, чтобы эффективно строить свой инфобизнес и получать прибыль, нужно изначально разобраться с такой вещью, как деньги.

Скажи мне, как ты понимаешь слово **деньги**? Что это такое? Купюра, бумага, оплата за труд, средство обмена?

Все это неправда. Давай разрушим миф о деньгах.

В Википедии дается такое понятие: «Деньги — мера стоимости товаров и услуг, выполняющая роль всеобщего эквивалента, то есть они выражают в себе стоимость всех других товаров и обмениваются на любой из них.

Деньги — специфический товар, который является эквивалентом стоимости других товаров. Деньгами могут выступать различные вещи, обязательства и вещно-обязательственные комплексы. Обычно деньгами становится товар с высокой ликвидностью, то есть тот, который легче всего обменять».

Но все ли действительно так? Нам, бизнесменам, надо обязательно четко знать, что такое деньги, ибо это не единственный, но главный **измерительный прибор нашего успеха**.

Даю свое понимание денег в этом мире.

Деньги — это не бумага, не купюра, не то, что ты себе заработал, не средство обмена. Все это лежит на поверхности. Мы называем это деньгами, но давай посмотрим глубже, в бизнес-метафизику, как я ее называю.

Деньги — это система. Это то, что может приносить тебе все эти бумажки. Это фактически **идея**.

Я приравниваю **идею к деньгам**. Ибо если у тебя есть идея и ты знаешь, как ее реализовать, то физические бумаги (деньги) у тебя будут!

Итак, если у тебя есть **бизнес-машина**, но сейчас нет в руках купюр, можно сказать, что у тебя есть деньги.

Если у тебя **стабильная работа**, то можно сказать, что у тебя есть деньги.

Если у тебя есть **идея**, значит, у тебя есть деньги.

Возможно, их нет сейчас на физическом уровне, но они уже есть. Ты создал **идею**. Ты создал **деньги**. И если ты будешь **действовать**, ты их материализуешь.

Поэтому в нашем бизнесе такую **важную роль играют идеи**.

Инфобизнес — это мир, где ты творец! Фактически ты Бог. Ты можешь созидать, и все это будет превращено в реальные купюры. Все будет, как ты пожелаешь. В следующей главе мы коснемся вопроса генерирования огромного фонтана идей.

Идеи — это золотая жила инфобизнесмена! Это его деньги!

СОЗДАНИЕ ИДЕИ

Это креативный пост. Пост – инсайд. Озарение. Он создавался в потоке.

Инсайды – самый мощный двигатель прогресса! Я не изобрел велосипед. Все это было, есть и будет.

Вопросы, которые возникают у каждого новичка, а иногда и у профи инфобизнеса. Откуда взять идею? Что мне делать дальше? Что создать? Что продавать? Крик души: «Хочу идеи!»

Как показала практика, чтение книг на тему «Как вытащить идею у себя из задницы за две минуты» ни к чему, кроме как к простому мозготрау, не приведет. Я прочитал в свое время кучу таких книг. Потрахаля себе мозги)

Такие книги – вода! Теория. Сотрясение воздуха. Их цель – выкачать из тебя деньги.

Уверен: ценность данного поста в **СОТНИ** раз выше коммерческой ценности всех книг, которые имеются в этой информационной нише.

Так откуда же взять идею? Есть ли **волшебная таблетка**? Как она работает?

Ответ — ДА! Такой способ есть. Он прост, эффективен и работает всегда, независимо от твоего сознания и условий. Он работает, как швейцарские часы.

Для того, чтобы креативить идеи, нужно...

Читать!

Да, именно читать. А ты что хотел? Какой-нибудь магический ритуал? Нужно читать книги любого рода, желательно по теме твоего инфобизнеса. Вскоре ты научишься отличать книги-пустышки от действительно стоящих вещей.

Идеи обычно приходят, как показала практика:

- во время чтения;
- через несколько часов после чтения.

Все зависит от устройства твоего мышления. У меня идеи прут, как фонтан, во время чтения и после чтения, да и ночью иногда пара идей свалится!

Здесь очень много тонкостей работы сознания, подсознания и связей мозга. Но это нас не интересует. Главное — это **РАБОТАЕТ ВСЕГДА!** Работает эффективно, а большего нам и не нужно.

Для того, чтобы генерировать идеи, надо овладеть **потоковым мышлением**. Как раз об этом речь пойдет в следующей главе.

ПОТОКОВОЕ МЫШЛЕНИЕ

В сфере инфобизнеса приходится постоянно творить что-то новое, интересное, увлекательное, полезное. Уверен: у нас самое креативное направление из всех видов бизнеса. Ведь мы фактически все – журналисты, писатели, тренеры, пиарщики, креативщики, творцы. Боги, одним словом :)

Мы творим информацию, которая нужна другим людям. Но чтобы она была полезной, нужно научиться ее создавать, причем правильно, быстро, эффективно и качественно. Перспективная разработка в этой области – **это потоковое мышление.**

Потоковое мышление – это такое состояние разума, когда у тебя рождаются слова, идеи, мысли... По сути, идет **поток информации**, который нам нужно уловить и успевать записывать.

Скажу честно, я никогда не писал статьи, книги, продукты по каким-то планам, схемам, методикам и технологиям. Весь мой креатив – это поток сознания.

Но чтобы активировать этот поток, нужно сделать определенные действия. Вспомни, ты наверняка когда-нибудь в жизни попадал в такое состояние, что мог говорить

часами, информация просто лилась из тебя. Ты ни на секунду не задумывался, что сказать, ты просто говорил, говорил и говорил. Так вот, это был поток. Поток сознания.

Плюсы потокового мышления

Плюс первый. Без барьеров. Потоковое мышление — это отсутствие каких-либо затыков, барьеров, рамок, которые тебя ограничивают.

Плюс второй. Игра подсознания. В данном состоянии идеи выплескиваются из подсознания, а эта область психики отвечает за безусловные рефлексы, за обработку и хранение поступающей информации. То, что хранит в себе подсознание, поистине грандиозно — это все, что мы когда-либо видели или слышали, все, что чувствовали, обоняли, осязали, читали, видели. Более того, в подсознании хранится и наследственная информация, полученная от наших предков. Просто чудовищный объем! И мы будем это использовать во благо нашего инфобизнеса :)

Плюс третий. Объемы. В таком состоянии можно создавать огромное количество информации за минимальный отрезок времени.

Плюс четвертый. Наслаждение. Поток сознания дарит тебе безумное удовольствие. Ты находишься в конкретном моменте, живешь сейчас, полностью живешь в настоящем. Весь мир уходит на второй план.

Плюсов на самом деле очень много, но главное — это куда более эффективно, нежели все остальные методики создания информации.

Приступим к изучению этого состояния. Итак, для того чтобы у нас активировался ПОТОК, нам нужно:

- создать четкую фокусировку;
- освободить голову от пустых мыслей;
- найти гармонию во внутреннем мире.

Первая задача. Четкая фокусировка. Ты должен определить четкую цель вызова потокового состояния. Для чего тебе это нужно? Ответь себе на вопрос. Сфокусируйся на этом. Выключи телефоны, закройся в комнате, оторвись от внешнего мира. Ты только ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС. Есть только ты и твоя цель. Даже если начнется Третья мировая война, цены на продукты питания взлетят в сотни раз, взорвут дом твоего соседа, ты не должен обращать на это внимание. Полностью сосредоточься на своей цели.

Вторая задача. Абсолютная пустота в голове. Нам нужен прямой доступ к подсознанию, поэтому освободи голову от мусора. Отпусти все проблемы, забудь про мир вокруг. Его нет. Сейчас есть только ты. Созерцай внутренний мир. Ощути пустоту.

Для этого воспользуйся такой техникой. Рассредоточь взгляд и возьми в поле видимости несколько объектов. Ты ощутишь отсутствие мыслей. Это затишье перед бурей.

Чтобы развить это чувство, советую тебе медитировать каждый день по двадцать минут, сознательно вызывая состояние пустоты.

Упражнение. Сядь на стул и отпусти все вокруг. Следи за своими мыслями, следи за дыханием, ощущай все свое тело. Это натренирует тебя контролировать свои мысли.

Третья задача. Твой внутренний мир должен быть спокойным. У тебя не должно быть глобальных проблем, никаких заноз в заднице, никаких контрольных работ,

к которым нужно подготовиться на завтра, никаких дел по работе. Ты должен четко осознавать свою цель.

Упражнение. Тридцать минут в день уделяй себе, находясь в одиночестве. Просто будь с самим собой. Сходи в кафешку один, отдохни от всего мира или устрой вечернюю прогулку. Важно – в это время ты не должен потреблять информацию. Это упражнение сделает твою жизнь гармоничной. Попробуй, и ты удивишься;)

Совет на будущее. Если будешь креативить, ты должен отказаться от любого рода информации, которая может поступать в тебя. Ведь сейчас ты создаешь ее, иначе просто будет конфликт программ: Принимающей и Отдающей.

Отсюда следует: откажись от музыки со смыслом и словами. Теперь и навсегда музыка, которая играет у тебя в плеере во время креатива, работы над твоим бизнесом, – это музыка без слов. Желательно слушать фоновую музыку природы или спокойную музыку с легкими тонами. Это музыка, которая расслабляет. Никаких Slipknotов, Amatory, «Кирпичей» и «Рамштайнов»!

Используй **потокное мышление** и твори шедевры. Мир в твоих руках, ведь теперь ты знаешь, **как создавать** информацию максимально эффективно и быстро!

ПРАВДА О БИЗНЕС-ТРЕНИНГАХ

Первое, что тебе нужно понять: бизнес-тренинг — это инструмент, а его можно использовать как для дела, так и для преступления. Ты берешь в руки топор. С топором можно пойти в лес и нарубить дрова, а можно рубить людей на улицах. Это сравнение относится и к бизнес-тренингам: они могут принести тебе пользу или нанести вред.

Лично мое мнение: бизнес-тренинги — это позитивное явление в современной жизни. Но чтобы они привнесли в твою жизнь позитивные перемены, надо знать несколько принципов.

Первый принцип. Цена, которую ты заплатил. Если ты идешь на бизнес-тренинг и не платишь ни копейки, я считаю, что ты нашел плохой инструмент для развития. Уверен: ходить надо в первую очередь на платные тренинги. Фишка в том, что чем больше ты заплатишь денег, тем выше шанс, что в твоей жизни что-то начнет кардинально меняться.

Почему это работает? Потому что халява пользы не приносит. Признайся, сколько ты скачал в Интернете курсов, материалов, тренингов? И что — твоя жизнь изменилась? Ты заработал миллионы? Да нет!

К сожалению, так живут многие: получают информацию, принимают ее к сведению — и ничего не делают. Чтобы приступить к делу, нужно заплатить. Вот тогда у тебя появится мотивация отбить вложенные деньги. Советы, данные бизнес-тренерами, ты начнешь внедрять в жизнь, и у тебя появятся первые результаты.

Приведу такой пример. Я прошел бизнес-тренинг в Париже, заплатил за него двести тысяч рублей, отдал деньги за перелет и проживание. Семидневная поездка в итоге обошлась в четыреста тысяч. Но я не жалею об этих деньгах. В Париже я занимался целую неделю с утра до вечера и узнал огромное количество вещей, которые я прямо сейчас внедряю в жизнь. Чем больше я плачу денег, тем больше мне хочется их вернуть, тем выше мои заработки.

Конечно, есть люди, которые ходят на платные тренинги и ничего после них не делают, но это, извини, бред и мазохизм. Заплатил — бери по максимуму, внедряй в жизнь! И тут я уже говорю о втором принципе.

Второй принцип. Пришел учиться — учись. На бизнес-тренингах я часто вижу людей, которые сидят там с кислыми рожами: «Ну и чему ты нас научишь?» Считаю, это неправильно. Если уж ты пришел, то твоя задача — получить для себя максимум пользы, мотивации, информации, ответов на вопросы. Записывай советы, выполняй упражнения, какими бы глупыми они тебе ни казались. Нужно танцевать — танцуй. Нужно рисовать — рисуй. Если тебе дают задание — не задумывайся, просто делай. Ведь эти упражнения не появились просто так, из воздуха. Они уже отработаны сто раз. Поэтому говорю всем: «Делайте, ребята! Внедряйте, и все будет классно!»

Третий принцип. Ищи своего тренера. Сейчас, когда у каждого есть Интернет, ты можешь изучить тренера до того, как встретишься с ним лично. Внимательно наблюда-

дай за тренером, узнавай его образ мышления, выясняй, как он живет, о чем думает. Решай, резонируют ли его убеждения с твоей картиной мира. Если ты понимаешь, что человек похож на тебя, вызывает симпатию, ваши ценности совпадают, смело иди на тренинг — результаты будут очень крутыми. Если ты видишь, что тренер не твой человек, не нужно у него учиться, ты все равно будешь чувствовать отторжение.

Я считаю, что в России мало действительно крутых бизнес-тренеров и уровень бизнес-образования катастрофически низок. Если хороших тренеров будет в десять, двадцать, сто раз больше, экономика начнет развиваться. Ведь ключ к изменениям лежит в знаниях. Если ты обладаешь знаниями, как запускать бизнес, как им управлять, тогда и твое дело продвинется вперед, и страна будет процветать.

Поэтому если в твой город или регион приехал крутой бизнес-тренер, старайся пойти к нему. У каждого из них можно почерпнуть много полезного. Не ищи в них негатива, не придирайся к мелочам. Выбирай все новое и полезное, что он может тебе дать. В каждом человеке есть что-то суперценное, и твоя задача — получить это.

Напоследок расскажу о трех категориях людей, которые ходят на бизнес-тренинги. Возможно, сейчас ты узнаешь себя.

Первая категория. Знайки. Эти люди любят копить информацию. Они приходят с толстенными блокнотами, все детально записывают, собирают, систематизируют. Если у тебя дома хранится куча исписанных листов или у тебя куча книг, то ты — типичный знайка. Увы, такие люди много информации впитывают — но катастрофически мало делают.

Вторая категория. Делатели. Себя я отношу к этой категории. Для меня информация не самооценność, главное – это действие. Мне нужно минимум сведений, максимум дела. Полезную информацию я тороплюсь воплотить в жизнь. Я не люблю словесную воду и шелуху, для меня главное – это суть. Получил информацию, понял, что с ней делать, – внедряю. Внедрил – иду за новой. Тогда процесс получается эффективным.

Третья категория. Тусовщики. Такие люди ходят с одного тренинга на другой, третий, четвертый и пятый, чтобы пообщаться, посмеяться, потанцевать. Такие, знаешь ли, «нетворкеры». У них есть свои плюсы – это позитивные экстраверты, оптимисты, которые умело завязывают контакты. Так что при определенном настрое у них может получиться неплохой бизнес. Но только если они перестанут порхать, как бабочки.

Каждый из нас бывает в разных категориях, но я все же рекомендую стать «делателем». Кто делает – тот и получает результаты. Поэтому я советую тебе посещать тренинги, впитывать информацию, обучаться и брать самое лучшее. Но главное – не просто копить знания, но и реализовывать их в реальных проектах.

ЗДОРОВЫЙ ИНФО- БИЗНЕС

Без здоровья в современном мире приходится очень туго. Почему же я включил такую отвлеченную главу в свою книгу? Потому что от здоровья напрямую зависят твои эффективность, мотивация и работоспособность. Есть базисные вещи, которые позволят тебе поддерживать отличное состояние духа и тела и выдавать качественные результаты в своей деятельности, то есть в инфобизнесе и не только.

Первое – это здоровый образ жизни

Успех в инфобизнесе мало зависит от количества времени, проведенного за компьютером. Больше он зависит от твоего физического состояния, от образа жизни. Не будь вдаваться в эту тему глубоко, но хочу прояснить некоторые полезные и правильные вещи.

Личность бизнесмена – это не твоя личность.

Это критическое правило. Ты должен иметь свое хобби. Классно, если это хобби тесно переплетается с темой твоего инфобизнеса, но в любом случае ты всегда должен иметь несколько интересных увлечений. Занимайся спортом, веди здоровый образ жизни, общайся с друзьями и семьей.

А теперь, собственно, перейдем к практическим вещам касательно здоровья.

1. Прямая осанка. Всегда, всегда и всегда **держи** прямую осанку. Когда ты сидишь, когда идешь, стоишь. Всегда следи за своей спиной. С осанки начинаются все психические процессы. Если ты сидишь и сутулишься, то через час работы за компьютером почувствуешь усталость, вялость, а это не есть гут в рамках эффективной работы над бизнесом. Также ровная осанка позволяет снять психические блоки, сохранить зрение, да и вообще от этого одни плюсы.

Упражнение. Встаем. Вытягиваем правую руку вверх и тянемся, тянемся, тянемся максимально высоко. До боли. Затем – левую руку. Затем – обе руки. Тянемся, тянемся, тянемся. Дальше тянем обеими руками по бокам. 90 градусов относительно тела. Тянемся, тянемся, пока у тебя все не захрустит. Наконец, ставим руки в исходное положение. Это и есть ПРАВИЛЬНАЯ ОСАНКА.

2. Зрение. В деятельности инфобизнесмена максимально нагружаемый орган – это глаза. Очень важно сохранить хорошее зрение, постоянно расслаблять глаза и не перенапрягаться. Если у тебя не будет хорошего зрения, то никакого счастья, успеха и инфобизнеса тебе по-прежнему не видать. Поэтому не забываем следить за своими глазами.

Упражнение. Каждые 45 минут (поставь будильник) встаем, отходим от компьютера и моргаем, смотрим в разные стороны, разминаем мышцы глаз. Глядим вдаль, потом вблизи. 5–10 минут. Делать постоянно.

3. Свежий воздух. В нашей деятельности мозг сильно перегружается, так как мы либо принимаем, либо создаем

информацию. Мозг постоянно работает. Но мозг – это не машина, да и машина иногда ломается. Поэтому очень важно регулярно проветривать мозги на свежем воздухе. Это даст заряд энергии, свежести и кучу новых идей. Давай отдыхать своему сознанию.

Упражнение. Каждые 4 часа выходим на прогулку (на балкон или на улицу) на 15 минут. Дышим свежим воздухом, отдыхай. Эффективность повышается в разы. Делаем постоянно.

СЕМЬ ПРИЧИН ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

Как ты проводишь обычные дни? Наверняка подолгу сидишь за монитором! То, что это, мягко сказать, не полезно для твоего здоровья, ты и так знаешь. Но задумывался ли ты, что когда стучишь по клавиатуре, часы отстукивают секунды?! Смотри, ты даже не замечаешь, как проходит жизнь!

Поэтому я призываю: прямо сегодня иди и купи билеты в какие-нибудь далекие края! Отдыхать не менее важно, чем работать. Я докажу это, назвав семь причин, почему нужно путешествовать.

Первая причина. Это доступно. Раньше, чтобы съездить на отдых, нужно было тратить нереально огромные деньги. Сейчас для этого нужны небольшие суммы – в рамках твоего заработка. Можно найти горящие путевки, которые стоят около десяти тысяч рублей. Только не говори мне, что ты столько не зарабатываешь!

Я пишу этот текст, находясь в Стамбуле. Билеты, чтобы долететь до солнечной Турции и вернуться обратно, стоят десять тысяч рублей. Разве это дорого? В Индию можно попасть за шестнадцать тысяч. Можно слетать на Кубу или в Америку. Да, это стоит подороже, около 20–30 тысяч,

но тоже вполне доступно. Так что не думай, что путешествуют только миллионеры. Это миф.

Вторая причина. Это меняет образ мыслей. Когда ты начинаешь часто путешествовать или вообще переезжаешь в другую страну, то в твоей голове щелкает какой-то тумблер и ты начинаешь мыслить по-другому.

Если твоя жизнь — сплошная рутина (работа «на дядю», Интернет, редкие выпивки с друзьями, домашние дела), в голове твоей тоже начинается застой. Даже если ты занимаешься собственным бизнесом, тебе требуется иногда от него отвлекаться. Когда ты вырываешься из привычной, выстроенной системы, твой мозг начинает усиленно работать. Ты начинаешь пересматривать жизненные ценности, понимаешь, что на свою судьбу и на дело, которым ты занимаешься, можно посмотреть с другого угла, с совершенно иных позиций.

Третья причина. Это интересно. Конечно, целыми днями торчать в отеле или жариться на пляже — это скучно. Может быть, кому-то этот формат отдыха подходит, но только не мне. Я предлагаю путешествовать иначе: посещать необычные места, открывать новые культуры, знакомиться с людьми. Ты за день можешь получить столько эмоций, сколько у себя дома не получил бы за месяц. Если ты возьмешь путевку всего лишь на неделю, то получишь такое количество впечатлений, сравнимое с полугодом, проведенным в своем городе.

Недавно я ездил в Азию и провел там полтора месяца. Я побывал в Индии, Таиланде, на некоторых островах. За полтора месяца я прожил словно несколько лет — так все было насыщено, интересно и клево, что не передать словами. В такие моменты начинаешь понимать, что твоя жизнь — это не просто схема «дом — работа», а захватывающее приключение.

Четвертая причина. Это приток новых идей. Для меня путешествие — это поиск и обретение вдохновения. В путешествиях ко мне приходят гениальные мысли. За три дня в Стамбуле у меня родилось уже много интересных идей, которые я непременно буду внедрять. Иногда я восклицаю: «Вау! Супер!» Такие вещи в путешествиях происходят сами собой, и это очень круто. В путешествии открывается портал, через который приходит поток новой информации. Только успевай хватать ее — слева, справа!..

Например, Стамбул — это мировой центр текстиля, я нашел здесь кучу одежды, которая стоит очень дешево. В России ее продают раз в пять-десять дороже. Появилась отличная идея для бизнеса: закупать эти вещи в Турции и продавать в России. Ее можно внедрять хоть завтра.

Таких идей очень много. Турки — отличные продавцы, это у них в крови. Процесс торговли захватывает их больше, чем сама продажа. Они продают всё, всегда и везде. Этому можно у них поучиться! В Стамбуле легко найти множество идей для своих проектов, которые можно воплощать в жизнь в России. В нашей стране рынок коммерции не развит, а во многих отраслях, в том же инфобизнесе, он практически пустой. В других странах можно черпать идеи и вдохновение.

Пятая причина. Это знакомства с интересными людьми. В твоем городе или поселке ты не найдешь такое количество интересных людей, какое встретишь в путешествиях. Богатые и знаменитые тоже любят смотреть на этот мир, и у тебя есть все шансы с ними встретиться. В недавней поездке по Азии я плыл на одном корабле с Марком Цукербергом и его семьей. Он сидел позади меня, и мы даже успели немного пообщаться. Обычная жизнь никогда не предоставит таких возможностей! У меня более 20—30 контактов людей, которые живут за границей. Они все-

гда мне рады, я могу приехать к ним в гости. А у тебя есть друзья в других странах? Если нет, больше путешествуй!

Вот что еще важно: когда ты путешествуешь, ты волей-неволей учишь английский. Даже если ты совсем не знаешь этот язык, во время поездок сможешь без подготовки выучить его на базовом уровне, научишься понимать и разговаривать. Для бизнеса это бесценно!

Шестая причина. Это делает тебя более успешным. Этот фактор, пожалуй, особенно проявляется в России. Когда ты начинаешь путешествовать и рассказывать об этом друзьям и знакомым, выкладывая фотки в Интернет, публиковать на своем сайте, который посещают клиенты, люди начинают воспринимать тебя по-другому. Да, кто-то начнет завидовать, но вряд ли это будет черная зависть. Обычно все начинают спрашивать: «Где ты был?» А ты отвечаешь: «Я за последний месяц три страны объездил» — и рассказываешь людям реально что-то интересное. Так ты становишься центром компании. Это очень клево! Люди тобой интересуются, уважают тебя за твои поступки. Многим не хватает признания, его можно добиться благодаря путешествиям.

Седьмая причина. Это состояние счастья. Эта причина самая главная, ведь счастье — это то, ради чего мы живем. Когда ты принимаешь такой стиль жизни, тебя начинает переполнять счастье. Ты чувствуешь вот этот конкретный момент, когда ты едешь в автобусе или летишь в самолете, удивляешься достопримечательностям или купаешься в океане, — ты безгранично счастлив.

Что нужно человеку для счастья? Кто-то скажет, что это риторический вопрос. Но у меня есть свои критерии, по которым я определяю, счастлив человек или нет. Это всего два фактора.

Первый — насыщенность жизни. Если жизнь богата интересными событиями, встречами, делами и ты живешь

в таком потоке и ритме постоянно, значит, у тебя все хорошо. А если ты постоянно озабочен скучной повседневной рутинной, которая не приносит удовольствия, то речь о счастье не идет.

Второй – яркость жизни. Яркость – это обратная сторона насыщенности. Когда ты начинаешь жить насыщенно, генерируешь небанальные, вдохновляющие события, которые несут позитивный эмоциональный заряд, жизнь становится яркой.

Путешествия полностью восполняют эти два фактора. Происходит выброс эндорфинов, внутри тебя возникает состояние счастья, и ты понимаешь, что это стоит того. Ты начинаешь осознавать, зачем и для чего живешь, куда тебе двигаться. Но при этом ты не нервничаешь, а наслаждаешься моментом, что тебе хорошо прямо сейчас, а не будет когда-нибудь потом.

Даю совет – прямо сегодня найди дешевые путевки на ближайшее время. Если нет денег – одолжи, не нужно тратить огромные суммы. Зато, вернувшись из путешествия, ты получишь огромный эмоциональный заряд, который позволит не просто вернуть эти деньги, но и работать, вкалывать, зарабатывать еще больше. Когда я возвращаюсь из путешествия, я около недели работаю, как бешеный, потому что хватает эмоционального заряда.

Найди возможность вырваться из обыденности, серости, повседневности и хоть ненадолго поезжай за границу. Сделай это прямо сейчас. Тот, кто всегда откладывает, никогда ничего не успевает. Другой шанс может прийти слишком поздно. Живи сейчас!

КАК ВЕСТИ БИЗНЕС В ПУТЕШЕСТВИЯХ

Гуляю по Парижу, записываю видео, зарабатываю деньги. Уверен, что ты тоже не откажешься от такой жизни. Тогда советы, как вести бизнес в путешествиях, тебе точно пригодятся.

Совет первый. Начиная онлайн-бизнес. Если ты сейчас ведешь бизнес в режиме офлайн, переходи в Интернет! Продаешь товары — подумай, как реализовывать их через интернет-магазин. Имеешь другой бизнес — подумай, как зарабатывать на продаже своей информации. Ведь наверняка ты что-то умеешь делать очень хорошо, лучше, чем другие. Может быть, ты круто строишь дома. А может быть, печешь, красишь ногти, налаживаешь смартфоны... Заведи блог и начни этому обучать. За обучение люди готовы платить хорошие деньги.

Совет второй. Искренне люби дело, которым занимаешься. Я ухитрился работать даже на Мальдивах, причем очень эффективно, но это несколько меня не напрягало. Я очень люблю свою работу и хочу, чтобы ты тоже полюбил свое дело. Без этого нет никакого смысла в удаленной работе — даже море и пальмы не будут радовать.

Совет третий. Найди надежную технику. Чтобы вести бизнес удаленно, тебе потребуется ноутбук, подключенный к скоростному Интернету. Куда бы ты ни поехал, ноутбук должен быть с тобой, ведь ты собираешься работать. Я, например, работаю с MacBook — и это ни разу не реклама техники Apple, это просто очень удобно.

Совет четвертый. Сформируй команду. На начальном этапе ты, конечно, сможешь работать в одиночестве, и это нормально. Но в перспективе подумай о команде. Моя команда состоит из десяти человек, и все они работают удаленно. Сотрудниками я могу управлять через ноутбук, предлагая им конкретные задачи. Для этого я использую приложение, которое называется WunderList. Оно совершенно бесплатное, рекомендую тебе его завести — оно действительно поможет тебе вести свой онлайн-бизнес.

Совет пятый. Расширь рамки сознания. Назову еще одну деталь, почему бизнес нужно вести удаленно. Когда ты приезжаешь в другую страну, в иную точку мира, это серьезно расширяет рамки твоего сознания. Возможно, в твоём городе ты привык ежемесячно платить пятнадцать тысяч рублей за съемную квартиру. Но, приехав, скажем, в Париж, ты убедишься, что здесь за такую сумму ты жилье не снимешь. Придется повышать уровень своего заработка, увеличивать стандарты жизни. Когда ты задумаешься, как можно получать больше денег, ты уже начинаешь больше зарабатывать!

В мире много людей, которые путешествуют, работают в Интернете и зарабатывают при этом хорошие деньги. Это их стиль жизни, и это нормально. Если для тебя путешествия — это серьезная ценность, добивайся, чтобы их в твоей жизни было как можно больше. Иди за своей мечтой, не сдавайся, ищи новые пути. Учись вести бизнес онлайн и обретай финансовую свободу.

ЗАКОНЫ ИНФО-БИЗНЕСА

Я не стал рассматривать в своей книге законы Вселенной, закон Мерфи и всевозможные бизнес-законы, которые непонятно как работают, но работают. Их очень много, но все-таки пару критично важных вещей я отметил.

Это законы, которые позволят тебе доводить проекты до логического конца.

У большинства новичков инфобизнеса есть такой милый таракашка. Они берутся за какой-нибудь проект, но не доводят его до конца — бросают на полпути к успеху. Если ты хочешь зарабатывать в Сети, то придется доводить все свои даже самые бредовые идеи до логического завершения.

Давай примем за аксиому, что существует некая внутренняя энергия, которая позволяет нам самомотивировать себя и доводить дела до логического конца. Так вот, чтобы довести проект до конечной точки, нужно грамотно расходовать эту энергию.

Рассмотрим пару ошибок, когда эта **внутренняя энергия** сливается в пустоту.

Ошибка первая. Много болтаешь и мало делаешь. Ты создаешь свой проект, у тебя появляется идея, ты чувству-

ешь себя окрыленным. И тогда ты начинаешь рассказывать об этом своим знакомым, друзьям, коллегам — всем! Ты говоришь об этой идее, ты думаешь о ней, ты полностью одержим ею. Пару часов, дней или недель ты дышишь этой идеей.

Но потом, вот что странно, ты обнаруживаешь, что в итоге не сделал ничего, чтобы ее реализовать. И даже если начал делать, тебе стало скучно и ты забросил проект. Многие из твоего окружения говорят, что у тебя неудачная идея, половине вообще пофигу на тебя, и только некоторые убеждают: «Все классно! Делай! Я с тобой!»

Что получается в результате: энергия, которая должна была пойти на реализацию идеи, рассеивается и уходит в пустой «пиар». Проект в итоге не реализуется, но через какое-то время ты обнаруживаешь, что эта идея воплощена другим человеком — и обычно тем, кому ты о ней рассказал. Понимаешь, о чем я?

Так был создан ЗАКОН СЕКРЕТНОСТИ.

Никогда не раскрывай свои идеи, желания другим людям. Так ты только теряешь свою энергию! Пришла идея — сел и сделал. Когда уже будет готово, вот тогда будешь рассказывать о ней всем и вся :)

Ошибка вторая. Ищешь одобрения. Очень часто, когда к нам приходят новые идеи и вдохновение, мы ищем одобрения у других людей, чтобы их реализовать. Эта привычка встроена нам с детства. Давай вернемся в наше прошлое и посмотрим, что там происходит.

Ты ведешь себя хорошо — тебя одобряют, ты рад этому. Ты ведешь себя плохо — тебя ругают, ты получаешь негативный эмоциональный всплеск. Поэтому тебе выгоднее понравиться другому человеку, чтобы тебя по головке погладили и сказали: «Умница!» В общем, стремишься, чтобы тебя одобрили!

Видишь, какой сильный таракан? Сейчас он нам ни к чему, мы ведь решили взять свою жизнь за яйца!

С этого момента и навсегда **ПЕРЕСТАНЬ ИСКАТЬ ОДОБРЕНИЯ У ДРУГИХ ЛЮДЕЙ!** Сейчас это невыгодно. Если приходят мысли, идеи, желания — **реализуй**. Ищи ответы только внутри себя, не жди одобрения у окружающих.

Как показывает практика, окружение и социум — это тупое серое стадо. Бесплезно там просить чьего-то мнения, одобрения и помощи. Представь картину: ты — босс крупной компании. Разве ты будешь выходить на улицу и спрашивать мнение у окружающих, как поступить, что делать? Конечно, нет. Подразумевай, что ты уже выше всех других людей, ведь 90% людей живут, как сомнамбулы — в неосознанном сне.

Однажды я провел такой эксперимент. Я взял 30 телефонных номеров своих друзей, знакомых и подруг. Звонил всем по очереди и задавал им вопрос: «Что ты делаешь сейчас?» На что получал невразумительные ответы.

В итоге на практике я убедился в том, что 90% людей **не делают ничего**, чтобы сделать свою жизнь существенно лучше. Не будь такой же частью стада. Будь личностью.

Когда ты перестанешь искать одобрения у других людей, ты поймешь, что многие твои страхи и сомнения пропали, а энергия действия только увеличилась.

Ошибка третья. Боишься, что будут гнобить. Успокоить тебя нечем. Готовься, гнобить будут всегда! Запомни, как только ты начнешь заниматься своим бизнесом, писать статьи, книги, выпускать продукты, тебя будут гнобить, опускать, говорить, что занимаешься полной херней, продаешь воздух, обманываешь других. Будут называть тебя идиотом, кретином, дураком, левым — кем угодно!

ЭТО НОРМАЛЬНО!

Это нормально, когда тебя ненавидят. Очень многие будут тебя ненавидеть, потому что у тебя хватило **сил** вы-

браться из этой матрицы, потому что ты **осознанно** улучшаешь свою жизнь на глазах других людей. А людям не нравится, когда кто-то становится выше них.

Никак не реагируй на критику, укрепляй свою броню, ведь ты уже лучше, чем 90% людей.

Здесь еще есть такой парадокс: когда твоя прибыль начнет расти, твоя жизнь улучшится, все будут говорить, что тебе просто везет. Но обрати внимание на отношение других людей! Они будут говорить это, но сомневаться в своих словах.

А дальше тебя ждет сюрприз! Какой – не буду говорить об этом. Я хочу, чтобы ты сам дошел до этой стадии, а потом поделишься со мной своими заметками, мыслями;)

ТРИ ОШИБКИ, КОТОРЫЕ УБЬЮТ ТВОЙ ИНФОБИЗНЕС

Не надо бояться ошибок — от них никто не застрахован. Ошибаются даже более-менее продвинутые в инфобизнесе люди, а что уж говорить о новичках. Но если не жаловаться, не ныть: «Инфобизнес — это скучно, неприбыльно, неинтересно», а активно действовать, ты сам удивишься впечатляющим результатам!

Посмотри на меня — я тоже был когда-то начинающим бизнесменом и тоже совершал ошибки. Но я знал, что никогда не отступлю от цели, и теперь делаю дело, которое люблю. Кстати, эту главу я пишу из острова Панган в Таиланде — поверь, здесь очень классно! Тебе надоел душный офис, хочешь работать в таких же условиях? Все в твоих руках!

Сейчас будь внимателен — я назову тебе три ошибки, которые не просто мешают развивать инфобизнес, они его убивают. Если ты обнаружишь их у себя, скорее исправляй — спасай свое дело!

Первая ошибка. Малое число подписчиков. В нашем случае скромность не украшает человека, она катастрофи-

чески мешает. Увеличивай количество подписчиков, целенаправленно работай над этим.

Ты набираешь до десяти тысяч подписчиков, а потом жалуешься, что инфобизнес не приносит прибыли и вообще в нем нет ничего хорошего? Конечно, нет, потому что это еще никакой не бизнес. Времена «блогеров-тысячников» прошли, теперь народ оперирует другими цифрами.

В идеале ты должен набрать не меньше пары десятков тысяч подписчиков – и не останавливаться на достигнутом. Чем больше количество, тем больше продаж.

Увеличение подписной базы должно стать твоей первостепенной целью. Делай акцент именно на этом моменте! Это очень важно. Пока не получишь от двадцати тысяч подписчиков, ни о каком серьезном инфобизнесе с внушительными доходами не может идти речи. Ты сможешь считать свои результаты достойными, когда будешь зарабатывать более миллиона рублей за один запуск.

Вторая ошибка. Всего один продукт. Это фатальная ошибка многих инфобизнесменов: они создают продукт, начинают продвигать его, а потом хватаются за голову: «Ой, что-то я мало зарабатываю!» Конечно, с одним продуктом зарабатывать серьезные деньги невероятно сложно. Если ты хочешь начать действительно хороший инфобизнес, разработай линейку продуктов – придумай не одно, а минимум пять качественных предложений. У тебя должны быть и дешевые, и дорогие продукты: семинары, тренинги, коучинги... Продавай свои продукты по разной цене: и за пятьсот рублей, и за тысячу, и за пять тысяч. Пиши книги, придумывай новые идеи, развивайся сам и развивай свой бизнес!

Пока в твоей линейке нет как минимум пяти продуктов в определенной нише, твое дело нельзя назвать серьезным. То, что срабатывало десять лет назад, сейчас совершенно не работает. На одном продукте бизнес ты

не построишь. Не топчись на месте, не возвращайся в прошлый век.

Если же ты хочешь добиться действительно серьезных финансовых результатов, то в идеале у тебя должно быть не менее тридцати информационных продуктов. Вот тогда каждый месяц будет падать хороший чек на твой банковский счет. Приятная стабильность, правда?

Третья ошибка. Отсутствие уникального предложения.

Прежде чем начать инфобизнес, убедись, что выбранную тобой нишу не занял какой-нибудь гуру. Во многих направлениях инфобизнеса уже давно работают люди, которые стали признанными специалистами с мощным авторитетом. Бороться с ними — это все равно, что сражаться с ветряными мельницами.

Новички, расталкивая друг друга локтями, пытаются кому-то что-то доказать, вот только шансов у них немного. Ведь есть такое правило — девяносто процентов всех денег зарабатывают именно лидеры рынка, и только десять процентов достается всем остальным. Делаем вывод: если ты тоже хочешь зарабатывать, становись лидером.

С чего начать? Я тебе подскажу. Найди узкую нишу — и создавай крутой проект! Когда ты вырастешь в этой области и станешь гуру, смело врывайся в общую нишу и стремительно ее завоевывай.

Например, ты выбрал популярную тему — похудение. Но ведь на тему стройности сегодня не пишет только ленивый! Поэтому начинай с маленького вопроса: «Похудение для домохозяек за тридцать», «Похудение и вегетарианство», «Похудение для тех, у кого нет силы воли»... Придумай что-нибудь интересное, шевелись! Потом твоя затея вырастет во что-то более серьезное. Помни: ты должен отличаться от конкурентов. Если будешь таким же, как все остальные, тебе ничего не поможет.

Придумывай, начинай, действуй! Увеличивай базу подписчиков, разрабатывай линейку продуктов, позаботься об уникальном предложении. Вот тогда ты сможешь развить свой инфобизнес и зарабатывать серьезные деньги.

КОНКУРЕНТЫ

Я никак не мог упустить такой элемент в книге, как **конкуренция**. Нам нужно выстроить правильное отношение к конкурентам. Чтобы не было вот такого: «У конкурентов это лучше получается!», «Они меня раздавят в нише!», «Я не смогу с ними соревноваться!» и прочие отмазки.

Еще раз напоминаю: все, что я пишу, — это мой практический опыт и опыт моих студентов. Если для тебя эти принципы чужеродны, можешь их не использовать. Закрой книгу и иди дальше — читай «Капитал» Маркса или миллион никчемных рассылок по инфобизнесу.

Для тех, кто готов принять данные принципы, продолжаю.

Разберемся с отношением к конкурентам по трем фазам.

Фаза первая. Кто такие конкуренты для тебя во время **СОЗДАНИЯ** твоих продуктов?

На стадии, когда ты создаешь что-то новое, но нечто подобное уже есть на рынке, то есть схожие продукты, товары или услуги, — конкуренты для тебя **никто**. Их нет. Быстро выкидываем их из головы и забиваем на них жирный болт. Думай, что на рынке **Ты** единственный **ГУРУ**,

и создавай свои продукты. А вот когда ты начинаешь думать: «А вдруг у конкурентов лучше?.. А вот то, а вот это...», то, как правило, получается полная херня.

Фаза вторая. Кто такие конкуренты для тебя во время **ПРОДВИЖЕНИЯ** твоей продукции на рынок?

На этой стадии мы уже вспоминаем о своих конкурентах. Теперь мы относимся к ним как к друзьям. Зачем воевать, когда можно организовать синдикат и получать прибыль и тебе, и твоему конкуренту? Ищем партнеров, договариваемся о сотрудничестве и описываем ему выгоды, объясняем, какие плюсы он получит от вашего общего сотрудничества.

В частности предлагаем ему прорекламировать твой курс, за это обещаем от 30–70% комиссионных. Моя любимая цифра – 50%, иногда 60%. Почему так много? Во-первых, партнер сам будет заинтересован в том, чтобы больше продать, так как это ему выгодно. Во-вторых, ты не тратишь на рекламу, пиар и продвижение своего продукта никаких денег. Ты находишь партнера, а он рекламирует твой продукт всем своим подписчикам и получает свои проценты. Симбиоз! Плюс теперь вы становитесь друзьями, и в будущем ты сможешь с ним сотрудничать. Ведь правда здорово?

Фаза третья. Кто такие конкуренты для тебя во время успешного **ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ** твоей бизнес-машины?

В этой стадии конкуренты становятся для тебя источником знаний, источником получения опыта. Ты постоянно наблюдаешь за ними, анализируешь их ходы и получаешь опыт. Можешь изучать их продукты и частично встраивать в свои.

Здесь главное правило – **не плагиатить все в открытую**. Делаем это скрыто, технично, чтобы особо не заметно было. Постоянно наблюдай за их действиями. То, что рабо-

тает у них, встраивай в свой инфобизнес. Конкуренты помогают тебе улучшать свой бизнес.

Но никогда не смотри на своих конкурентов как на **заклятых соперников**. Они ценнейший инструмент для работы. Конкуренция – это всегда хорошо, от этого выигрывает потребитель.

Был у меня один клиент на коучинге (не буду называть его имя, но это очень успешный и известный тренер в своей нише), который просил разобрать слабые и сильные места конкурентов, а затем помочь ему применить сильные места и вообще создать свое УТП. Буквально за час консультаций его бизнес был изменен на 180 градусов. Теперь он является очень успешным тренером в своей нише. Недавно прислал мне e-mail: «Теперь „А“ и „Б“ (конкуренты) читают мой сайт, нашел их в статистике». Вот яркий пример того, как можно использовать конкурентов в качестве улучшения своего инфобизнеса.

ОДИН В ПОЛЕ ВОИН?

В последнее время все говорят о лично ориентированном бизнесе. Я уже говорил об этом в главе про брендинг и УТП. Продает личность, а не рекламный текст.

Но давай в этой главе рассмотрим плюсы / минусы такого бизнеса.

ОДИНОЧНЫЙ, лично ориентированный БИЗНЕС

По статистике, которую я сам для себя создал, более 90% рунет-бизнесменов создают свой бизнес с завязкой под себя, то есть их бизнес = их личность. Если они прекратят работать, то бизнес фактически встанет. Капитально встанет, никакие средства автоматизации не помогут это исправить.

Плюсы такого бизнеса: 100% прибыли идет в твой карман. Ты ничего никому не обязан, все решения принимаешь сам. Ты делаешь, ЧТО ХОЧЕШЬ, КАК ХОЧЕШЬ, КОГДА ХОЧЕШЬ. Свобода!

Но, как показывает действительность, такой бизнес:

- 1) легко распускается;
- 2) медленно развивается;
- 3) автор тратит большое количество времени на его поддержание;

4) бизнес поглощает автора.

Удобно ли так работать или нет — решать только тебе. Но давай рассмотрим другие, **коллективные** виды организации бизнеса, более эффективные.

Аутсорсинг

Бизнес, где ты так же остаешься **главным**, все процессы, все принадлежит тебе, ты делаешь так же, **что хочешь, как хочешь, когда хочешь**, но ты нанимаешь одного-двух человек, которые помогают тебе в этом. На них ты можешь перекладывать техническую работу: монтаж фильмов, отправку дисков, рутинные дела, работу со статистикой и частично с клиентами.

Сам в это время ты занимаешься более креативной деятельностью: пишешь новые статьи, книги, создаешь продукты, творишь. Твой график более свободный. Но здесь придется платить подчиненному.

Если же ты все-таки решишь нанять такого подчиненного, запомни несколько правил, которые позволят твоему бизнесу быть более эффективным.

- Обращайся со своими служащими как с друзьями.
- Мотивируй, поощряй их на эффективную работу.
- Давай четкие инструкции, чтобы не было «завтра, наверно, будет готово...», «Я не знаю, как делать это».
- Плати достойную зарплату :)

Святая троица

Это мой любимый вид организации бизнеса — **коллективный**. Коллектив, состоящий из трех человек, эффективен. Три уникальные личности, у всех одинаковые права. Прибыль придется делить по 30%. Но это стоит того! Эффективность такого коллектива в РАЗЫ выше любого другого. Если в команде четыре-пять человек, это уже пере-

бор. Именно три человека могут выдавать просто убойный результат.

Именно три человека – это золотой коллектив.

Пока один пишет книгу, другой занимается раскруткой, третий – техническими работами. В таком коллективе действует постоянная самомотивация. Это коллектив, который будет постоянно развиваться. Поэтому если у тебя есть возможность организовать бизнес с двумя надежными людьми, действуй. Это будет действительно эффективно и весело.

Плюсы.

- 1) Постоянная самомотивация.
- 2) Тотальная эффективность.
- 3) Взаимодополнение.
- 4) Быстрый рост бизнеса.

Плюсов на самом деле огромное множество! Но есть и минусы.

- 1) Возможны споры.
- 2) Нельзя делать **все, что хочется**, нужно находить общие точки компромисса.
Очень мало минусов;)

Здесь возникает такой вопрос: отнести ли к минусу всего 30% получаемых денег? Мой ответ – НЕТ! Так как эффективность и рост таких бизнес-коллективов ОЧЕНЬ ВЫСОК, то 30% – это больше, чем 100% в одиночном бизнесе.

Своя тренинговая компания

Также, возможно, со временем ты захочешь организовать свою крупную информационно-тренинговую компа-

нию. То есть крупную компанию с инфраструктурой, бизнес-процессами, менеджерами, бухгалтерами, тренерами и всеми необходимыми звеньями.

Здесь изначально нужен хороший капитал для организации работы, аренды здания, найма персонала, для выдачи зарплаты, для раскрутки своего бренда. Это фактически свой крупный бизнес.

Этот вариант для тех, кто уже достиг точки **ГУРУ** в инфобизнесе, в своей нише. Для новичков данный подход будет очень сложен для реализации.

Плюс такого подхода – это широкий размах бизнеса и, в случае удачи, огромные прибыли. Речь идет о миллионах.

Минусы – это много рутинных задач, много нервозности с госорганами, куча бизнес-процессов, которые нужно контролировать, и т. п.

Выбирать способ организации инфобизнеса только тебе. Лично я использую комбинированную модель в разных проектах.

Кстати, скажу по опыту, что в третьей модели я смог за полгода поднять очень крупный инфобизнес в нише саморазвития. Втроем работать веселее, эффективнее и приятнее. Рекомендую!

ПОСТАНОВКА И ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ

Как показывает практика, грамотное умение правильно и эффективно ставить цели играет **ВАЖНЕЙШУЮ** роль в нашей деятельности. Грамотной постановке целей учат во всех качественных тренингах личностного роста. Поэтому, учитывая, что эта книга является пособием, которое развивает твою эффективность, я не могу пропустить такой важный пункт, как постановка и достижение целей.

Правило первое. Ставь четкие цели. В своей деятельности ставь только четкие и понятные цели. Не надо таких вот целей: «Хочу много денег! Хочу быть счастливым!»

Невнятные цели к успеху не приводят. Нужно быть конкретным: «Хочу 10000\$ в месяц!» Вот это более четкая цель, и она ограничена временем.

Но есть еще один такой таракашка – нужно ставить реальные цели. Такие цели, как «Я хочу миллион за месяц!» будет очень тяжело реализовать. Когда создаешь свой инфобизнес, четко назови все свои цели: хочешь ли ты денег, славы, связей – чего угодно. Ясно распиши, чего ты хочешь добиться от этого бизнеса.

Правило второе. Добивайся цели не дольше, чем за три месяца. Для меня цели на три месяца являются самыми оптимальными. Вообще, число 3 очень часто встречается в нашей книге — это магическое число рунет-бизнесмена. К нему мы будем еще не раз возвращаться.

Итак, ставим цели не более, чем на три месяца. Почему именно три месяца? Потому что это не так далеко и не так близко. Самый оптимальный срок, в периметре которого можно заметить и спланировать изменения. Попробуй — и сам познаешь всю мощь трехмесячных целей.

Правило третье. Напоминай себе о цели. После того, как ты выпишешь все свои цели (а я думаю, ты это уже сделал!), каждый день смотри в лист, где они расписаны. Хоть краем глазика, но постоянно напоминай себе о своих целях! Так ты запускаешь процессы в подсознании, которые в свою очередь запустят механизмы реализации этих целей в реальном мире. Подсознание — это поистине мощная штука, которую мы будем обязательно использовать.

Правило четвертое. Начни действовать!

Сейчас ты находишься в недоумении: **«Как же достигать целей, если я не знаю, как это делать?»** То есть тебе чего-то хочется, но нет ни малейшего представления, как этого достичь. Я дам тебе волшебную палочку к получению всего, о чем ты мечтаешь.

Волшебная палочка — это совет: **просто вбрось себя в это действие!**

Сделай первый шаг! Решение придет само, природа не терпит пустоты. Вселенная всегда помогает.

Хочешь познакомиться с девушкой? Просто подойди к ней, а дальше Вселенная сама подскажет, что делать.

Хочешь свой инфобизнес? Просто сделай первый шаг. Открой сайт. Вселенная подскажет, что делать дальше.

Хочешь научиться водить автомобиль? Просто сядь за руль. Ты научишься водить.

Хочешь научиться плавать? Просто прыгай в воду. Природа поможет тебе.

Хочешь закрыть все долги? Просто сделай первый шаг и отдай часть. Вселенная поможет.

Хочешь быть здоровым? Просто начни уделять 10 минут в день спорту. Вселенная поможет.

Просто? Да, просто, как дважды два!

Майнд-мап карты

Существует такая замечательная вещь, как **майнд-мап карты**. Может быть, ты уже слышал про это. Ты рисуешь главную цель, и от нее идут ответвления к другим, менее важным целям. От менее важных целей — новые ветви, еще ниже по иерархии.

В свое время я перерисовал всю свою стену и получил четкий список всех жизненных целей и целей в инфобизнесе. Искренне рекомендую и тебе воспользоваться такой замечательной вещью, как майнд-мап карты. Это очень помогает выявить жизненные цели, задокументировать и достигать их! Успехов в достижении целей!

КАК СТАВИТЬ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕЛИ? ENDMINDING

Я научу тебя ставить финансовые цели с помощью крутой техники, которая называется EndMinding. Эта техника пришла от Джеффа Уолкера, западного интернет-предпринимателя, и она действительно работает.

Итак, если перевести на русский язык словосочетание *End Minding*, оно будет означать «планирование с конца». Когда мы ставим финансовые цели, **всегда должны исходить из конечной точки, которой хотим достигнуть.**

Всегда начинай с конца! Не думай, сколько ты заработаешь в ближайшее время и как ты этого достигнешь. Сначала реши, сколько реально ты хочешь заработать в своем бизнесе.

К примеру, ты хочешь заработать за месяц работы сто тысяч рублей, и тебя эта цель мотивирует. Напиши: «Хочу получить 100 000 рублей». Теперь планируй дела в бизнесе на ближайший месяц, ориентируясь на конкретный срок – тридцать дней. Это очень важно.

В первую очередь **изучи свою линейку продуктов** и реши, как ты сможешь эти сто тысяч заработать. Сумеешь ли

ты продать один продукт за эту сумму и закрыть свою цель? Или, может быть, ты продашь два продукта по 50 000 рублей или 10 продуктов по 10 000 рублей? А возможно, тебе придется сделать сто продаж по тысяче. Посмотри, сколько стоит твой реальный товар, сколько единиц требуется реализовать.

Далее **определись по времени**. Допустим, ты решил, что совершишь десять продаж по десять тысяч рублей и закроешь свою цель, достигнув ста тысяч. Теперь пропиши в плане: одну продажу я должен совершить в течение трех дней. Так появляется более-менее нормальный стратегический план действий.

После этого многие думают: «О, классно, у меня есть план, начинаю работать». Но останавливаться пока рано, надо копать глубже. **Тебе нужно создать воронку продаж.**

Определись, сколько ресурсов нужно привлечь, чтобы в течение трех дней делать по одной продаже и так достигать цели. Ведь продажи сами по себе не происходят, должна быть какая-то система. **Воронка продаж — это четкий план:** сколько посетителей я должен привлечь на свой сайт, чтобы десять человек из них купили мой продукт?

Возьмем среднюю конверсию. У меня покупает продукт, например, 10% людей из тех, что ко мне приходят. Соответственно, чтобы купило десять человек (а это 10% конверсий), мне нужно привлечь сотню посетителей. Сто человек пришли — десять человек купили.

Считаем дальше. Какие еще нам нужны ресурсы, чтобы привлечь сто человек? Сколько времени на это требуется, какие вложения необходимы. Возможно, понадобятся какие-то люди, чтобы помогли тебе привлечь трафик. **Трафик-менеджер — человек полезный в твоей команде.**

Так мы подробно прописали воронку продаж: начали с конца — с того, что нам нужно сто тысяч рублей, и разво-

рачиваем наши действия до самого начала, учитывая деньги и ресурсы.

Я рассказал тебе о самой простой модели, которую можно использовать в бизнесе. Она эффективная, но мы уже выбираем те, что посложнее. **Под каждый продукт мы пишем отдельную воронку продаж.** Ведь определенная сумма берется не с одного продукта, а из пяти или десяти. Но высчитываем по похожей схеме: например, десять продаж по тысяче, три – по десять тысяч, одна – за пятьдесят тысяч, и две – по двадцать пять. Исходя из этого **пишем пошаговый план**, четко привязанный ко времени, и придерживаемся его ежедневно.

Один важный момент: когда ты работаешь не один, а в команде, **четко раздели зоны ответственности** людей, отвечающих за процессы. Распредели обязанности, укажи дедлайны – сроки, к которым все должно быть готово. Так ты точно дойдешь до цели.

Ну, и последний лайфхак по этой системе. Я заметил, **что идеальное планирование рассчитывается на 90 дней.** 30 дней – это слишком мало для реализации плана. А 90 дней – идеально!

Если ты будешь расписывать свои цели на год, составь четыре плана на каждые три месяца. Это оптимальный формат, чтобы планомерно двигаться вперед. Три месяца – рывок, еще три месяца – новый рывок. Очень удобный режим!

Конечно, здесь нет универсального решения. Ориентируйся на свой бизнес, когда ставишь цели и расписываешь планы. Только помни, что цели нужно ставить с конца, четко понимай, какие конверсии тебе нужны, какие ресурсы необходимо привлечь. Не отступай от намеченных планов, и тогда у тебя будут действительно хорошие, большие продажи.

ФРЕЙМ ПРОДАЖ

Знаешь, какой самый важный совет дают все книги по психологии взаимоотношений парням, у которых не складываются взаимоотношения с девушками? **Не будь милым парнем!**

К чему я это? А к тому, что в бизнесе такие же правила. Если ты будешь милым, пушистым, забавным со своими клиентами, то они вряд ли будут слушать тебя, активно покупать, выстраиваться в очередь.

Держи свой фрейм! Выстраивай свои рамки. Если у тебя нет времени на консультацию, прямо говори клиенту: «Сегодня у меня дела!»

Не ползай на коленях перед аудиторией. Не умоляй их купить твой продукт. Кому надо, тот купит! Как показывает практика, чем тяжелее клиенту получить тебя или твой продукт, тем больше он это ценит. Поэтому ведем себя жестко, в рамках своего фрейма (твои личностные границы и правила), но при этом остаемся открытыми и искренними.

БАЗИСНОЕ правило, которое желательно бы соблюдать в контактах с аудиторией. Ты сам заметишь, как это работает, если будешь правильно использовать его.

Звучит оно так: **ЛИБО ТЫ ПРОДАЕШЬ, ЛИБО ТЫ ОТДАЕШЬ!**

Это означает вот что. Если ты пишешь своим подписчикам, то ты либо даешь им **бесплатно** контент, который создал, либо **продаешь** свой продукт / услугу или еще что-нибудь.

Нельзя одновременно продавать и отдавать, да и третьего не дано. Это директивный бизнес. Держи четкий фрейм своего письма. Если ты хочешь продать, то говори только про свой продукт, который ты **продаешь**, и давай ссылки, как его **купить**.

Если ты даешь **бесплатный** контент, то давай его без денег, без подстав и всяких намеков на платность. Бесплатно – держи! Платно – держи!

Четко говори и показывай аудитории, что ты от нее хочешь. Я не буду касаться здесь скрытого маркетинга и пиара – он должен быть всегда. Все остальное я буду рассматривать не в этой книге, а, возможно, в своих продуктах, тренингах.

Как определить, ценен ли твой продукт?

Если ты наконец-то создал свой продукт, товар, то у тебя появляется вопрос: как определить его ценность для других людей?

Зная опыт одиннадцатилетнего развития рунет-инфо-бизнеса, хочу заметить, что за это время было создано **огромнейшее** количество информационных продуктов по всем жанрам, темам и областям. Мне как одному из активных участников этой ниши это было очень интересно, поэтому я не жалел денег на покупку и изучение подобных продуктов.

В итоге я пришел к выводу, что по сабжу 80% всех продуктов является абсолютным, пардон за это слово, **дерьмом**.

20% лучших продуктов выпускали лишь редкие успешные интернет-предприниматели, и это в нишах инфобизнеса и саморазвития.

Я думаю, что данная цифра будет верна и для других ниш. Правило Парето работает и в нашем случае – 20% классные / 80% говнистые продукты.

А все потому, что авторами этих 80% продуктов движет жажда срубить денег. Эгоистический разум не дает им трезво мыслить и создавать действительно классные продукты, которые будут пользоваться спросом, за которые не будет стыдно их авторам.

Еще одна проблема всех авторов, обычно это касается **новичков** инфобизнеса, – присутствие в продукте **огромного количества воды**. Наличие большого количества ненужных сведений не сделает твой продукт ценнее. Касается это всех авторов, писателей и людей сугубо креативных, которые создают новую информацию, за что им, конечно, большой респект.

Одно ПОНЯТНОЕ предложение стоит в сотни раз дороже целого тома ненужной информации.

Количество слов не делает тебя мастером. **Мастером становится тот, кто умеет передать содержание целой книги несколькими словами.**

Это же касается моей политики создания рукописных шедевров. Не ждите от меня миллионов красивых слов. Я напишу – но только основное, суть, не надо вот этой воды... Меня сильно напрягают переводы западных книг, где вода – основа продукта. Суть данного мышления: «Чем больше я написал, тем более высокую смогу поставить цену и тем больше заработаю!»

Чтобы и твой продукт не попал в этот 80% унитаза с дерьмом, я советую сделать следующие вещи перед выпуском какой-либо информации.

1. Определи, нравится ли тебе самому этот продукт. И если да, то на сколько баллов?

2. Дай оценить свой продукт десяти своим знакомым, чтобы они полностью рассказали тебе о нем все, что думают.

3. Красиво оформи сам продукт. Это **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ** пункт. Продукт должен быть красиво оформлен внутренне и внешне и вообще подаваться как конфетка.

Это три базисных пункта. Есть много других факторов, но лично я пользуюсь этими тремя. Поэтому рекомендую взять на вооружение именно эти три базовых действия.

Создаешь качественные продукты и услуги! Не нужно воды!

БЛОКИ УСПЕХА

Часто ли ты доводишь начатые дела до логического завершения? Я уже вижу твое недовольное лицо. Расслабься, большинство людей никогда не доводят начатые дела до конца. Сейчас мы это будем это исправлять, а точнее — менять твое отношение к этому.

У любого дела, и у инфобизнеса тоже, есть факторы успеха, благодаря которым можно хорошо зарабатывать и обеспечить постепенный рост с выходом на более серьезные уровни дохода. Так давай рассмотрим эти факторы — самые важные факторы успеха в инфобизнесе.

Фактор первый. Постоянство — это успех. Постоянство является одним из самых важных факторов успеха в онлайн-бизнесе. Как же много новичков пролетает с ним! Если ты начал заниматься информационным онлайн-бизнесом, то будь любезен — **ЗАНИМАЙСЯ** им **ВСЕГДА**. Постоянно!

Ты должен писать подписчикам минимум одно письмо в неделю, постоянно создавать новое, убирать старое, двигать свой бизнес вперед и вперед! Если даже в течение месяца ты был активен, максимально активен, но это не принесло тебе никаких результатов, **НЕ ОСТАНАВЛИВАЙСЯ!** Двигайся дальше, постоянно.

Произойдет **эффект наполняющегося сосуда**. Ты наливаешь, заливаешь воду, сосуд заполняется, но при взгляде сверху этого незаметно. Ты продолжаешь наполнять сосуд, и в один момент происходит взрыв! Сосуд переполняется – и вода начинает выплескиваться в разные стороны.

Так же и в инфобизнесе. Ты вкальываешь, вкальываешь – но ничего не происходит, никаких изменений. Но потом начинается рост продаж, и миллион делается буквально за пару дней. Некоторые читатели этой книги меня прекрасно поймут :)

Фактор второй. Не тормозим. Очень часто у новичков наблюдается такая картина. Делает он сайт, рассылку, книгу и пытается **вылизать** все до конца. Вылизывает, правит, но так и не запускает проект.

Прекрати заниматься доведением дел до **идеального состояния!** Никогда у тебя не будет ИДЕАЛЬНОГО продукта. Чтобы можно было запустить что-либо на рынок, достаточно оценить его на четверку! Не нужно делать все на 5+. Подправить и доделать ты сможешь потом. Запускай проект – и продолжай работать дальше. Не делай **идеальные вещи**, все равно это никогда не получится.

Фактор третий. Доводи проект до конца. Обычно люди берутся за какой-нибудь проект и глохнут где-то в середине его реализации. Из своего опыта скажу, что был и у меня момент, когда я запускал нишевой продукт в одной очень интересной нише где-то четыре месяца. Хотя фактически продукт можно было сделать за пару дней!

После этого случая меня то и кликнуло: что если берешься за какой-нибудь проект, то довести его нужно до конца. Не отвлекайся на чтение, не отвлекайся на другие проекты. **Взялся – ДОВЕДИ ДО КОНЦА.**

Надеюсь, ты успешно применишь данные три фактора!

ПРАВИЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К РАБОТЕ

В любом деле, неважно, создаешь ли ты бизнес или строишь отношения, всегда есть три этапа. Чтобы добиться успеха, правильно действуй в их рамках.

Первый этап. Делай много, делай быстро! Например, ты решил открыть бизнес, раскрутить его, стать богатым, успешным и знаменитым. На этом этапе не нужно быть перфекционистом, делать все на пятерку. Выкинь комплекс отличника. Пусть будет сделано хотя бы на четверку – но сделано! Выполняй много, очень много дел. Составь план и работай по всем фронтам. Это начальный этап любого проекта – сей семена во все стороны! Удобряй и взращивать будешь потом.

Второй этап. Автоматизируй процесс. Во втором этапе ты переходишь от хаотичных действий к отлаженной системе, в которой все будет максимально автоматизировано. Если в твоём бизнесе могут быть задействованы машины и роботы – прекрасно. Например, если на начальном этапе оплата принималась наличкой, то теперь ты должен внедрить сервис, который будет принимать платежи. Допустим, на первом этапе ты упаковывал дома товары для

клиентов и сам их отправлял, то теперь это должны делать либо сотрудники, либо специальная фирма. Что-то делегируй, что-то отдавай на аутсорсинг — главное, выстрой систему, которая будет работать независимо от тебя.

Но тут есть еще один важный момент — ты должен **определить свою ключевую компетенцию**. Определи, чем лично ты будешь заниматься в своем деле: найди то, что тебе нравится в проекте больше всего, то, что лучше всего получается. Сосредоточься именно на этом. Ведь все люди разные. Кто-то отличный технарь, кто-то прекрасно пишет книги, кто-то умеет налаживать связи и контакты. Делай то, что приносит тебе удовольствие, а все остальное должно делать система, в которую включены другие люди. А ты — выходи из рутины!

Третий этап. Переходи к великому. Теперь, когда система полностью отлажена и работает, по сути, без твоего участия, а ты занимаешься лишь тем, что приносит радость, переходи к главному. К великому! Теперь ты должен делать все даже не на пятерку. Твоя задача — создавать шедевры.

Возможно, это звучит пафосно, но это действительно так. На этом этапе бизнеса ты не занимаешься рутинными процессами. Твое поле деятельности — творчество и созидание. Твои шедевры будут менять этот мир. Ты сам почувствуешь это, когда люди к тебе потянутся, ты ощутишь, что создаешь что-то мега-крутое. Тогда у тебя появятся новые ресурсы. Если у тебя была ничем не приметная фирма, одна из миллиона, то на этом этапе она превратится в великую компанию. Но и тебе нельзя расслабляться — на этом этапе придется все делать не на пятерку, а на десятку. Вот тогда тебя ждет ошеломительный успех.

ФИШКИ – КАСТЫ – ПРОДУКТЫ

Ко мне на почту постоянно приходят вопросы такого рода: «Как сделать продукты, как написать свою книгу, как сделать свой тренинг / диск, семинар?»

Сейчас я поделюсь своим способом создания подобных продуктов. Это то, что я использую в своей практике, и меня это никогда не подводит.

Эта система – метод, как создавать свою информацию. Здесь будет больше психологии, методологии.

Как сказал известный практический психолог: «В психологии нет мелочей!»

Корректирую немного фразу: *«Мелочи не имеют решающего значения. Они решают все!»* Каждая деталь твоего бизнеса, каждая мелочь – все это важно. Это тонкая психология!

ФИШКА

Фишка – важная деталь, основанная на мелочах. Фишка – узкоспециализированная законченная мысль.

Использование одной фишки в бизнесе делает результат куда качественнее. А что, если использовать несколько фишек?

Уходит много времени, чтобы создать какую-нибудь фишку. Если прочитать десятки книг и вытащить для себя оттуда пару фишек и идей — это **отличный результат!**

Я могу прочитать книгу на 500 страниц и осознать всего лишь одну фишку. Но именно эта фишка **реально** увеличивала мои результаты. Цени фишки! Мелочи решают все.

Как мы можем использовать фишки в нашем инфобизнесе? Легко и просто.

С понятием **фишка** мы уже разобрались. Это кусочек законченной узкоспециализированной информации по любой теме. Лично я специализируюсь на бизнес-фишках, так как это направление моей деятельности.

Фишки сами по себе не являются чем-то важным или решающим, это мелкие блоки, которые увеличивают общую эффективность. Несколько фишек — и готов один блок.

Давай рассмотрим примеры.

Допустим, есть реальный инфобизнес Васи Пупкина, который весело и беззаботно продает информацию о том, как быстро вырезать трусы из футболок. Бизнес у него достаточно прибыльный, но он иногда использует мелкие фишки, которые позволяют его бизнесу выжимать куда большие результаты, нежели обычно.

Он составляет письмо подписчикам (e-mail-маркетинг). Сначала идет текст письма, внизу есть постскрипtum такого содержания: «P. S. Уважаемые подписчики Васи Пупкина, так как это письмо я отправлял сегодня ночью, потому что был веселый, то держите от меня бонус — *„ссылка на бо-*

нус“, но этот бонус никто, кроме вас, скачивать не должен! Да и провисит он на моем, Пупкином, сервере ровно два дня, а дальше он волшебным образом удалится».

Народ скачивает бонус и видит, что Вася между делом разместил рекламу своего мега-тренинга о том, как сделать пару джемперов из зимней шубы Деда Мороза, да и то со скидкой!

Какие фишки использовал Вася Пупкин?

1) Он говорит, что отправлял это письмо сегодня ночью, потому что был безумно рад по неким причинам. Используется социальное раскрепощение, как я это назвал. *Это фишка на эмоциональную связь.*

2) Он использует в своем письме P. S. (*копирайтерская фишка*).

3) В этом P. S. он говорит, что нельзя давать ссылки другим лицам и что скоро удалит все, что он там сделал (*фишка – триггер запрета, эксклюзивности*).

4) Рекламирует в своем бонусе свой тренинг о том, как сделать пару джемперов из зимней шубы Деда Мороза (*скрытая реклама через бонус – это фишка*).

Если подумать, подобных мелочей, фишек может быть огромное множество. Ты можешь большинство из них применять даже неосознанно, но наша цель – выявить такие фишки в своей деятельности и научиться их отличать. Мы будем их использовать для продажи.

Пара фишек – каст

Когда мы собираем коллекцию из нескольких фишек, их можно объединить в более физическую и потребительскую форму.

Берем ТРИ узкоспециализированные фишки и делаем ОДИН скайп или аудиокаст.

Мы рассказываем в этом касте об этих трех фишках **полностью**. Это значит, мы объясняем, как они были созданы, как их можно и нужно применять, где они будут эффективны, как внедрить их в свою деятельность. Обязательно рассказываем истории, связанные с этими тремя фишками, и отвечаем на вопросы слушателей.

В итоге наговариваем от 20 минут до часа, и вот у нас есть уже **аудиокаст**, который можно публиковать в Интернете в виде контента.

Есть еще плюсы. Не обязательно делать аудиолекции по этим фишкам. Можно составить текстовую статью. Раскрывай в статье максимум одну-три фишки. Больше трех фишек в одной статье раскрывать нельзя, потому что усваиваемость материала будет хуже.

Ты можешь оформить эти одну-три фишки в любой формат: аудиокаст, текст, видео и т. д.

Ценность фишек — скорее, психологический фактор. У меня это работает, мне это нравится, это эффективно. При правильном понимании это будет работать и у тебя.

Пара кастов — продукт

Вот это — самая интересная часть. Когда ты сделаешь уже несколько таких кастов, текстов, видео, чего угодно, можно все это оформить в виде какого-либо продукта.

Это может быть **книга** — сборник статей, **аудиопродукт** — сборник твоих кастов, **видеокурс** — обучающий фильм. Также можно сделать **«коробку»** — систему обучающих продуктов, куда войдут и текстовые материалы (кни-

га), и аудиолекции, и видео, и все, что угодно. Чем больше будет материалов, тем лучше, — соответственно, и цену можно назначать за это совершенство куда выше. Именно таким способом я создаю продукцию и контент.

ОСНОВЫ ИНФО-БИЗНЕСА

Что же такое инфобизнес? Это продажа информации, своего опыта, навыков и знаний через Интернет. Это то, чему ты можешь научить большое количество людей, и получать за это деньги.

В последние годы в России появилось огромное количество интернет-пользователей, и сейчас даже в самых глухих деревнях, в глубоких закоулках нашей страны людям доступен высокоскоростной, доступный, качественный Интернет.

Люди приходят в Интернет с разными целями. Они общаются в соцсетях, скачивают фильмы и книги, читают форумы. Но многие грамотные люди понимают, что Интернет – это не только пользовательская среда, но и место, где можно с большой выгодой делать покупки, находить полезную информацию, которую можно применять на практике.

Инфобизнес является той темой, которая предоставляется людям информацию, необходимую для их жизни.

На Западе все знают, что такое инфобизнес. Если там заселяется новый дом, будьте уверены – половина жителей соприкоснулись с инфобизнесом. Все когда-нибудь покупали какие-нибудь диски, курсы, тренинги, семинары через Интернет. За рубежом это такое же нормальное явление, как купить хлеб и молоко в магазине.

В России это пока не так популярно. При слове «инфобизнес» многие начинают округлять глаза и расспрашивать: «А что это такое? Как это вообще сделать? Как зарабатывать?»

Я исхожу из того, что ты тоже новичок в инфобизнесе и не такой продвинутый пользователь, который уже покупал какие-то инфотовары через Интернет. Уверен, что рано или поздно в нашей стране наступит такой же пик развития инфобизнеса, как на Западе. Поэтому, если уже сейчас ты начнешь применять те знания и методики, которые есть в Рунете, ты сможешь зарабатывать деньги, тогда как другие к этому рынку будут только прицениваться.

Инфобизнес – это упаковка и продажа информации.

На данный момент самые продвинутые люди, которые начали заниматься инфобизнесом год или два назад, уже зарабатывают миллионы рублей буквально за 24 часа, делая релизы, и стабильно получают по 10–20 тысяч долларов в месяц. В России эти цифры действительно актуальны. Я и сам уже являюсь продвинутым инфобизнесменом и создал обширную площадку, о которой впоследствии тебе расскажу.

У тебя наверняка возник логичный вопрос: а что продавать в Интернете? Давай разберемся.

Первое. Книги. В Интернете можно продавать книги. Конечно же, ты заглядываешь в книжные магазины и знаешь, что такое библиотека. Но если раньше книгу можно было купить только с прилавка, то сейчас их реально приобрести через Интернет. Это вполне нормальная практика. Существуют крупные магазины, продающие книги, например OZON.ru. Многие издательства открывают свои интернет-магазины, через которые реализуют книг даже больше, чем они продают через офлайн-точки. Может быть, ты

и сам заказывал книги через Интернет. Соцопрос, который проводился в России, показал, что именно книги занимают первое место среди всех продаж в Интернете. Это очень круто, это радует, так как книги относятся к азам инфобизнеса.

Второе. Инфопродукты. Это то, что является базой инфобизнеса. Инфопродукты — это обучающие курсы, видеотренинги, которые решают какие-то проблемы, которые есть у клиентов. Наверняка ты уже видел какие-то курсы по бизнесу: как заработать в сети Интернет, как создать свой интернет-магазин, как построить дом своей мечты, как путешествовать, как похудеть, как накачать мышечную массу, как увеличить бюст, как выйти замуж... Инфопродукты помогают в решении всех вопросов, какие только может задать человек, и на этой теме делается огромный инфобизнес. Сейчас в России семимильными шагами развивается рынок, где продаются инфопродукты. Пока они еще уступают книгам, но, я думаю, в будущем их обгонят.

Третье. Живые семинары и тренинги. Наверняка ты побывал хотя бы на одном тренинге или семинаре — на учебе или на работе, когда какой-нибудь гуру-специалист обучает навыкам или читает лекцию. По сути, сам процесс обучения в школах, ссузах, вузах состоит из тех самых живых семинаров.

Тренинги — это те же самые семинары, только они более акцентированы на практику. Сейчас это тоже очень развитая ниша. Существует огромное количество проектов, которые реализуют тренинговые и консалтинговые центры. Это очень перспективное направление, потому что через живые семинары и тренинги можно делать достаточно большие деньги.

Четвертое. Коучинги. Западный термин «коучинг» означает индивидуальное обучение. Возможны и групповые коучинги для четырех-семи человек, но чаще всего ментор занимается с тобой один на один. Эти персональные занятия позволяют достичь каких-то навыков, скиллов, определенных результатов. Важно, что все ты будешь делать сам. Коуч просто подсказывает тебе, отвечает на вопросы, дает рекомендации. По сути, это индивидуальное наставничество. Коучинг – отдельный вид бизнеса, он продается дорого – от тысячи долларов. За такие вещи платят очень много денег.

Пятое. Консалтинг. Консалтинг развит в инфобизнесе в таких нишах, которые называются b2b – то есть бизнес ради бизнеса. Например, кто-то говорит тебе: «Я умею продавать. Предлагаю консалтинг: мы сделаем полный спектр работ, и к вам придут клиенты. За это надо заплатить триста тысяч рублей». Существует большое количество консалтинговых фирм, особенно это развито в сфере экономики, предпринимательства, то есть в сферах, где крутятся большие деньги. В инфобизнесе консалтинг еще не так развит, но постепенно и он развивается. Это хорошая перспективная ниша, которую тебе тоже нужно осваивать.

Шестое. Телесеминары. Лектор в видеорежиме обучает слушателей, предлагает выполнить упражнения, рассказывает о своем опыте. На западе видеообучение практикуется очень широко, постепенно оно входит и в российские реалии. На этом тоже можно зарабатывать хорошие деньги.

Седьмое. Сервисные услуги. Ты предоставляешь клиентам или компаниям сервисы или услуги. По сути, это тоже инфобизнес, вариант «консалтинг – коучинг». В этом слу-

чае клиентам предоставляется конкретное решение проблемы или помощь в создании проекта. Это тоже своего рода инфобизнес.

Восьмое. Вебинары. Это база инфобизнеса. Вебинар — это живой семинар или тренинг, который ты ведешь онлайн через специальную площадку. Ты говоришь — и люди тебя слышат, задают вопросы, а ты на них отвечаешь. Вебинары развиваются мощными темпами — практически каждый инфобизнесмен в России знает, что это такое. Многие провели свои вебинары через Интернет и заработали на этом деньги. Если года два-три назад продать вебинары было достаточно сложно, это был новый продукт, то теперь вебинары реализуются так же хорошо, как и другие инфопродукты.

Появились актуальные технологии, как сделать вебинары, как их продавать. Считаю, что вебинар — лучший способ зарабатывать в сети Интернет, это быстро и не требует никаких расходов. Это идеальный вариант для того, чтобы стартовать в Интернете, не вложив в это ни копейки.

Каковы преимущества вебинаров?

Первое. Минимальные технические требования. Тебе не нужна супернавороченная аппаратура, крутой компьютер или что-то еще, не обязательно иметь профессиональную камеру. Тебе понадобятся только компьютер или ноутбук с выходом в Интернет, веб-камера и микрофон. Вот и все!

Второе. Мобильность. Большой плюс вебинаров в том, что ты можешь вести его из любой точки: из своей квартиры, кафешки, из другого города или другой страны. Поедешь в Антарктиду — проведи вебинар, если там есть Интернет. Очень мобильная вещь!

Третье. Минимальные сроки. Чтобы создать информационный продукт, который ты хочешь продавать через Интернет, уходит достаточно много времени и сил. Это серьезный процесс, который может растянуться и на месяц, и дольше. Вебинар ты можешь сделать буквально за вечер: только продумай план, объяви о том, что набирается группа для вебинара, — и проведи его. Это большой плюс!

Вебинары подталкивают тебя к действию. Если ты делаешь инфопродукт долго, затягиваешь с этим, откладываешь из-за лени или еще каких-то надуманных причин, то от вебинара ты откажешься, так как там задействованы другие люди и твоя репутация. Если объявил вебинар — хочешь — не хочешь, а проведи. После вебинара ты делаешь аудиокасты, которые хорошо упакуешь в свой инфопродукт и тоже продашь.

Четвертое. Быстрые деньги. Если тебе нужны деньги очень быстро, то вебинары — это наилучший способ. Представь: ты хочешь зарабатывать деньги в Интернете, но тебе нужно сделать продукт, рассылку, продумать маркетинг и все упаковать. Это отнимет много времени, денег, ресурсов, если работать качественно. С вебинарами все очень просто. Ты делаешь тезисы, сам вебинар, запускаешь его — и вот уже есть клиенты, которые оплачивают и вписываются в него. Все происходит так быстро, что за неделю можно уже заработать какое-то состояние.

Тем, у кого есть какие-то социальные контакты уже сейчас, можно при помощи вебинаров заработать достаточно серьезные суммы.

Пятое. Упаковка. Вебинары классно упаковываются в инфопродукты. Есть специальные фишки, методики, как сделать из вебинаров качественный инфопродукт, который будут покупать еще лучше, чем сам вебинар.

Шестое. Групповая динамика. Когда человек купил инфопродукт с обучающими материалами, он предоставлен самому себе. Есть шанс, что он вообще ничего больше не будет делать, не станет внедрять рекомендации в жизнь. По статистике, только два процента людей внедряют в практику такие советы. С вебинарами так не получится. Здесь действует принцип групповой динамики — есть чат, где люди могут общаться. Участники вебинаров прекрасно видят, как действуют другие, каких результатов добиваются. Если этим правильно управлять, то можно достичь очень многого. Вебинары прекрасно мотивируют, а ты сможешь гордиться отличными результатами своих клиентов.

Седьмое. Максимальное доверие. Ты вещаешь в режиме онлайн — а это совсем не то же самое, что видеть запись. Если тебе задают вопрос, а ты на него отвечаешь — так создается атмосфера доверия. Ты — здесь, на экране, ты настоящий, ты существуешь! Ты управляешь людьми — они начинают выполнять то, что ты просишь. Потом тебе будет гораздо легче продавать другие услуги или продукты.

Преимуществ вебинаров очень много, **но есть у них и недостатки**, и сложности, о которых тоже надо сказать.

Жесткое расписание. Если ты дал обещание, что вебинар стартует такого-то числа в такое-то время, то тебе уже не отвертеться от этого, даже если возникнут срочные дела. Расписания всегда надо придерживаться. Я не считаю, кстати, это недостатком. Это не минус, а плюс. Так ты и сам научишься преодолевать лень, бороться с тупым времяпрепровождением в Интернете. Вместо этого ты будешь делать какие-то шаги, которые приведут к заработку. Только для людей с крайне загруженным

графиком такие условия могут показаться слишком сложными.

Необязательность клиентов. Не надо думать, что все, кто записался к тебе на вебинар, обязательно придут. Кто-то работает, у кого-то появились неотложные обстоятельства, кто-то не смог выделить окно в расписании. Иногда не совпадают часовые пояса. Поэтому учитывай нюанс, что не все записавшиеся смогут слушать твой каст в режиме онлайн.

Вебинар – это не класс, где ученики обязаны выполнять все указания строгого педагога. Будь готов к тому, что некоторые станут игнорировать твои задания и предложения. Ведь большинство людей привыкло качать ногой и ничего не делать. Но не надо на них обижаться и тем более прогонять. Они заплатили, пришли, слушают – вот и о'кей.

Проблемы с голосом и внешностью. Чтобы вести вебинар, тебе нужны более-менее хорошие навыки риторики и качественно поставленный голос. Если ты начнешь бзгать, мзкать, будешь сбиваться и мямлить, то народ обязательно скажет: «Да что это за фигня вообще? И этому чуваку мы должны доверять?!» Ты должен вести людей за собой, быть человеком харизматичным. Работай над внешностью, работай над голосом.

Но здесь есть и такая фишка – 99% людей, которые ведут семинары, не нравится их голос. Все достигается тренировками! Слушай себя в записи, смотри видео, исправляй косяки, которые не допускай в следующих кастах. Когда ты проведешь пять вебинаров и посмотришь, как был организован первый видеосеминар, ты удивишься – на экране будет вещать совсем другой человек. Нарбатывается опыт, становится тверже голос, уходят комплексы – и с каждым разом ты вещаешь все лучше и лучше.

Я когда проводил первый вебинар, это был конкретный п**ец. Я чуть не блевал от своего голоса! Но постепенно к нему привык, голос становится уверенным, и ты учишься говорить правильно, много и без остановки. Этот скилл не врожденный, а приобретенный. Здесь все очень хорошо.

Ты должен преподнести себя как эксперт, которому нужно доверять. Существуют специальные технологии, как развить харизму. Только к настоящему специалисту будут приходиться люди.

Учитывая все плюсы и минусы вебинаров, мы должны признать, что это лучший инструмент для ведения инфобизнеса из всех, которые существуют. Все успешные инфобизнесмены используют вебинары, чтобы продавать свои инфопродукты. По сути, они являются самыми богатыми бизнесменами. Поэтому бери три предмета: ноутбук, веб-камеру и микрофон — и действуй! Это гораздо лучше, чем пахать на работе за двадцать тысяч рублей. Если ты применишь рекомендации, научишься продавать и упаковывать, то уже через пару месяцев сможешь выйти на доход в 5–10 тысяч долларов в месяц.

Рано или поздно ты станешь мастером своего дела — экспертом. Эксперт — это тот человек, которому готовы платить деньги за то, чтобы он просто пришел и что-то рассказал. Вебинарами ты убиваешь сразу не двух, а множество зайцев. Это лучший способ заработка в Сети. Реклама, хайпы, форексы-шморексы, фриланс — это все фигня по сравнению с вебинарами. Это уникальный инструмент, которым ты должен воспользоваться.

КАК СОСТАВИТЬ ПЛАН ВЕБИНАРА

Ты уже убедился, что вебинар – самый действенный инструмент инфобизнеса. Я расскажу тебе, как составить план твоего будущего вебинара, который ты проведешь в сети Интернет, заработав первые деньги и первый опыт.

Существует несколько типов вебинаров: семинары, тренинги, аудио- или видеокасты. Есть, конечно, и другие виды: всевозможные мастер-группы, флешмобы, коучинги. Но мы сделаем акцент на тренингах.

Что такое тренинг? Это обучающее мероприятие, где мы требуем от слушателей выполнения заданий, прокачиваем их навыки, добиваемся результатов.

Перед тобой встанет очень важный вопрос – **как донести информацию до слушателей?** Проблема состоит в том, что большинство людей, пришедших на твой вебинар или тренинг, банально не будут тебя слушать и информация пройдет мимо них. Некоторые слушают десять минут и сваливают с вебинара. Я и сам иногда уходил со скучных и тупых вебинаров, где нет никакой конкретики, а только вода. Я просто не мог слушать тот бред, который там несли. Если тренер не умеет нормально

коммуницировать, общаться с аудиторией и преподавать, кому интересно то, что он говорит?

На этот случай я разработал **авторскую формулу**, которая сокращенно называется **ИПУЭ – Информация. Пример. Упражнение. Эмоция**.

Эта формула появилась у меня во время проведения живых семинаров и тренингов. Во время первого семинара я выдал кучу информации, но народ меня просто-напросто не слушал, а на следующий день все напрочь забыли, о чем я рассказывал. Тогда я понял, что материал нужно структурировать так, чтобы грамотно донести информацию. Тогда и появилась эта формула – ИПУЭ. Она разрабатывалась полгода. После шести месяцев тестов и экспериментов я все-таки ее создал, и работает она просто убойно.

Такого ты в Рунете не встретишь! Это та самая практическая риторика, которую преподают специалисты во время семинаров и тренингов.

Теперь я расшифрую свою уникальную формулу.

Информация. Ты ведешь вебинар и вначале выдаешь лишь маленький блок информации по сугубо узкой теме. Это информация, теория, которую ты предоставляешь.

Пример. После информации нужно расписать какой-то пример, объяснить, где эта информация уже применялась. Как показывает практика, люди лучше всего учатся на примерах. Это яркая иллюстрация к теории.

Упражнение. Представив материал, дай слушателям короткое упражнение, чтобы они закрепили полученные знания. Это позволит зафиксировать их, воплотить в практике. Только если человек что-то делает сам, он не растеряет полученную информацию.

Эмоция. Чтобы все это работало, подкрепи материал эмоцией. Можно банально выдать гору информации, предлагать упражнения, но человек перегрузится и перестанет все это воспринимать. Он будет тупо втыкать в монитор и ничего не соображать. Чтобы не создавать перегруза, включи эмоцию, причем неважно, позитивную или негативную. Ты можешь, например, пошутить, рассказать что-то эмоционально или вставить негативный комментарий, подколоть, посмеяться. Лучший пример эмоции – это стеб. Причем не учеников нужно стесать – нет! Нужен любой стеб над материалом, над тем, что вообще происходит. Можешь пошутить над собой – это тоже клево работает. Но все в меру, конечно. Когда ты подаешь эмоцию, в голове у человека происходит эмоциональная разрядка и он хорошо усваивает материал.

Если придерживаться этой формулы при проведении семинаров, тренингов, вебинаров в офлайне и в онлайн, то ты прекрасно сможешь донести информацию до слушателей без ненужных и сложных знаний в риторике.

Делай акцент на фишки. В твоём тренинге или вебинаре должно быть две-три работающие фишки по твоей теме – такие, чтобы клиент смог применить их здесь и сейчас. Не надо много часов лить теорию – найди фишки, приведи примеры, дай упражнения, подкрепи эмоциями – и получится отличный каст на 20–30 минут. Важно, чтобы полученные знания клиент смог применить на практике. Не давай заданий, которые слушатели никогда в жизни не используют.

Например, автор проводит тренинг по бизнесу и говорит: «В течение трех месяцев вы должны заработать миллион!» Но как он это сделает? Не надо гарантировать мощного результата в короткий промежуток времени, но дай обещание, что если он внедрит фишки, у него все получится. Здесь рулит минимализм.

Технология проведения вебинаров. Тебя, конечно, интересует, каковы должны быть технические стороны вебинара: как их проводить, сколько, как долго, когда? Расскажу тебе об этом.

Правильное время. Вебинары, которые ты продаешь, желательно проводить после 19.00. Почему? Большинство людей к 9 утра идет на работу и приходит домой уже после 18-ти. Им нужно поужинать, решить какие-то вопросы, а уж потом сесть перед монитором. Поэтому идеальное время для вебинаров – 10–11 часов вечера. В это время каждый может выделить часок для получения новых знаний.

Никогда не назначай вебинары на утренние или дневные часы – у тебя просто не будет слушателей. Не проводи их до 19-ти – люди не найдут на него время.

Один каст – одна тема. Не нужно пытаться охватить в одном касте тысячу тем, которые ты знаешь. Лучше сделай тысячу кастов! Чем больше тем ты раскрываешь во время вебинара, тем сложнее твоему клиенту применить знания на практике. Учитывай это! Чем меньше ты даешь информации, тем больше шансов, что слушатель ее применит.

Продолжительность вебинара. Я рекомендую делать вебинары от 20 минут до часа. Почему нельзя делать их меньше двадцати минут? Потому что человек останется неудовлетворенным такой информацией. Только зашел – а тут уже пора выходить. Я тестировал и такой вариант, проводил вебинары на пять минут – и получал очень плохие отзывы. Поэтому я считаю, что идеальное время для вебинара – 35–40 минут. Это отлично ложится: человек не успевает устать и впитывает всю информацию.

Если же ты начнешь разглагольствовать больше часа, люди просто устанут тебя слушать.

Продолжительность тренинга. Если ты решишь сделать свой тренинг, рассчитывай его минимум на неделю. Не нужно пытаться уложиться в два-три дня. Это уже не тренинг получится, а мини-семинар, совсем другой формат.

Две-три недели – это оптимально для тренинга. Если задумывать его больше, чем на 21 день, клиенту будет сложно, он его просто-напросто не осилит.

Продолжительность семинара. Семинар должен продолжаться около двух часов. Если у тебя больше информации, лучше разбить ее на несколько дней. Например, ты сделаешь семинар, который будет длиться три дня, и ты каждый день будешь вещать по полтора часа. Не перегружай людей информацией, лучше сотвори пару кастов, где ты будешь бодренький-свеженький, а клиенты станут тебя слушать.

Вещать больше часа очень сложно и для твоих голосовых связок, и для морального состояния слушателей. Да, я делал двух-трехчасовые семинары, под конец просто выдыхаешься, пропадает голос.

Структура вещания. Начни, конечно, с **приветствия**. Примерно так: «Здравствуй! Меня зовут Азат Валеев, сегодня у нас тренинг такой-то, мы раскроем такие-то цели, будем заниматься тем-то, на вопросы я отвечу тогда-то, и мы вместе сделаем вот что».

После приветствия начинается **работа с аудиторией**. Спроси: «Слышно ли меня? Как настроение? Чем занимались? Какие у вас есть вопросы?» С аудиторией необходимо взаимодействовать, потому что иначе она просто-напросто отвалится. Людей нужно как-то подбадривать,

чтобы они не только слушали, но и записывали и как-то с тобой общались. Так создается эффект доверия, это очень важно для того, чтобы твои тренинги и вебинары пользовались успехом.

Дальше веди **тренинг по формуле ИПУЭ**. По этой технологии ты выдаешь материал, используя фишкование, и после окончания каста предлагаешь выполнить домашнее задание. Задания особенно актуальны на тренингах, но даже на семинарах и кастах я обычно предлагаю выполнить какие-то практические упражнения для закрепления материала. Пусть человек применит полученные знания на практике и порадуетя первым результатами.

Затем начинается этап **ответов на вопросы**. Наверняка они уже накопились у твоих слушателей. Если ты будешь отвлекаться на ответы во время вещания, столкнешься со сложностями, можешь сбиться с основной мысли, а это не совсем хорошо – вот так дергано освещать тему. Но если в вебинаре присутствуют некоторые элементы хаоса – это даже неплохо. В этом и привлекательность вебинаров – они звучат живо. Когда ты выдаешь материал по определенной структуре, это звучит скучно и банально. А здесь все меняется, все динамично: ответил на вопрос – ушел в одну тему, потом в другую – о которой попросили слушатели. Все это на самом деле создает классное доверие. И отлично продается!

Советую разработать структуру вебинара в замечательной программе, которая называется Mindjet MindManager. Ее можно скачать в Интернете, есть и множество аналогов. В центре пишешь название тренинга, затем составляешь блоки и разбиваешь их по дням. Ты определишь, какую часть информации в какой день ты представишь, и создаешь таким образом **мозговую карту твоего тренинга**.

Такую же мозговую карту ты можешь нарисовать в тетради. Часто я беру простые альбомные листы и рисую планы семинаров и тренингов. Этим можно заниматься не он-

лайн, не используя компьютер, а просто сесть за стол и в тишине разобраться с планами. Иногда ведь хочется отвлечься от монитора!

Создав структуру вебинара и используя все знания, которые я тебе дал, ты сможешь проводить классные обучающие вебинары и зарабатывать деньги. Уверен, что эта информация тебе пригодится.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МОМЕНТЫ ИНФО- БИЗНЕСА

Я часто сталкиваюсь с тем, что при всей талантливости начинающих инфобизнесменов, при актуальности тем, которые они освещают, дело их быстро останавливается.

Человек может круто разбираться в технических, творческих, организационных вещах, но психологические барьеры не дают ему раскрыться. Почему? Потому что главный наш враг — это мы сами! Преодолев себя, мы открываем путь на вершину.

Чтобы грамотно действовать в инфобизнесе, нужно прорабатывать страхи, комплексы, пересматривать свои убеждения. Некоторые вещи нужно просто выкинуть из головы! Об этих психологических моментах я тебе расскажу.

Первый момент. «Я не знаю, о чем говорить». Вот такая классическая отмазка! В 90% случаев это означает вот что: «Я прожил двадцать (тридцать, сорок, пятьдесят...) лет, ничего в этой жизни не понял. Я ужасно глупый, поэтому не сумею обучать». Но если ты хочешь, то сможешь найти свою тему! Проанализируй ниши, изучи книги, статьи, ви-

деоматериалы. За три месяца реально стать экспертом в любой нише!

Кроме того, я не верю, что ты совсем уж ничего не знаешь. У тебя все равно есть какой-то жизненный опыт! Может быть, в детстве ты чинил велосипеды. Возможно, ты круто печешь пироги или занимаешься экстремальными видами спорта — например катаешься на сноуборде. Большинство людей получили специальность в вузах — кто-то мастер по психологии, кто-то — по программированию. Кстати, я сам мастер программного обеспечения и профессионального обучения, знаю основы педагогики и компьютерных технологий. Поэтому у меня уже есть две классные темы для нового инфобизнеса. И таких тем у каждого найдется достаточно!

Любишь танцы, увлекаешься плаванием, круто собираешь пазлы, наконец? Из всего можно сделать инфобизнес! Главное — найти проблему и помочь людям ее решить.

Кто-то отлично рисует — чем не инфобизнес? Кто-то разбирается в породах кошек — тоже инфобизнес! Главное — включи голову, а раскрыть можно любую тему.

Второй момент. «Я не умею красиво говорить». Если ты что-то лепечешь про то, что не умеешь хорошо говорить на вебинарах, я с тобой не соглашусь — это тоже отмазка. Просто к вебинару нужно тщательно готовиться. Имеются технологии, которые учат составить план, тезисы, продумать ответы на возможные вопросы. Распиши тезисы на пару страниц, выдели главные мысли — и ты, поверь мне, уже не заткнешься. Немного шарить в этой теме — значит, сможешь вещать.

Третий момент. «Я стесняюсь общаться с людьми». Ну что, бывает. Я тоже раньше стеснялся. Но тут надо понять простую вещь: людям, которые сидят дома и стесняются, жизнь не дает ничего. Если ты хочешь чего-то добиться,

тебе придется показывать себя, коммуницировать, продавать. Развивай этот навык и закинь свою стеснительность куда подальше. Запомни: в инфобизнесе, как и в любом другом бизнесе, побеждает не тот, кто стесняется, а тот, кто действует и идет наперекор всему обществу. Забудь про стеснение и ложную скромность (ни фига она никого не украшает!), развивай в себе раскрепощенность, укрепляй голос, учись навыкам общения. Ты должен быть человеком, с которым приятно общаться. Даже если ты интроверт и тебе это сложно, ты должен победить себя. Вначале ты будешь испытывать сильный дискомфорт, но потом зона комфорта начнет расширяться. Ты сам удивишься, что боялся выйти на публику. Гуру бизнеса Ден Кеннеди сказал гениальную фразу: «Если ты на один процент умнее тех людей, которых собираешься обучать, ты уже можешь преподавать».

Есть еще один нюанс: когда ты обучаешь чему-то других, ты сам становишься экспертом в этой области. Лучший способ научиться чему-то — обучать. Не зря же учителя шутят: «Я тебе так объяснял, что сам уже понял». Это аксиома, которая реально работает. Прыгай с головой в свою нишу — а там уже разберешься.

Четвертый момент. «Люди будут смеяться надо мной».

Нет! Люди будут над тобой смеяться, если ты ничего не будешь делать. А если ты грамотно предоставишь какой-то материал по определенным технологиям, то люди будут тебя уважать и говорить «спасибо». Ты просто офигеешь от того, что люди, после того как ты проведешь первый семинар, будут писать тебе: «Спасибо огромное! Вы очень сильно помогли!»

Это нормально. Это взаимоуважение. Если ты даешь что-то полезное, то люди тоже что-то дадут тебе взамен. Никто над тобой не посмеется — разве что ты будешь трепать языком о всякой фигне.

Пятый момент. «У меня фиговый голос». Это одна из самых распространенных ошибок. Существует куча голосовых тренингов, упражнений. Просто найди их в Интернете, изучай, ставь голос. Но на самом деле все это не так важно. Когда ты проведешь пять-десять вебинаров, с каждым разом твой голос будет все лучше, все сильнее, он самому тебе понравится.

После того как проведешь каст, внимательно его послушай. Найди косяки, слова-паразиты, мычания. Выпиши ошибки и повесь над монитором, чтобы не делать их в будущем. Так постепенно ты уберешь косяк за косяком, и все будет хорошо. Я тоже так практиковался.

Шестой момент. «Я не могу продавать свои знания». У многих на продаже стоит психологический барьер. «Как это – брать деньги за знания? У нас в России все это бесплатно можно найти в Интернете. Мне стыдно брать деньги за знания!» Но это всего лишь комплекс. За информацию, которая решает их проблемы, люди готовы платить деньги – ты даже не представляешь, насколько большие. Деньги лежат вокруг – их просто нужно взять. А вебинары – это самый быстрый способ взять эти деньги. Нет ничего проще в построении инфобизнеса, чем вебинары. Это та самая халява, которая приносит доход, и здесь нет никаких сложных нюансов, которые есть в живых семинарах, тренингах, коучингах.

Барьер «Не могу продавать» убирается постепенно. Прими как факт, что люди готовы платить деньги за твои знания и опыт, за то, что ты такой единственный и уникальный.

Седьмой момент. «Моя тема неинтересна людям». А с чего ты взял, что она неинтересна? Если по твоей теме существуют какие-то другие курсы, сайты, значит, народ интересуется!

Ты можешь проверить интерес людей к твоей теме с помощью «Яндекс. Директ». Зайди в «Яндекс», нажми кнопку «директ», затем — подбор слов и введи название своей темы. Ты увидишь, сколько тысяч запросов в месяц люди вводят по твоей тематике. Если больше нескольких тысяч, то уже хорошо — народ интересуется, можешь строить инфобизнес.

Это правило: какую бы тему ты ни выбрал, всегда найдутся люди, которым она будет интересна.

Восьмой момент. «Я не шарю в технических моментах проведения вебинаров». Это вообще не проблема — есть видеоролики, которые это объясняют. Я и сам не раз это растолковывал.

Девятый момент. «Уже существуют вебинары и тренинги по моей теме». Это же наоборот хорошо! Твоя тема пользуется спросом, и ты можешь, не боясь, создавать свою линию, монетизировать это дело, продавать и становиться экспертом.

Почему люди будут покупать именно твои семинары и тренинги? А потому что такой, как ты, единственный. Не существует больше человека с тем же скиллом опытов, навыков, знаний.

Да, есть другие тренинги, есть другие вебинары. Но они преподают совершенно другое. Люди платят не за какую-то информацию, они платят именно за ТВОЮ информацию, чтобы ЭТИ знания прозвучали из твоих уст. Помни о своей уникальности.

Десятый момент: «А если у меня не получится?» Если все же найдешь в себе смелость начать инфобизнес при помощи вебинаров, в любом случае ты получишь много пользы. Если ты будешь просто практиковать вебинары, ты и сам научишься многому.

Первое. Поставишь голос. Это огромный плюс! Он всегда пригодится, даже в общении с девушками. Ты будешь тренироваться и сможешь выступить публично где угодно.

Второе. Сформируется доверие слушателей. Критерий, по которому растут продажи, – доверие. Если люди тебе доверяют, ты сможешь продать все, что угодно. Это ключевое звено в продаже. Так что все получится, если действовать, а не заниматься фигней в Интернете.

Помни: самое важное в инфобизнесе – это не технические моменты, не технологии продаж и не маркетинг. **Самое главное – это победа над собой.** Реши, что ты действительно хочешь этим заниматься, и сделай шаг к победе над своими страхами, комплексами и сомнениями. Брось себе вызов! Ты сможешь зарабатывать реально большие деньги, если преодолеешь себя.

ФИШКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ВЕБИНАРА

Существуют уникальные секреты проведения вебинаров — я называю их фишками. Я объясню тебе, как нужно себя вести, кого поощрять, дрессировать и хвалить, как добиться того, чтобы люди считали тебя харизматичным человеком.

Работай со сложными вопросами. Иногда у слушателей твоего вебинара возникают такие вопросы, которые ставят тебя в тупик. Если возникает такой вопрос, не теряйся. Просто скажи, что на вопросы, которые тебе понравились, ты ответишь в конце каста.

Если же этот вопрос тебе задали не один раз и пропустить его не удастся, то заяви, что эта тема достойна отдельного каста: «Я раскрою его бонусом!» — и назначь определенную дату. После ты изучишь информацию, подготовишься — и дашь компетентный ответ.

Все это достаточно просто. Единственное, нужно полностью контролировать фрейм вебинара. Ты — хозяин, ты проводишь вебинар, так будь королем ситуации! Ты сам устанавливаешь правила. Делай, что хочешь, — это полностью твоя зона ответственности.

Дрессируй аудиторию, чтобы тебя уважали. Это немаловажный момент — дрессировка аудитории! Если кто-то начинает умничать, пререкаться, выпендриваться, как-то пытаться тебя опустить, то сделай такую фишку — просто выгони этого шалуна. Причем сделать это нужно публично! Это — публичная порка. Покажи всем, что есть такой чувак, который слишком много высказывался, — и ты его забанил. Так люди увидят, что ты серьезно настроен и можешь быть строгим с надоедливými людьми. Это не отталкивает, наоборот — создает доверие. Люди признают тебя авторитетом, и никто уже не будет выпендриваться.

Тех людей, которые активно что-то делают, добиваются результата по сравнению с остальными (всегда есть люди, которые вкалывают, но их немного — 1–2 процента), нужно поощрять бонусными кастами.

Скажи: «Люди, которые выполнят мои домашние задания до такого-то числа или покажут результаты к такой-то дате, получают приз — доступ к касту, где я даю эксклюзивную информацию».

Но эта инфа действительно должна быть очень крутой. Ведь ты заявляешь публично, что всего пять человек из группы ее получат. Это станет мотивацией для других, которые пока ничего не делают. А лучшему ученику, который прошел у тебя вебинар, предложи бесплатный коучинг или какой-то подарок. Это тоже немаловажный момент, о котором нужно объявлять заранее. Пусть остальные завидуют — им есть, к чему стремиться!

Создай площадку для общения людей, которые участвуют в твоём вебинаре. Хороший вариант — это создать скайп-чат, где смогут общаться люди, которые познакомились в режиме онлайн. Они будут задавать вопросы, помогать друг другу.

Вот это — атмосфера, вот это — фан!

Именно групповая динамика сильно мотивирует, двигает вперед. Люди видят, что делают другие, и стремятся не отставать.

Пригласи специального гостя. Это поднимает ценность вебинара, и люди начинают больше ценить твой тренинг. Причем не нужно заранее говорить, кого ты приглашаешь (хотя изредка это можно использовать в качестве пиара). Ценность вебинара увеличивается, когда гость появляется спонтанно. Вписавшиеся люди видят гостя – авторитетного, мощного, солидного. Это дает отличные бонусы для тех, кто записан на твой тренинг. Это на самом деле очень круто и классно.

Представь эксклюзивную информацию по смешанной тематике. Смешанные тематики – это, например, тайм-менеджмент, самодисциплина, управление временем, мотивация, физическое развитие, личностный рост и многое другое. Они дополняют твою основную тематику, которую ты предлагаешь в тренинге или касте. Можно сделать даже мини-тренинг – это отлично работает и сильно мотивирует.

Бери отзывы. Отзывы нужно брать на эмоциях, потому что после того, как люди пройдут твой тренинг, через какое-то время они забудут о первых впечатлениях. Суть тренинга останется в памяти, а вот эмоции погаснут. Поэтому отзывы бери сразу же, пока люди не сдулись. Этот косяк допускают многие – просят отзывы позже. Нет, бери их, пока горяченькие!

Отзывы не на эмоциях ты будешь получать, когда у тебя будут серьезные результаты в стратегическом плане. Например, люди прошли длительный тренинг и получили результаты через пару месяцев. Тогда человек с удовольствием даст отзыв – проверено на практике много раз.

Но все-таки я советую воспользоваться первыми эмоциями — это гораздо лучше. Люди могут исчезнуть, а пока они здесь, вместе, на драйве — это очень хорошо.

За отзывы можно поощрять подарками, бонусами, дополнительными кастами. Если ты провел качественный тренинг, а человек дал классный отзыв, ты вручаешь ему еще один подарок. Тогда у него появится еще больше крутых впечатлений.

Измеряй конечные результаты твоих учеников. Результаты, которых они добились, должны быть измеримыми. Если можно пощупать, записать цифры — очень классно. Такие результаты надо пиарить, чтобы набирать новые группы и вести новые тренинги, показать, что твои вебинары работают.

Дополнительно зарабатывай. Продавай коучинги, консалтинги, инфопродукты, услуги, сервисы и многое другое. Продавать это можно скрытно, можно — просто в лоб. Когда ты говоришь: «У меня есть вот такие услуги, можете купить их со скидкой на вебинаре», — это прямая продажа.

Продавать можно скрытно, а пиарить свой коучинг — постоянно. Тот, кто занимается коучингом, зарабатывает в десять раз больше тех, кто только ведет вебинары.

Ты можешь пиарить консалтинг. Как пример консалтинга — я пиарю инфопродукты. Если у людей возникает какая-то проблема, просто говори, что у тебя есть продукт, который ее решит. Также пиарить можно другие сервисы, расширять продажи.

Стань харизматичным. Многих интересует вопрос, как сделать так, чтобы люди тебя запоминали, считали харизматичным, доверяли. Есть строгая форма, которой надо придерживаться, потому что она действительно хорошо работает.

Существуют **три манеры общения**, которые ты можешь применять на вебинарах и кастах.

Первая форма. Строгий папа. Когда ты ведешь вебинар как строгий отец: ты такой крутой, говоришь — как приказываешь, ты очень требовательный, все четко контролируешь, удаляешь тех, кто тебе не нравится. То есть выстраиваешь жесткую дисциплину.

Вторая форма. Добрый друг. Так ты будешь вещать на следующем касте. Это такой позитивный чувак: «Всем привет! Как у вас прошел день? Сегодня у нас будет новая информация — я расскажу вот это и вот это!» Веселись, развлекай людей, поощряй их. Многие инфобизнесмены общаются именно в таком фрейме.

Третья форма. Душевный дядька. Это фрейм человека, который познал жизнь. Говорится в таком стиле: «Знаете, дорогие друзья, сегодня у нас будет очень классный каст, посвященный теме построения вебинаров, инфобизнеса. На самом деле эта тема меня волнует очень серьезно, я занимаюсь ей давно, люблю эту тему...» Что-то в этом роде. Умный вид, гладкие слова. Вещаешь, как глубоко рапортный человек, который рассказывает о своей теме людям.

Работай в трех режимах, переключайся с одного на другой — это и будет твоей харизмой. Люди привыкнут, что ты всегда разный, и они начнут приходить на твои касты не для того чтобы получить информацию, а просто чтобы тебя послушать. Это им в кайф, они получают от этого удовольствие — и на самом деле это круто! Ты сможешь добиться отличного отклика от своей аудитории.

КАК НАЙТИ СЛУШАТЕЛЕЙ ПЕРВОГО ВЕБИНАРА

Ты готовишь первый вебинар или тренинг и очень беспокоишься, что не найдешь ни одного слушателя? Я подскажу тебе, как их отыскать.

Начнем с того, что **вебинары бывают платные и бесплатные**. Бесплатные создаются для того, чтобы обкатать модели, предоставить некоторый полезный контент и установить доверительные отношения между тобой и твоей аудиторией. Платные нужны, чтобы зарабатывать деньги.

Вебинары можно проводить в режиме онлайн или офлайн, когда ты записываешь видео или аудио, а потом предоставляешь запись.

Я советую **первый вебинар делать бесплатным и в формате онлайн**. Так ты сможешь отрабатывать навыки коммуникации, преподавания, оттачивать материал, определять технические нюансы. Это такой тестовый вариант, когда ты пробуешь что-то новое и заодно изучаешь, как это работает.

Согласись, не очень-то корректно допускать много ошибок в платном тренинге. Если же ты накосячишь на бесплатном семинаре, ничего страшного не произойдет – ты не берешь денег и по доброй воле делишься информацией, значит, можешь делать все, что тебе хочется.

Почему же я рекомендую режим онлайн? Потому что это мобилизует тебя, настроит на общение с людьми, даст больше опыта.

Теперь переходим к тому, как же собрать народ.

Если ты в теме инфобизнеса не новичок, советую использовать **готовые пиар-методики**: подписную базу, клиентов, аудиторию. Составь шаблоны писем и отправь их партнерам – они будут пиарить твои вебинары и тренинги, а ты сможешь отстегивать какую-то часть денег с продаж. Я уверен, что многие на это согласятся.

Хорошо работает реклама на крупных тематических порталах, пиар в СМИ, если ты можешь это себе позволить. Но обычно такие вещи годятся для продвинутых инфобизнесменов, а я исхожу из того, что ты еще новичок. Вот мои советы.

Используй социальные сети. Для пиара твоего тренинга или вебинара используй все возможности социальных сетей. Наверняка у тебя есть страница на «ВКонтакте» или в «Одноклассниках», в «Инстаграм» или еще где-то. У тебя имеется определенное количество друзей. Напиши в статусе: «Объявляю набор на тренинг» – обязательно найдутся люди, которые захотят туда попасть.

Заведи твиттер. «Твиттер» – это социальная сеть, где каждый день можно писать свои короткие мысли. Добавь в друзья людей, которые интересуются твоей темой, – ищи их по поиску, по тематике. Не бойся, что кто-то не ответит на твой запрос, – ну и что? Один не добавит в друзья, значит, добавит другой. А среди тех, кто присоединится к твоему кругу, ты спокойно можешь пиарить свой вебинар.

Не гонись за количеством. На первый вебинар тебе не стоит набирать огромное количество народу, ведь ты не собираешься ничего продавать. Твоя задача — просто его провести, поэтому **двадцать человек вполне достаточно.** Не стесняйся сказать всем своим друзьям, что ты начинаешь карьеру инфобизнесмена, проси их пропиарить вебинар. В социальных сетях начнется вирусная волна, ведь у каждого человека есть свой социальный круг. Так и наберутся люди.

Используй метод целевого воздействия. Напиши минимум три статьи по тематике вебинара и размести их на тематических форумах, сайтах, порталах, посвященных твоей теме. Если ты ведешь вебинар по похудению, найди форумы, где обсуждаются эти темы, сделай несколько публикаций и в конце каждой статьи пропиарь свой вебинар. Создай страничку с пиаром вебинара в ЖЖ, в «Фейсбуке» — и народ пойдет! Кидай статьи на все сайты, форумы, тематические порталы — везде, куда дотянется твоя рука. Будь готов, что на многих форумах тебя могут забанить за наглую рекламу, поэтому пытайся дать бесплатный материал — статья должна быть в первую очередь полезной. Но в конце не забудь о ссылочке на твой вебинар — народ все равно туда перейдет, и какая-то часть впишется.

Напиши мини-книгу. Это может быть альтернативный вариант статье — мини-книга на 10–20 страниц, отчет по твоему вопросу. Размести его также на тематических форумах и порталах, а в конце снова расскажи о задуманном вебинаре. Укажи тему и дату вебинара, сообщи, что доступ к нему бесплатный. Но если это книга, не назначай вебинар на следующий день. Назначь его через две-три недели после начала пиара, чтобы народ успел собраться.

Проси пиарить тебя в соцсетях. На первый вебинар ты приглашаешь людей бесплатно, но ты можешь попросить их пропиарить тебя в соцсетях: в «Фейсбуке», ЖЖ, «Твиттере», «ВКонтакте», «Инстаграме», «Телеграме» или где-то еще. Напиши так: «Разместите ссылку на данный вебинар на своей странице, а я взамен бесплатно приглашу вас на тренинг».

Потом, когда ты будешь проводить платные вебинары, не забывай про систему скидок. Если кто-то приведет друга, запиши его бесплатно или предложи бонус. Всегда давай людям скидку за действия, которые предоставляют дополнительный пиар. Иди им навстречу — это очень важно, особенно на первых порах.

Собери базу подписчиков. Когда ты проведешь вебинар, распространяй информацию об этом везде, где можешь, чтобы он сам начал тебя пиарить. Обязательный элемент: за доступ к записям вебинара бери у посетителей контактные данные. Сделай лендинг-пейдж — страницу подписки, где ты будешь собирать электронные адреса и имена людей, которые хотят получить доступ к твоим вебинарам.

Это просто! Напиши на странице: «Прошел бесплатный тренинг по актуальной теме! Хочешь получить запись? Введи имя и e-mail!» Так ты наберешь базу подписчиков — актив, который сможешь использовать в будущем. Потом тебе легче будет пиариться — уже не придется вплотную задействовать соцсети. Ты просто будешь рассылать своей базе подписчиков приглашения на вебинары, и народ сам к тебе потянется. Наберешь больше ста подписчиков — считай, что твой бизнес пошел вверх.

Обязательно сохраняй данные людей, которые прошли твои вебинары, бери у них отзывы. Ведь это твои первые клиенты, между вами уже сложились доверительные отношения. И когда у тебя появятся первые платные информа-

ционные продукты, ты можешь им уже продавать. Они купят, потому что доверяют.

Бесплатно – только первым. Если ты установил границу в двадцать человек, а людей, которые хотят записаться на вебинар, больше, поставь ограничение: «Я беру бесплатно только тех, кто попал в двадцатку, для остальных вход на вебинар – тысяча рублей». Люди будут платить деньги, чтобы стать двадцать первым или двадцать вторым. Может быть, ты сделаешь одну или две продажи таким образом, а возможно, не сделаешь ни одной, но отчаиваться не стоит. Ведь это тестовый вебинар.

На второй вебинар, который ты уже смело можешь делать платным, набирай клиентов по определенной технологии: первые пять – бесплатно, вторая пятерка – по тысяче рублей, следующая – по полторы тысячи. Используй «дедлайн цены», так ты заработаешь первые деньги в сети Интернет.

Создай видео-продажник. Эта штука сейчас в моде. Создай видео своей презентации, которая будет пиарить вебинар или тренинг. Отличный вариант, так как видео-продажники реально хорошо продают. Но тебе нужно добиться того, чтобы люди реально понимали: если они не попадут к тебе на вебинар, они реально многое упустят.

На первом вебинаре очень важно продавать дальнейшие видеокурсы. Подробно расскажи, какие проблемы будут они решать, какие темы раскрывать. Дай полную картину. По сути, первый вебинар – это копирайтинг, продажа. Человек, который послушает первый каст, обязательно захочет попасть на платный вебинар.

Продумай красивый дизайн. Упаковка решает многое. Если у тебя есть возможность нанять хорошего дизайнера для оформления сайта или для создания красивых кове-

ров тренингов, вебинаров, инфопродуктов – сделай это. Сочная содержательная картинка действительно цепляет, привлекает новых клиентов.

Напиши классический рекламный текст. Используй все приемы классического копирайтинга. В этом впечатляющем тексте раскрой проблему, назови пути ее решения, ставь ограничения, предлагай бонусы, рекламируй предложения и устанавливай дедлайны – словом, сыпь соль на раны. Копирайтинг – это отдельная огромная тема, не ленись ее изучать. Ведь без рекламы не будет клиентов, а без клиентов – бизнеса.

КАЧЕСТВЕННО- КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ ФАКТОР

Качество

Сколько же всего придумано, сколько тысяч, миллионов страниц исписано! Сколько информации льется на нас каждый день! Колоссальный поток. По статистике, каждый год информация в мире удваивается в два раза. Каждые 24 часа в глобальной Сети появляется 7 миллионов (!) новых страниц. И так в геометрической прогрессии. Очень тяжело новичку не заблудиться в этом информационном потоке.

Я получаю в неделю несколько писем такого рода:

«Здравствуй, Азам! То, что ты написал в своей рассылке, великолепно. Я до тебя посещал много сайтов, но реальных денег заработать так и не смог. Очень хочу, чтобы ты мне помог в этом. Я хочу заработать, но не знаю, что делать, как это сделать. Тут, в Интернете, столько предложений, а до реальности ничего не доходит. Помоги!»

Возможно, и ты писал мне схожее письмо...

Так к чему я все это?

К тому, что Интернет просто изобилует **огромным** количеством информации и новичку очень сложно во всем это разобраться.

Каждый день создаются новые продукты, появляется новая информация, все больше и больше статей, книг, продуктов. Поэтому моя цель — не загружать новичков еще одной порцией информации, а дать четкую методологию, что и как делать, чтобы достичь успеха в инфобизнесе.

Так как мы относимся к ряду **творцов**, то есть мы создаем информацию, то давай не будем тряхать друг другу мозги.

Откажись от большого количества создаваемой информации (да, массовость будет, но об этом чуть позже). От огромного количества информации **нет никаких плюсов**.

Как это работает? Мышление такое: Чем больше у меня будет контента, тем я круче =)

Ничего подобного. Это полный бред. Сегодня **ВРЕМЯ** — самое важное, и поэтому не отнимайте время у своих клиентов, подписчиков, читателей.

«Количество слов не делает вас мастером. Мастером становится тот, кто умеет передать содержание целой книги в несколько слов». Заметка из моего блога.

С этим пунктом мы разобрались. Создаем **КАЧЕСТВО**, а не количество. Отказываемся от воды.

Количество

На самом деле количество продает. Но не столько количество, сколько массовость. Этот инструмент мы и будем

использовать в нашей бизнес-практике. Нам нужно создать эффект **МАССОВОСТИ** наших продуктов, товаров или услуг. Эффект того, что у нас всего очень-очень много...

Зачем нам это нужно?

Чем больше человек видит вещей, тем сильнее он хочет их получить. Работает здесь такое качество человека, как **ЖАДНОСТЬ**. Скажу по себе: когда я вижу коллекцию продуктов в 30 DVD или в 2 DVD, то мне на ум приходит мысль: «Эх, как было бы здорово получить эти 30 DVD! Там, наверное, столько клевого!»

Как мы будем это применять?

Например, мы сделали голосовой продукт. Десять аудиолекций по 30 минут каждая. Нам нужно эти аудиолекции записать на десять компакт-дисков. При этом не нужно лить воду. Я подразумеваю, что мы записали классные аудиокасты. Частично о том, как их делать, мы уже говорили в главе про фишковую модель.

Отсюда получается **КАЧЕСТВЕННО-КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ПРАВИЛО**, которое мы стараемся применять ВСЕГДА.

INFO-BUSINESS METHOD

Это самый важный раздел нашей с тобой книги. Здесь будет дан **четкий метод**, как организовать свой инфобизнес. Рабочая схема инфобизнеса.

Здесь не будет технических сторон, мелких деталей: как сделать прием платежей на сайте, как автоматизировать бизнес, какой скрипт поставить. Здесь будет общая картина, методология – что представляет из себя инфобизнес.

Отношения с аудиторией

Влечение. Для того чтобы что-то продать, нам нужно сначала создать влечение со стороны клиентов, читателей, подписчиков, кого угодно – нашей аудитории.

Я долго разбирал пункт, как создать заинтересованность со стороны аудитории, и в итоге пришел к выводу, что *влечение* ты создаешь **своей личностью**. Поэтому, чтобы продавать, нам нужно максимально хорошо раскрутить и показать себя как личность. Это первый и самый важный шаг. Больше светимся перед аудиторией, рассказываем им о своей жизни, привлекаем их своей личностью. Когда будет создано влечение, переходим ко второму пункту.

Внимание. Постоянно интересуемся своей аудиторией, оказываем ей разные знаки внимания, дарим бонусы, пишем бесплатный контент, делаем скидки.

Доверие. Создаем между тобой и аудиторией балласт доверия. Мой метод — это искренность. Об этом я уже писал выше.

Уважение. Относимся к своей аудитории с полным уважением, но держимся четко своего личного фрейма. Не нужно выливать все дерьмо на них, не нужно спамить всякими бесполезностями, не нужно тратить их время просто так.

Резюмируем пункт «Как строить отношения с аудиторией».

ВЛЕЧЕНИЕ – ВНИМАНИЕ – ДОВЕРИЕ – УВАЖЕНИЕ

Метод организации инфобизнеса

Самый важный пункт нашей книги — методология построения инфобизнеса.

Вот так выглядит эта схема: САЙТ — РАССЫЛКА — КОНТЕНТ — ПРОДУКЦИЯ.

Сайтом может быть либо твой блог, либо специализированный сайт-одностраничник. Здесь все зависит от твоей фантазии. Но в итоге я пришел к выводу, что нужно сделать сайт, куда включаются такие функции, как рассылки, портал для публикации статей, форум.

Это общий сайт, где есть всё. Но есть пара НО — их рассмотрим дальше.

На главной странице ОБЯЗАТЕЛЬНО размещаем форму подписки на рассылку. **Рассылка** — это наш основной мар-

кетинговый инструмент. Это наши деньги. Что в ней даем? Мы можем предоставить авторскую рассылку, какой-нибудь бонус (желательно), книгу (это еще круче), часть инфопродукта (как вариант).

Дальше, когда мы получаем e-mail посетителя, он становится нашим подписчиком. Поздравляю!

Теперь мы создаем для него **уникальный авторский контент** (об этом я уже писал выше). Человек получает твои статьи, аудио, видео (все это копится параллельно на сайте) и говорит себе: *«Круто! Хочу еще!»*

И тут идет последний пункт — **предлагаем продукт**.

Мы предлагаем подписчику свой качественный инфопродукт (качественно-количественное правило помнишь?) Это может быть книга, аудио, CD, DVD, продукт по подписке, доступ в членскую зону, телесеминар, вебинар, дистанционный тренинг — все, что угодно. Что создаешь, то и предлагай! Но есть важные законы, которые следует учитывать.

Ценовой диапазон продуктов должен быть:

- дешевые продукты — от 100 до 500 рублей;
- «подороже» — от 500 до 3000 рублей;
- «дорогие» — от 3000 до 12000 рублей
- и «сверхдорогие» — от 12000 рублей.

Сделай на каждый ценовой диапазон по продукту, и будет классный инфобизнес!

Строим ступенчатую систему продаж

Когда подписчик покупает у тебя дешевый продукт и получает какие-то результаты, ты предлагаешь ему про-

дукт следующей ценовой категории. При этом ты умалчиваешь, что у тебя существуют продукты более высокой ценовой категории. Всегда на виду должны быть дешевые продукты и те, что подороже. Это моя бизнес-модель.

Дорогие и сверхдорогие продукты должны быть скрыты и доступны только для тех, кто приобретет продукт «подороже». Получается вот такая ступенчатая система продаж. Это то, что касается только инфопродуктов.

Также не стоит исключать возможность проведения своих живых тренингов, семинаров, а также консалтингово-коучинговых услуг. Это новая ступень инфобизнеса. Если ты дойдешь до этого уровня, я буду безумно рад. Но это тема отдельной книги.

Теперь ты знаешь, **что нужно тебе делать**. Поехали!

Как создать свой сайт?

Я не буду вдаваться в технические детали этого процесса. Мое дело — мотивировать тебя для того, чтобы **ты начал прямо сейчас** создавать свой сайт, который в будущем сделает тебя успешным инфобизнесменом. *На самом деле инфобизнес — это очень просто.*

Несколько правил, которые следует соблюдать во время создания сайта.

Правило первое. Ничего лишнего. На сайте не должно быть никаких рекламных материалов других проектов, никаких баннеров, счетчиков, никаких приколов. Четко и по делу. Это большой косяк многих новичков, которые публикуют кучу лишнего.

Правило второе. На главной странице ничего не продаем! Цель главной страницы — заинтересовать посетителя и подписать его на рассылку. Всё! Это задача-максимум.

Правило третье. Конкретная информация. Опубликуй на главной странице свою фотографию, контактные данные. Напиши о своем проекте: зачем этот проект нужен, кому нужен, кто ты, кем являешься. Затем даешь презентацию своей рассылки и в заключение пишешь, чего достигнет посетитель, если подпишется на твою рассылку.

Как создать свою рассылку?

Создай себе аккаунт в сервисах почтовых рассылок или купи специализированный скрипт для рассылки. Обязательно пользуйся платными сервисами — никаких Сублийм.ру, никаких Майл-листов.

Ставь скрипт или сервис, делай первые пару писем-рассылок и ставь форму для подписки на главную страницу. В технологию вдаваться не буду, ибо это не цель данной книги.

Как создать свой контент?

Об этом мы уже писали выше — используй фишки как инструмент, овладевай потоковым мышлением, пиши статьи. Создавай минимум **ОДНУ** статью в неделю **ВСЕГДА**, если больше, то лучше.

Также не забывай об аудио- и видеовозможностях. Регулярно выдавай подписчикам свежий контент. В неделю делай минимум одну рассылку.

Действуй так не менее полугода. Через полгода можешь увеличивать количество касаний. Здесь опять же важно постоянство. Как продавать, ты уже знаешь. Либо продаешь, либо даешь контент.

Как создать свой продукт?

Остановимся на этой теме подробнее, ибо, когда писалась эта книга, возникло больше всего вопросов именно по этому пункту.

Объясняю, как с нуля сделать инфопродукт и активно продавать его своей аудитории.

У тебя уже есть свой сайт, рассылка. Ты генерируешь контент, пишешь по одной статье в неделю и используешь другие способы (аудио + видео + текст). Осталось **лишь создать свой продукт**.

Безусловно, это тема отдельной книги. Я обязательно коснусь этого вопроса. Но давай примерно прикинем, как это сделать.

Первый шаг. Выявляем актуальную тему. Как узнать, актуальна ли тема твоего будущего нового инфопродукта? Спрашиваем у аудитории — раз, проверяем в поисковых системах («Яндекс. Директ») — два, смотрим на конкурентов и на количество коммерческих предложений в этой нише — три. Если все отлично, значит, тема определена.

Второй шаг. Собираем информацию по теме инфопродукта. Все изучаем, составляем план с тезисами. Рассматриваем каждый тезис в виде аудиокаста, видео, текста. Делаем записи.

Третий шаг. Красиво упаковываем. Очень важно, как ты упакуешь свой продукт. Фактически это 50% успешных продаж. Не забываем про создание массовости. Если есть возможность записать продукт на 10–20 дисков, сделай это.

Четвертый шаг. Создаем физический продукт. Это жизненно необходимо — предлагать на сайте и онлайн-вер-

сию продукта, и физический продукт. Физический продукт – это **критически важно!**

Как показывает статистика, физические продукты продаются в несколько раз лучше, нежели информационные. А физические продукты, которые еще классно оформлены, продаются еще КРУЧЕ!

Пятый шаг. Проверяем продукт на качество. О том, как проверить свой продукт на ценность, я писал выше.

Шестой шаг. Реализуем продукт своей аудитории. В этой книге точно не будет советов, как продавать. Это тема отдельной книги или отдельного тренинга. Получаем свои первые деньги – и постоянно самообучаемся, действуем.

Благодаря этому ты сможешь поднять свой инфобизнес до достойных высот и обеспечить финансовую независимость в сжатые сроки. Теперь ты знаешь, что тебе нужно делать.

КАК ВЫБРАТЬ ИДЕАЛЬНУЮ НИШУ ДЛЯ СТАРТА

Один из самых распространенных вопросов, которые мне задают: как же найти свою нишу? Это очень серьезная тема, ведь за словом «ниша» прячется мысль о деле своей мечты.

Делюсь советами, как выбрать идеальную нишу для старта своего дела.

Итак, мой совет... барабанная дробь...

Выбирай любую нишу и начинай действовать прямо сейчас!

И тут я вижу твое обиженное, разочарованное лицо. Как так? Я ждал столько времени! Я надеялся, что ты мне подскажешь идеальную формулу, которую я смогу применить и зарабатывать миллионы!

Нет, такой формулы не существует. По моему опыту, у 95% людей первое выбранное ими направление проваливается. Вряд ли тебе повезет попасть в те счастливые пять процентов, у которых получилось все и сразу. Да и у них, конечно, без сложностей не обошлось.

Скажу о себе: за последние одиннадцать лет я поменял нишу пять раз, переходил из одной в другую. И это — нормально, это — развитие! За десять лет многое может измениться: твои увлечения, интересы, взгляды. Рынок тоже не стоит на месте, меняются потребности клиентов. Поэтому если ты думаешь, что выберешь удачную нишу и будешь в ней работать всю жизнь, это большая иллюзия, которую я хочу развеять.

Поэтому твоя задача — очень простая. Выбирай для старта не идеальную нишу, а первую, которая тебе действительно нравится, и начинай в ней развиваться. Как корабль, который ищет свой курс, ты в результате найдешь свое дело и миссию в этом мире.

Когда ко мне подходят новички и спрашивают: «А как мне начать свое дело?», я всегда отвечаю: «Да ты начинай! Начинай уже что-то делать!» Первичная задача — набрать опыт, а опыт в конечном итоге всегда конвертируется в деньги. Это дело времени.

Опыт бывает разным: и позитивным, и негативным, но в конечном итоге он обязательно приведет тебя к деньгам. Опытный человек не может быть нищим.

Пойми и прими этот принцип: много опыта — много денег, мало опыта — мало денег. Нет опыта — соответственно, нет и денег. Не останавливайся, делай попытку за попыткой, и каждая следующая попытка приближает тебя к успеху.

Мне нравится фраза: «Человек рождается два раза. Первый раз — когда он родился физически. Второй раз — когда он понимает, ради чего он пришел в этот мир». Если ты стремишься понять, в чем твое предназначение, тебе нужно обязательно пробовать что-то несколько раз.

Я уверен, что у тебя уже есть какие-то идеи. Здесь все решает скорость. Решил — не откладывай, действуй.

Сейчас я дам тебе несколько советов, которые помогут пойти в правильном направлении.

Совет первый. Выбирай только то, что нравится. Просыпаешься утром — с радостью думаешь о своем деле. Ты хочешь этим заниматься, тебе это доставляет удовольствие. Для начала не думай о деньгах, только об опыте. Выбирай то, от чего тебя, говоря по-русски, прет. Это очень важный критерий.

Может быть, ты видел таких бизнесменов: они заработали денег, добились успеха. Но у них потухшие глаза и походка зомби. Никакой радости от жизни они не получают. Люди променяли на деньги свою душу. Ведь ты этого не хочешь? Поэтому ищи тот путь, который приведет тебя не только к деньгам, но и к счастью.

Совет второй. Модель личного бренда. Я уверен: гарантированная модель, которая сделает тебя успешным и богатым в среднесрочной и долгосрочной перспективе, — это как раз-таки модель личного бренда. Ты должен быть экспертом в своей области. Именно поэтому ты знаешь такие имена, как Олег Тиньков, Стив Джобс, Илон Маск. Люди вырастили вокруг себя ауру личного бренда. Это лучшая модель развития.

Твой бизнес должен выстраиваться вокруг твоего имени, а в центре будешь ты сам. Не надо строить анонимную фирму с невзрачным названием, где ты вообще не фигурируешь. Личный бренд — это твоя защита. Если у тебя что-то пойдет не так, люди, которые тебя знают и доверяют тебе, пойдут за тобой в любой другой бизнес. Ты можешь менять ниши, но они все равно направятся вслед за тобой. Потому что они идут не на конкретный продукт, а к тебе, к твоей личности.

Совет третий. Думай, как заработать. Я знаю, что огромное количество стартаперов начинает на первом же этапе суетиться, оптимизировать какие-то процессы. Но единственный процесс, на котором ты должен быть

сфокусирован в самом начале, — это генерация клиентов, а значит — генерация потока денег.

Забудь про все остальное! Логотипы, офисы, кондиционеры, сотрудники, обязательная форма — выкидывай все в топку! Все это тебе пока совсем не нужно. У тебя стартап. Ты должен найти ту бизнес-модель, которая приносит деньги. Если же денег нет, то вся остальная хрень тебе просто не нужна. Сначала бизнес-модель, которая приносит деньги, потом все остальное.

Совет четвертый. Дублируй модель. Многие стартаперы, которые нашли свою бизнес-модель, сразу начинают ее оптимизировать. Я это категорически не советую. Оптимизацией займешься позже, пока тебе просто не до этого! Ты нашел модель, рекламный канал, продукт, который продается. Твоя задача — не придумывать тысячу лишних процессов, а просто начать дублировать эту созданную модель. Повтори ее второй раз, десятый, сотый, тысячный, миллионный... Не изобретай сразу новые продукты и рекламные каналы, сделай первый процесс совершенным. Научись стабильно генерировать деньги, направь все усилия в эту сторону. То, что приносит доход, можно повторить и миллион раз. В этом суть бизнеса.

Я хочу, чтобы ты выбрал первую нишу и начал действовать не завтра и не послезавтра, а прямо сейчас. Тогда все получится.

КАК БЫСТРО РАСКРУТИТЬ ИНФО-БИЗНЕС

Как же все-таки хорошо работать на себя и продвигать свое дело! Можно находиться в любой точке мира и получать деньги, не оглядываясь на боссов, графики, дресс-коды и прочие атрибуты офисного рабства. Эту главу я писал в Берлине, там же снимал короткое видео для своего канала. Хочешь зарабатывать так же? Вперед! Я подскажу тебе, как увеличить число подписчиков, практически не тратя на это денег.

Для начала заведи свой блог на платформе WordPress, выбери домен — желательно, чтобы он был таким: фамилия, имя точка ру.

Разобраться в этом несложно, в Интернете есть бесплатные видеоуроки на тему «Как устанавливать WordPress». Но если не хочешь заморачиваться, поручи фрилансеру — он сделает это за копейки, буквально за 100–300 рублей.

Теперь, когда у тебя есть блог, начинай генерировать полезный и интересный контент. Ты можешь взять камеру и снимать короткие ролики. Вот так же я делаю в Берлине — беру камеру и записываю, все очень просто.

Где бы ты ни находился — на улице, в кафе, дома, у друзей, **записывай мини-советы** для твоих подписчиков, выкладывай в блог. Пусть люди, которым нравятся твои видеоуроки, нажимают на кнопку «Добавить в социальные сети» и выкладывают их в «Фейсбук», «Твиттер», «ВКонтакте», «Телеграм» или куда-нибудь еще. Так действует **принцип социального вирусного маркетинга**. Это снежный ком. Ты создаешь видео — а они отправляют его своим друзьям.

Теперь напиши мини-книгу по теме, которая тебе близка. Никто от тебя не требует романов или развернутых публикаций в жанре нон-фикшн. Напиши для начала простенькую инструкцию: «Десять основных проблем» в твоей нише. Например, «Десять основных ошибок в приготовлении кофе» или «Десять правил выбора новогоднего костюма». Создай для нее картинку, размести на видном месте и предложи подписчикам ее скачать.

Также советую разместить в блоге всплывающее окно «поп-ап», которое будет перекрывать экран и предлагать людям подписаться на твою рассылку.

Вот такие простые шаги привлекут в твой блог дополнительное количество подписчиков. Но чтобы все это работало, есть одно главное правило — **нужно постоянно публиковать новый контент**. Если ты остановишься, то не получишь вирусный трафик. Действуй, привлекай подписчиков — и богатей!

КАК РАСКРУТИТЬ СВОЙ ИНФОБИЗНЕС НА ТВ

В инфобизнесе (да и в любом деле тоже) громкое имя решает если не все, то очень многое.

В этом специальном отчете я научу тебя самой настоящей бесплатной раскрутке с помощью телевидения.

Если ты хочешь:

- быстро стать признанным экспертом в своей теме;
- получить приток новых клиентов;
- увеличить доверие покупателей;
- продавать и зарабатывать больше;
- стать настоящей «звездой экрана»,

то эта глава, безусловно, тебе поможет!

Можешь ли ты стать известным?

Конечно, можешь!

Если воспользуешься моими советами и проявишь немного настойчивости, твои фотографии будут украшать деловые журналы и популярные издания, на твои слова будут ссылаться, а главное, тысячи людей увидят тебя на экранах своих телевизоров.

Для этого тебе совсем не нужно становиться суперзвездой, записывать хитовые альбомы или сниматься в кино.

Достаточно того, что ты уже разбираешься в каком-то вопросе.

Потому что журналистам всегда нужны **ЭКСПЕРТЫ!** Люди, которые могут рассказать читателям и зрителям что-то важное, предостеречь их от ошибок, дать грамотные советы.

Ты наверняка много раз видел, как в теленовостях появляются комментарии специалистов. Например юристов, врачей, психологов, тренеров и т. д.

Более того, такие люди сами часто становятся героями телевизионных сюжетов, их приглашают на ток-шоу, они ведут передачи. А их слава, популярность и заработки при этом постоянно идут вверх.

Ты тоже можешь стать известным спецом, какой бы темой ты ни занимался (единственное исключение – секты и сетевой маркетинг, там легче получить «антирекламу»).

Возможности бесплатно рекламироваться находятся прямо у тебя под носом. Надо только протянуть руку, поднять телефонную трубку и....

Но прежде чем звонить, давай разберемся, в каких телепередачах зрители могут увидеть твое улыбающееся лицо.

Где пиариться?

Самый легкий способ ответить на этот вопрос – пощелкать пультом телевизора. Какие каналы и передачи ты видишь? Давай рассмотрим самые очевидные варианты.

Местные телекомпании

Они есть практически в каждом городе. «Телевидение – ЮГРА», «Норильский кабельный канал», «ТВ „Хамовники“» и другие.

Группа товарищей снимает новостные и развлекательные передачи с местными героями и про местную жизнь.

Подружиться с такими телекомпаниями очень просто, потому что им всегда нужны свежие сюжеты и грамотные «говорящие головы» – эксперты.

Ты можешь комментировать события, давать прогнозы, быть гостем в студии или даже вести передачу на свою собственную тему.

Общенациональные каналы

Первый канал, «Россия», НТВ, РенТВ и т. д.

Попасть на передачи этого уровня сложнее, но тоже можно. Главное требование журналистов – ты должен принести что-то интересненькое, необычное, скандальное.

Но если уж тебе повезло засветиться здесь, можешь расслабиться. Одного такого телесюжета может быть достаточно, чтобы раз и навсегда снять вопрос о твоей экспертности.

Пример: Юлия Щедрова разрекламировала свой инфобизнес на тему «Как выйти замуж» на Первом канале.

Кабельные каналы

Которых сегодня великое множество. Здесь ты также можешь появиться в качестве эксперта, это будет даже легче, чем пробиться на общенациональное телевидение.

Как найти контакты?

Тебе поможет Интернет. Просто вбивай в строку поисковика название интересующей тебя телекомпании, например «5 канал», переходи на сайт и копируй номера телефонов и адреса электронной почты.

С местным телевидением еще проще. Номера для звонков они обычно показывают прямо во время своих программ.

Когда у тебя уже есть тема, звони журналистам и проси соединить тебя с редактором, который занимается интересующей тебя передачей или курирует службу новостей.

Чем заинтересовать журналистов?

Теперь поговорим о том, чем именно ты можешь привлечь внимание телевизионщиков.

Твои результаты и результаты клиентов

Тут все понятно. Результаты должны впечатлять.

Пример: Ты эксперт по бодибилдингу, и твоя ученица — 60-летняя женщина, у которой уже есть внуки, начала поднимать штангу в 90 килограммов. Кстати, это реальный случай :)

Оригинальный подход

Если ты ведешь свои тренинги как-то по-особенному. Или у тебя новое для твоего города или региона увлечение, тема, бизнес, расскажи об этом! Журналисты обожают такие истории.

Пример: Репортаж о новом увлечении «турникменством». Герой сюжета делает обучающие видео по этой теме и ведет групповые занятия.

Помогите разобраться

Выступите экспертом в телепередаче по теме, в которой ты разбираешься.

Пример: Стилист Роман Белоснежный (который сделал инфобизнес в этой теме) на Первом канале.

<http://www.youtube.com/watch?v=VpQTX7a6gBg>

Стань гостем в студии

Попасть на эфир общенационального ТВ можно довольно легко, а местного ТВ — вообще раз плюнуть. По-

звони и скажи, что ты специалист в таком-то вопросе и с удовольствием придешь на запись ток-шоу или передачи.

Организуйте бесплатный тренинг

Журналисты очень любят всякие образовательные акции. Соберите бесплатный семинар и позовите съемочную группу.

Станьте звездой собственного шоу

Если у тебя подвешен язык и есть некоторые связи на ТВ, ты сможешь вести свою собственную программу. Но этот способ не для новичков.

Пример: Известный тренер публичных выступлений Радислав Гандапас и его шоу «Будь по-твоему» на «5 канале».

О боже, меня снимают!

Как подготовиться к съемкам?

Я дам тебе несколько простых советов:

- заранее отрепетируй свое выступление;
- перед тем как встать перед камерой, определи от трех до пяти моментов, о которых ты будешь говорить;
- не надевай белую блузку и вещи в полоску. Они плохо смотрятся на экране;
- если съемочная группа приезжает к тебе домой, в офис, в тренинговый зал, заранее подумай, что и как ты им будешь показывать, на каком фоне нужно будет сниматься. Наведи порядок.

Если тебе предстоит запись в студии:

- приходи в студию до начала съемок, чтобы привыкнуть к обстановке;
- заранее выпей теплой воды. Но не столько, чтобы хотелось «пи-пи»;
- смотри на человека, который задает тебе вопрос;
- постарайся отвечать кратко и по делу;
- избегай сильно размахивать руками, когда говоришь.

Такие жесты смотрятся плохо;

- не откидывайся на спинку стула;
- следи за собой, если не хочешь увидеть себя на экране ковыряющим в носу. Тебя могут снимать в любой момент.

Еще несколько подсказок, которые помогут тебе бесплатно пиариться на ТВ долго и счастливо:

- после выхода сюжета обязательно купи в редакцию тортик или что-то другое вкусное к чаю. Особенно если речь идет о местной телекомпании;

- на встречу с журналистами возьми свои статьи из газет и журналов. Это поднимет твой авторитет в их глазах;
- знакомься с журналистами при каждой возможности.

Дружи с ними, помогай им, и они будут рекламировать тебя просто из благодарности;

- всегда говори: «Звоните мне, если у вас будут вопросы по этой теме. Я с радостью дам комментарий»;

- не стесняйся время от времени звонить журналистам и предлагать новые сюжеты;

- приглашай съемочную группу на свои тренинги и семинары;

- если собираешь пресс-конференцию, обещай халявную выпивку и закуску в конце. Проверено — отклик от СМИ возрастает вдвое;

- всегда заранее проси записать свое ТВ-выступление на диск или флешку. Опубликуй видео на своем сайте, вставляй в продающие тексты, отправь своим подписчикам.

Что делать дальше?

Во-первых, делать! Не сиди на месте, включай голову и думай, каким из способов ты можешь воспользоваться прямо сейчас.

НАВЫК ПРОДАЖ В ИНФОБИЗНЕСЕ

Меня всегда удивляет, что большинство людей, которые приходят в инфобизнес, занимается не тем, чем им следовало бы заниматься. Они начинают изучать программирование и скрипты, создавать обучающие курсы и продукты, делать кучу разных вещей, которые несколько не приближают их к успеху. А что приближает? Конечно, продажи!

Успех в инфобизнесе, как и во всяком другом, оценивается прежде всего в деньгах. Ты можешь работать целый год по двенадцать часов в день, но если ты ни фига не зарабатываешь, значит, впустую тратишь время.

Цель твоего инфобизнеса — это продажи. Без этого вообще все дело не имеет никакого смысла. Приведу пример: у меня есть коллега — инфобизнесмен с достаточно хорошей подписной базой. Там все сделано круто: он каждый день пишет в блог, проводит какие-то акции, создает

новые продукты. Но процесс продаж у него настолько убогий! Я не раз у него спрашивал: «Почему ты так мало продаешь?» Он пожимает плечами: «Наверно, база плохая, блог плохо работает». Нет, дело совсем не в этом! Он просто не умеет продавать, не развил такой навык.

Есть у меня и другой коллега — не буду называть имен, чтобы никого не обидеть. У него подписная база в четыре раза меньше, чем у первого, но продает он примерно в десять раз больше. Он пишет письма не каждый день, а только один-два раза в месяц, но они хорошо читаются, и продажи у него очень успешные. Живет он так: сделает продажи и отдыхает месяц-другой, а потом снова что-нибудь продает.

Твоя задача — научиться продавать свои услуги. Ты можешь создать самый качественный, самый крутой в мире видеокурс, самые крутые в мире тренинги, но если ты не сможешь это продать, никакого толку не будет.

В Интернете сотни тысяч хороших, качественных обучающих курсов. На них было потрачено много времени и сил, денег и других ресурсов. Но они ни фиги не продаются! Продажи не зависят от того, насколько хороший у тебя курс. Нет, я не говорю, чтобы ты делал некачественный продукт, — твои курсы должны быть созданы на высоком уровне. Но при этом ты должен их умело продавать!

Возьмем нишу интернет-маркетинга. По таким темам, как инфобизнес, интернет-маркетинг, создание проекта с нуля, создано множество курсов. Но реально продаются только 1–2%, остальные лежат в Сети мертвым грузом.

Ты ведь и сам наверняка покупаешь себе обучающие курсы только у тех, кто хорошо продает. Когда ты чувствуешь: «Да, это мое, я хочу это купить» — и приобретаешь. Поэтому прокачивай навык продаж.

Для начала сделай упражнение, которое лично я применяю очень часто — буквально каждые полчаса. Занимаясь инфобизнесом, задай себе вопрос: «**Приближает ли то,**

что я сейчас делаю, к моим целям и моим деньгам?» Если на этот вопрос ты ответил положительно, работай дальше. Если нет, значит, ты отвлекся и занимаешься какой-то ерундой. Просто начни сначала и делай только те вещи, которые приближают тебя к главному. Если твоя цель – стать успешным, без продаж ты этого не добьешься.

КАК СТАТЬ МАСТЕРОМ ПРОДАЖ

Один мой хороший знакомый сказал: «Если в XXI веке вы ничего никому не продаете, то вы никто».

Мы живем в век капитализма, когда самый простой способ зарабатывать деньги и преуспеть в этом — что-то продавать. Деньги рождаются там, где есть продажи, и мастерству продавать тебе надо научиться.

Существуют психологические триггеры, на которые ты должен воздействовать, чтобы получать максимальные результаты. Для себя я выделил четыре самых сильных триггера, которые ты тоже можешь использовать в продажах, — они гарантированно дадут результат. Если ты проанализируешь мои продающие презентации, маркетинговые кампании, бизнес-практики, увидишь все эти четыре критерия. Они работают и приносят классные результаты.

Кстати, если ты хочешь прокачаться в теме продаж и психологических триггеров, прочитай **книгу Роберта Чалдини «Психология влияния»**. Там подробно объясняется, какие имеются триггеры и какие результаты они приносят. Это очень крутая книга!

Перехожу к триггерам, которые лучше всего работают в моей личной практике.

Триггер жадности. У каждого человека есть тот или иной уровень жадности. Активируй это качество, чтобы клиент захотел получить больше вещей за скромную цену. Это практически всегда ведет к продажам. Это работает так: делаем предложение, в котором расписываем очень много разных вещей по реально низкой стоимости. Потенциальный клиент смотрит и думает: «Блин, это реально классно! Я хочу получить всё!» У него включается триггер жадности — и он покупает. На мой взгляд, это самый сильный продающий триггер из тех, что существуют.

Триггер потери. Это второй по силе триггер. Ты создаешь эксклюзивное предложение — предлагаешь ограниченное количество качественного продукта и тем самым говоришь потенциальному клиенту: «Либо ты это получишь сейчас, либо лишишься этого навсегда». В продажах важно использовать такую игру, актуализировать страх потери. Человек должен бояться потерять твой продукт, это сильно его мотивирует.

Триггер авторитета. Стань суперэкспертом, позиционируй себя именно так, и тогда человек с большой вероятностью купит твой продукт. Прояви себя действительно компетентным специалистом либо сошлись на какого-нибудь авторитетного профессионала, чье мнение ценно для того, кто готов приобрести твой продукт. Подтверди это фактами. Тогда человек переносит авторитет на продукт — и покупает.

Триггер срочности. Постоянно нагнетай: «Прими решение прямо сейчас! У тебя есть возможность сделать это только сегодня!» Практически все продукты я продаю за очень короткое время. Я даю людям либо 24, либо 48 часов для принятия решения. Продавай в сконцентрированные, в сжатые сроки, подгоняй потенциального клиента,

приближая момент покупки. Если он говорит: «Я подумаю» или «Я куплю потом», то, скорее всего, он сольется. Поэтому мы ставим триггер срочности.

Эти четыре триггера – мощные, сильные, крутые штуки, которые ты можешь использовать в маркетинге, чтобы стать мастером продаж. Мне нравится фраза Дена Кеннеди «Привлекай и не преследуй». Если ты преследуешь клиента, пытаешься впарить ему свой продукт – это очень плохо. Но если ты привлекаешь его, подталкиваешь к тому, чтобы он сам сделал шаг в твоём направлении, – это отлично. Не надо навязывать – клиент должен сам идти за тобой. И тогда ты добьешься крутых результатов.

ПЯТЬ СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ ПРИБЫЛЬ

Я точно знаю: если ты читаешь эту книгу, значит, хочешь иметь доход от одного миллиона рублей в месяц и выше. Это можно сделать даже с нуля! Я расскажу тебе, как этого достичь. Поехали!

Способ первый. Сократи расходы. Первое, что тебе нужно понять: оборот в бизнесе — это важно, но нет ничего важнее прибыли — тех самых денег, которые ты кладешь себе в карман. Но с чего начать прибыльный бизнес? Во-первых, тебе нужно сократить расходы! Я уверен, что в твоём бизнесе есть расходы, которые ты делаешь регулярно. Но поверь: если некоторые из них отменить, дело нисколько не пострадает.

Как же их найти? Для начала выпиши все расходы, которые у тебя есть. Перечитай список и вычеркни те, что можно сократить. А дальше — сокращай, сокращай, снова сокращай! Не стоит тратить деньги на то, без чего можно обойтись. Все миллиардеры начинали с того, что учились экономить.

Способ второй. Продавай дополнительный продукт. В сленге продавцов это называется «Техника Апсел».

Человек покупает твой товар, а ты в это же время ловко продаешь ему что-нибудь еще. Например, ты приходишь в «Макдональдс», чтобы заказать бигмак, а тебе предлагают еще колу и картошку фри — и ты покупаешь! Ты даже не задумываешься над тем, что тебе «апселят» — то есть допродают в тот самый момент, когда ты уже сделал выбор. За счет такой штуки, как «апсел», ты сможешь увеличить прибыль без вложений на 30 процентов, а некоторым бизнесам удастся вырасти наполовину. Обязательно применяй «апсел» — это очень выгодно.

В то же время внедряй наценку за срочность. Если для того, чтобы подготовить продукт, у тебя уходит неделя, но ты можешь сделать его за день или два, смело накидывай до 50–100% от стоимости за срочность. Если клиенту требуется твой продукт немедленно и прямо сейчас, не бойся завышать цену. Это честно: время — деньги!

Способ третий. Создай премиум-продукт в своем бизнесе. Если ты продавал только товары или услуги эконом-класса, найди нишу, где сможешь предложить свой премиум-продукт. Есть люди, которые привыкли выбирать только самое лучшее. Они не смотрят на ценники, они хотят эксклюзив — и ты должен его предложить!

Задумывался ли ты, что премиум-продукт повышает продажи и в эконом-сегменте? Не слишком состоятельные люди будут поражены непомерно высокой, на их взгляд, ценой и поймут, что основной товар стоит не так уж дорого. Так техника, которая ехидно называется «Золотой унитаз», усиливает продажи обычных продуктов. Но и на сам «золотой унитаз» тоже обязательно рано или поздно найдется свой покупатель. Так что пересмотри линейку продуктов и добавь туда товар или услугу экстра-класса.

Способ четвертый. Повысь цену! Да-да, не удивляйся, не рассуждай, не спорь — просто возьми и повысь цену!

На сколько? Допустим, на 5, 10, 15 процентов... Что тебя останавливает? Не бойся, клиенты не начнут от тебя уходить — большинство этого даже не заметит! Если твой продукт стоит 110 рублей, а ты начнешь продавать его за 130, большинство покупателей от тебя никуда не денется. А ты получишь гораздо больше прибыли, чем прежде!

Пятый способ. Вовлекай как можно больше клиентов.

Хочу тебе напомнить о двух способах развития бизнеса. Первый — добиваться, чтобы росли ценники. Второй — развиваться в ширину, чтобы вовлечь в него как можно больше клиентов. И вот это уже пятый способ увеличить прибыль.

Если у тебя кризис, застой, проблемы — инвестируй в рекламу, увеличивай расходы на пиар. Советую наращивать расходы на окупаемую рекламу — ее польза должна быть измерима, осязаема. Сейчас измерению поддается только один инструмент — это реклама в Интернете. Чем больше рекламы, тем больше клиентов, больше заказов и больше прибыли. Пойми: деньги появляются только тогда, когда есть покупатели твоего продукта. А клиентов без рекламы не бывает.

Надеюсь, что эти пять советов были для тебя максимально полезными. Пользуйся ими — и увеличивай доход!

ТЕХНИКА ТРЕХСОТ ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ

Хочешь стать успешным – работай над собой каждый день. Я предлагаю тебе выполнить упражнения, которые можно назвать стрессовыми. Для кого-то они покажутся непростыми, но они повернут твое мышление в правильную сторону.

Сейчас ты, наверное, считаешь, что получать в месяц двадцать пять тысяч рублей – это маловато, но в целом нормально и даже хорошо. У каждого, конечно, своя цифра, обозначающая норму, но наша задача – повысить эту планку.

Люди, которые приходят в инфобизнес и начинают много продавать, первое время не верят своему счастью. Заказы падают каждый день – десять, двадцать, тридцать заказов! И суммы солидные – на сто, на двести тысяч... Но у них уже мозг был настроен на другую волну. Они поняли, что получают мало, и начинают зарабатывать много денег.

Я познакомлю тебя с интересной штукой – я называю ее «Техника трехсот тысяч рублей». Почему я взял именно эту сумму? Потому что ее заработать, в принципе, может каждый. В инфобизнесе это достаточно легко достижимая цифра.

Но для начала я расскажу тебе об этапах развития инфобизнеса.

Первая планка – 1000 долларов. Когда ты начинаешь зарабатывать шестьдесят тысяч рублей в месяц на инфобизнесе, это заменяет тебе наемную работу. Теперь ты получаешь в два или в три раза больше, чем в офисе.

Вторая планка – 100–150 тысяч рублей

Третья планка – 300 тысяч рублей.

Дойти до трехсот тысяч рублей, используя мои советы, достаточно легко. Вот после этой суммы начинаются проблемы.

Расскажу о своем инфобизнесе: на цифре «триста тысяч» я застрял почти на год. Никак не получалось прыгнуть выше этой планки! Я не понимал, почему так происходит, я увеличивал базу, наращивал количество продуктов. Но преодолеть заколдованный барьер в триста тысяч мне так и не удавалось.

Я не собирался сдаваться: делал более изощренные релизы, менял отношение к деньгам, убеждая себя, что могу зарабатывать в месяц миллионы. Ведь триста тысяч – это мало! Вот тогда начали пробиваться первые ростки успеха. Я получил релиз на 700 тысяч рублей, потом вышел на 500 тысяч в месяц. Планка поползла вверх.

Тебе нужно сделать то же самое – **повысить планку**. Помогут тебе в этом упражнения.

Упражнение первое. Анализ окружения. У каждого из нас есть близкий круг общения – обычно это человек десять-пятнадцать. Это могут быть муж или жена, родители, близкие друзья, коллеги, партнеры – те, с кем ты проводишь 90 процентов времени. Составь таблицу: в первую

графу занеси имя человека, во вторую — сколько денег он зарабатывает в месяц. Эти пункты прояснят что-то в твоей голове.

Итак, перечисляем:
моя жена (или муж)
папа
Маша Иванова... — и так далее.

Дальше начинай записывать: жена зарабатывает около 25 тысяч в месяц, папа получает тридцать пять тысяч, а Маша, моя коллега, около двадцати.

Если ты не знаешь, сколько денег человек ежемесячно получает, просто подойди к нему и спроси между делом: «Скажи мне по чесноку, сколько ты зарабатываешь?» Может быть, сначала задавать такой вопрос тебе будет непросто, но ты привыкнешь, преодолеешь себя и справишься.

Составив список, вычисли среднюю зарплату — сложи все деньги и подели на количество людей. Допустим, у тебя получилось около двадцати пяти тысяч. Значит, примерно столько же зарабатываешь и ты. Эта цифра сопоставима с твоей, она близко. Плюс-минус не считается.

Но могут быть и другие варианты. **Если сумма, которую ты зарабатываешь, намного ниже** (например, ты получаешь не двадцать пять тысяч, а десять тысяч рублей), значит, ты работаешь совсем не там, где нужно, делаешь совсем не то дело. Прочувствуй внутренний конфликт: «Как так?! Почему я зарабатываю меньше окружения?» Ты должен ощутить неудовлетворенность, а вместе с этим стремление во что бы то ни стало получать больше денег.

Если же все наоборот: **ты зарабатываешь больше** родных, друзей и знакомых — ты молодец! Ты лидер, идешь впереди и ведешь других за собой. Но тут тоже возникает опасность: если у тебя с ними серьезная разница в дохо-

дах, значит, и мышление тоже кардинально отличается. У тебя не только другие расходы и желания — у тебя иной взгляд на мир. Например, для меня пообедать в кафе на две-три тысячи рублей — это нормально, а для кого-то это слишком дорого. Возникает диссонанс.

Никто не говорит, что люди, которые получают мало, недостойны твоего общения. Но будь внимателен! **Если окружение хуже, оно тебя всегда будет тянуть вниз.** Тебе это нужно?

В случае если окружение превосходит тебя — более успешное, более благополучное в финансовом плане, тебе нужно повышать свою самооценку. Ты не веришь в себя, не понимаешь, что тоже можешь зарабатывать гораздо больше. **Чтобы выйти на новый уровень, для начала измени образ мыслей.**

Это полезное упражнение, причем сравнивать себя с другими можно не только в сфере финансов. Например, вспомни, часто ли ты путешествуешь, а потом сравни, сколько раз в год делают это друзья. Если цифры примерно совпадают — у тебя нормальное окружение.

В кругу твоего общения всегда есть люди, которые тянут вниз. Они втайне завидуют тебе, обесценивают успехи, несут негатив. Вот от этих людей надо потихонечку отдаляться.

Упражнение второе. Улучшение окружения. Это упражнение можно считать стрессовым. Но ты ведь уже справился с собой, когда интересовался, сколько зарабатывают твои друзья и знакомые. Значит, и это тебе тоже по силам.

Фишка такая: если ты хочешь добиться высоких результатов в своей сфере, **познакомься с людьми, которые уже достигли успеха.**

Расскажу о себе. Я давно занимаюсь танцами. Около восьми месяцев я тренировался в Уфе с ребятами, которые танцуют примерно на моем уровне: кто получше, кто

немного похуже. Потом я познакомился с чемпионами мира и СНГ по моему виду танцев. Я подружился с ними, начал общаться, ездить к ним в гости — и мой уровень за месяц вырос так, как не поднимался целый год. Это произошло, потому что я сменил окружение и начал наблюдать за людьми, которые действуют по-другому. У меня все стало получаться гораздо лучше.

В бизнесе то же самое. В твоём окружении должны быть люди, которые сумеют вдохновить тебя, поднять на новый уровень. Конечно, это происходит не специально («Так, сегодня я буду тебя вдохновлять!») — нет! Все случается постепенно, само собой. Ты смотришь на успешных людей — и сам летишь к успеху. Сложно объяснить, но самое важное — это работает.

Хочешь, чтобы у тебя стало больше денег, — общайся с людьми, у которых их много. Чем больше, тем лучше! А кто они, эти люди? Предприниматели, бизнесмены, медийные личности. Все они чего-то добились.

А теперь перейдем к упражнению. Тебе нужно найти в социальных сетях людей, которые занимаются бизнесом (неважно, каким: ресторанами, модой, издательством, инфобизнесом...) — **и подружиться с ними!**

Нет, тебе не нужно говорить: «Привет, будь моим другом!» (хотя многие на это согласятся). Тебе надо написать: «Привет! Я вижу, что ты успешный бизнесмен. Мне очень интересно, как ты добился такого успеха? Поделись секретом: как ты пробивался?»

И здесь возникает такой момент — ты убедишься, что все, абсолютно все без исключения бизнесмены — это люди, которые адски вкалывают для того, чтобы получать деньги. Мышление предпринимателя отличается от образа жизни наемного сотрудника. Они могут ночами работать над своими проектами, биться над ними сутки напролет. Их жизнь — это командировки, встречи и работа, работа, работа. Бизнесмен добивается успеха тяжелым трудом,

и как же бывает обидно слышать: «Да ему деньги сами в руки лезут!» Поэтому, если ты задашь ему свой вопрос, для него это будет бальзам на душу: «О, меня кто-то признал, оценил!» Процентом восемьдесят предпринимателей согласятся с тобой встретиться и рассказать, как они добились успеха. Их мало кто понимает, еще меньше тех, кто их успехами восхищается. Поэтому поговорить с тобой таким людям будет интересно.

Договорись о встрече за завтраком или за ужином и расспроси обо всем, что тебе интересно. Спроси его: «Расскажи, какие проблемы были у тебя в начале пути? Что тебя мотивировало?» Ты увидишь разницу в том, как ты смотришь на мир — и как он. Не перебивай его, просто внимательно слушай, настройся на одну волну, ощути его энергетику, эти тонкие флюиды бизнесмена. Просто слушай, задавай наводящие вопросы — и в твоей голове что-то начнет меняться. И в конце концов ты заметишь: ему позвонят по поводу срочной бизнес-встречи, а он ответит: «Все, отменяй встречу, я занят!» Он будет тебе рассказывать и рассказывать, потому что до этого никто им не интересовался. Ты можешь стать для этого человека близким другом, потому что в мире очень мало людей, которые умеют слушать и ценить своего собеседника.

После первой встречи не теряй нового знакомого из вида. Постарайся проводить с ним больше времени, приглашай на вечеринки, посещай мероприятия, где он бывает. Вскоре ты почувствуешь, как меняешься.

Может быть, ты скажешь: «А у меня в окружении нет успешных людей!» Тогда просто бери справочник и начинай названивать в разные организации, проси секретарей соединить тебя с генеральным директором по личному вопросу. В 30–50 процентах ты дозвонишься. Начинай разговор прямо: «Я вижу, что ваша компания очень успешна. Я тоже хочу в будущем начать свой бизнес. Вы для меня пример для подражания, я мечтаю с вами увидеться. Да-

вайте встретимся на часок? Мне так важно узнать секрет вашего успеха!»

Фишка в том, что ты становишься для этого успешного человека тем, кто понимает его. Возможно, он согласится на встречу. А если нет – не огорчайся, звони другому. Поставь себе цель: за неделю провести хотя бы две такие встречи. Ты преодолеешь свою скованность и робость (в бизнесе эти качества только мешают!) и получишь бесценный опыт. Спрашивай у бизнесмена обо всем: «Как родилась идея? Откуда черпал мотивацию? Где искал партнеров? Когда достались первые деньги?» Закидывая его вопросами на засыпку – люди любят говорить о себе! И не забудь спросить, сколько он зарабатывал вначале и сколько получает сейчас, как изменилось его отношение к миру, к деньгам, ко всему.

Потом поблагодари его за встречу и скажи: «С тобой так классно было общаться! Давай еще как-нибудь встретимся». Пригласи его на день рождения или на семинар, придумай какое-нибудь совместное мероприятие. Когда такие люди появятся в твоём окружении, и твоя планка постепенно начнет повышаться. Ведь те, кто зарабатывает по миллиону в месяц (да хотя бы по сто, по двести тысяч), по-другому смотрят на мир. Если ты с ними подружишься, они будут тащить тебя от планки «двадцать тысяч рублей» и поднимать все выше. Этот процесс происходит сначала на уровне подсознания, а потом перетекает в реальный мир. Иногда даже непонятно, почему так происходит, это где-то за областью научных знаний. Но разве так важно – почему? Главное, что это работает!

В моем бизнесе было то же самое. Я осознанно начал повышать планку, общаться с теми, кто зарабатывает по миллиону. Постепенно я понял, что, хотя делаю практически то же, что и всегда, мои результаты заметно выросли.

Так произойдет во всех областях жизни, в которых ты хочешь прокачаться. Хочешь зарабатывать большие день-

ги — начни общаться с успешными людьми, даже если для этого придется преодолеть себя, избавиться от ложной скромности и волнения.

ТЕХНИКА «ЗРЕЛОСТЬ»

Новички, которые только собираются войти в бизнес, часто спрашивают у меня: «С чего же начать?» Мой ответ универсальный, и он состоит только из двух слов: **«Просто начни!»** Неважно, чем ты хочешь заниматься: инфобизнесом, написанием книг, танцами или вышиванием крестиком, самое важное — это первый шаг. Начни двигаться в нужном направлении! Это первый секрет успеха.

Второй секрет — тоже очевидный, но крайне важный: **не сдавайся!** Что бы ни происходило, не отступай от цели. Если ты решил часто путешествовать, начинай работать над этим: изучай маршруты, покупай путевки, выезжай за город. Когда ты будешь делать это постоянно, у тебя появятся результаты — сначала крошечные, едва заметные, а потом они начнут расширяться и постоянно увеличиваться. Так происходит в любом деле! То же самое касается бизнеса. Хочешь заняться бизнесом — начни и не сдавайся, даже если первые результаты тебя не порадуют. Тогда спустя определенное время ты придешь к успеху.

Здесь я хочу поделиться с тобой интересной техникой, которая в нашем проекте называется **«Техника „Зрелость“»**.

Я распределяю людей на три категории. Первая — это **люди реактивные**. Они все мгновенно схватывают и очень быстро достигают результата. Когда такой человек получает знания и мотивацию, он за короткое время, в течение одной-трех недель, уже добивается успеха в этой сфере и может гордиться первыми солидными достижениями. Но таких людей крайне мало — это примерно один процент населения Земли.

Признаюсь тебе: я сам к ним не отношусь! Я отношу себя ко второй категории — это **люди быстрые**. Если они ставят цель, то для ее реализации им нужно от месяца до трех. Около трех месяцев они могут раскачиваться, что-то изучать — и уже потом достигают результатов. Это 8—9% всех людей.

Третья категория — это **люди-тОрмозы**. Именно так — тОрмозы. Чтобы чего-то достичь, им нужен примерно год, а бывает, и дольше. Ты вдруг понял, что тоже тормоз? Не огорчайся, таких, как ты, 90% населения. Большинство людей раскачивается годами, чтобы совершить прорыв.

Ты должен точно знать, к какой категории людей относишься. Например, ты строишь бизнес в определенной сфере и если добиваешься результатов меньше, чем через три недели, — ты точно человек реактивный. Если тебе нужно до трех месяцев — ты быстрый. А если больше, чем полгода, ты, скорее всего, тормоз, но и это, поверь, нормально. С этим не нужно бороться — это надо просто принять.

Когда ты разобрался с категориями, ты поймешь, в каких видах деятельности достигаешь наилучших результатов. Скажи себе: «Да, я отношусь ко второй категории, и мои результаты появятся через месяц или три, ну, может быть, чуть позже». Этого времени тебе хватит, чтобы не слиться — не бросить все, что ты начал делать.

Вообще, **если ты начал бизнес — не бросай!** Работай над ним постоянно и доводи до конкретного результата. Если ты признаешь, что ты тормоз, то прими как данность, что для достижения успеха тебе понадобится больше времени. Но успех рано или поздно все равно к тебе придет.

И еще один секрет. Чтобы не сдаться, поднимаясь к вершине своего успеха, **найди в своей сфере людей, которые уже добились значительных достижений.** Отыщи тех, кто считается гуру в твоей теме. Познакомься с ними, ходи на тренинги, семинары, тусуйся, просто находишься рядом. Это сильно тебя прокачает. Когда ты будешь находиться возле человека, который выше тебя, он автоматически начнет тянуть тебя вверх, и ты быстро добьешься крутых результатов.

ПРО ДЕНЬГИ И МОТИВАЦИЮ В ИНФО- БИЗНЕСЕ

Заняться бизнесом и достичь успеха хотели бы многие. Большинство людей уже знает, что и как они хотели бы делать, понимают, что проблемы неизбежны, но преодолели. Но мешает другая сторона — психологическая. Им не хватает мотивации. Как же разбудить в себе тот настрой, без которого движение вперед невозможно? Учимся этому вместе.

Главная мотивация — это деньги. Уровень дохода — это самый насущный вопрос. Каждый из нас должен это понимать. Если ты не проработаешь его в себе, будет очень сложно стремиться даже к тысячам, не говоря уже о миллионах. Уровень дохода будет меняться, если над этим работать.

Но тут вас может ждать опасная ловушка — зона финансового комфорта. В современной России, несмотря на кризисы, жить, в принципе, достаточно комфортно. Можно найти работу и заработать на еду, одежду, какие-то минимальные потребности. Человек живет так изо дня в день и не понимает, что он в капкане, из которого нужно

срочно выбираться. Если жить на шее у родителей или постоянно дожидаться их поддержки, в этом нет ничего хорошего. Да, в холодильнике ты всегда сможешь взять колбасу или кефир, ты сможешь сходить в кино, купить новые джинсы. Но разве это тот уровень, о котором ты мечтаешь? У большинства людей есть деньги на еду и мелкие радости, но они не могут себе позволить ничего сверх этого. Ведь если они будут шиковать в начале месяца, в конце придется поджать хвост.

Не позволяй себе надолго застревать в этой рутине. Зарабатывай, поднимайся, пройди рубеж в тысячу долларов и не останавливайся.

Есть такая поговорка: «Лучше потратить три года и построить бизнес, который будет приносить большие деньги, чем сорок лет делать одно и то же и получать одну и ту же сумму». Чуть-чуть напрягись, затяни пояс, перетерпи — но потом все будет гораздо круче!

К сожалению, людей трусливых и ленивых очень много. Они не хотят напрягаться, разумно рисковать, действовать. Конечно, ведь куда легче сказать: «Я лучше буду ходить на нормальную работу каждый месяц». И как же выглядит в их представлении жизнь? Вот они находятся в точке А и зарабатывают там тысячу долларов, но мечтают о миллионе евро, машине, квартире, путешествиях. Как они видят эту дорогу? Скорее всего, так: «Я иду, иду — и вдруг бабах! — и случается что-то волшебное, рядом падает чемодан с деньгами. И вот у меня уже „мерседес“ и дом на Рублевке». По их мнению, вот так, за день, может произойти чудо и они достигнут точки Б.

Ха-ха! Да такого просто не бывает! Это миф. Чтобы пройти от одной точки до другой, надо **каждый день совершать какое-то действие**, которое постепенно приведет к точке Б. Вот что нужно понять!

Не разрешай себе лениться, жаловаться на жизнь. Действуй! Каждый день делай хотя бы маленький шаг в на-

правлении своей мечты. Сегодня ты нашел товар, завтра — удачного поставщика, послезавтра придумал рекламу... Опа, получилось! Работая в своем направлении постоянно, ты добьешься потрясающих результатов.

Конечно, иногда люди выигрывают в лотерею или получают миллионное наследство. Но это случается так редко, что не стоит об этом думать и питать глупые иллюзии. Если же ты будешь трудиться, то дойдешь до цели. Это закон.

Все начинается с первого шага. К заработку 2–3 миллиона в месяц я шел шесть лет. Шесть лет! Но я каждый день занимался своим проектом, вкладывал в него много сил.

Так **от уровня до 1000 долларов ты постепенно перейдешь к уровню 1000–3000 долларов.** В Москве такую сумму можно заработать, будучи наемным сотрудником, в регионе это очень сложно. Тебе может повезти — ты найдешь работу в нефтяной отрасли или, скажем, в политике, но тебе придется пахать с утра до вечера под руководством требовательного начальника. В госструктуре свои сложности: не факт, что ты продвинешься по карьерной лестнице, а не будешь сидеть на одном месте. В большинстве случаев, чтобы так зарабатывать, тебе нужно придумать и вести свой бизнес. Надо включить мозг!

Но перелом сознания наступает, когда **ты зарабатываешь от трех до десяти тысяч долларов в месяц.** Наемному сотруднику получать такие деньги практически нереально — это нужно быть супермега топ-менеджером, да при этом жить в Москве. Даже по столичным меркам это очень большие суммы! В бизнесе, в том числе в инфобизнесе, зарабатывать до 10 000 долларов несложно, а вот выше — уже сложнее. Я полтора года не мог пробить эту планку, запускал новые тренинги, открывал проекты — но упирался в стену. И тогда я понял: чтобы зара-

батывать больше, дальше нельзя идти одному — нужна команда.

Судьба свела меня с Никитой, который стал моим бизнес-партнером, и в первый же месяц нам удалось заработать два миллиона рублей на двоих. Два миллиона! Так мы поняли простую формулу: в бизнесе один плюс один — это не два. Один плюс один дает одиннадцать!

Убедившись в этом, мы начали искать профессионалов, которые могут с нами работать. И мы нашли их! Теперь у нас крепкая и дружная команда. Каждый делает то, что у него лучше всего получается, и мы продвигаемся вместе. Каждый месяц наши результаты растут. Мы поняли — все делать своими руками очень сложно, так можно действовать только на начальном этапе: пока у тебя нет денег и других ресурсов. Но когда появится хоть немного средств, их надо выделять для покупки своего времени. Время можно купить, используя услуги других людей. Им вполне под силу выполнять какие-то бизнес-процессы: звонить, упаковывать, отправлять... Ты можешь вообще выйти из этого процесса: нанять менеджера, который будет курировать работу, выстроить крепкую структуру из сотрудников, а дальше смотреть на все это сверху, учитывать статистику и получать прибыль.

Не пытайся сделать все самостоятельно — ты просто не потянешь это. Просто посчитай, сколько посылок нужно отправить на тысячу долларов, если одна посылка стоит тысячу рублей. Немало, правда?

Я начал говорить про посылки, потому что сам когда-то убедился, какой это геморрой. Когда я только начинал инфобизнес, я продавал курсы по «Яндекс. Директ» на дисках. Дело пошло, у меня было 20–30 заказов в день, а курс стоил 1900 рублей. К упаковке дисков я привлек всю семью: маму, сестру, братишку, свою девушку. Мы все сидели и упаковывали эти посылки. А потом их нужно отправить! Сам знаешь, какие очереди на «Почте России»,

да и в других организациях это не такой уж быстрый процесс. Так что не бери все в свои руки, ищи надежную команду.

Но есть очень хорошая новость: **если ты перешел на уровень «10 тысяч долларов и выше», ты вряд ли откатишься назад.** Тебе будет крайне некомфортно жить на тысячу долларов в месяц. Ведь ты уже привык ходить в рестораны и заказывать на дом дорогую еду, покупать одежду, почти не глядя на ценники. Тебя ломает покупать что-то дешевое, некачественное, а когда так ломает — наступает прогресс. Ты начинаешь работать над тем, чтобы удержаться на этом уровне жизни и, более того, идти дальше.

Запомни эти уровни: в них кроется ментальный шаг. Если ты перешагнул их — это очень круто! Ставь галочку и скажи себе: «Я молодец, я сделал это!»

Дальше идут другие цифры, которые пока тебе кажутся запредельными: миллион, три миллиона, десять миллионов... Что я могу сказать: заработать три миллиона — это примерно так же, как заработать десять. Чем выше заработка, тем более отточены технологии.

Зарабатывать деньги — это круто, но при этом ты должен понять одну очень важную вещь: по сути, сами деньги людям не нужны. Деньги — это фантики, бумажки, тем более сейчас, когда они не обеспечены золотом. Деньги ценны не сами по себе, но они важны, чтобы ты за них что-то получил.

Этот тонкий психологический момент я хочу закрепить полезным упражнением, которое поможет тебе достичь просветления в финансовой сфере.

Представь, что у тебя нет лимита денег — их бесконечно много. Ты имеешь миллиарды и можешь получить все, что захочешь. Если денег неограниченное количество, ты же не хочешь, чтобы они валялись, как бумажки? Да, это греет душу, но потом с этим надо что-то делать.

Поэтому запиши по максимуму все свои цели. Не стесняйся, не сдерживай себя ни в чем, откинь в сторону любые сомнения, ничего себе не запрещай. Можешь писать, например, так: «Хочу пентхаус в Москве и дом в Питере, красный „феррари“, путешествие в Бразилию...» Написал? Прекрасно. Теперь представь, сколько тебе нужно для этого денег. Ты поймешь, что для решения твоих проблем нужна конкретная сумма – например миллион долларов. Цифра немаленькая, но при работе и упорстве достижимая. Кто-то же заработал столько, а почему не ты? Теперь тебе есть, к чему стремиться. Ставь цели, расписывай, как их достичь, и иди вперед.

КАК ПРАВИЛЬНО ПОСТАВИТЬ ЦЕНУ НА СВОЙ ВЕБИНАР

Этот вопрос волнует многих новичков в инфобизнесе. На ценообразование играет много факторов, и я хочу их раскрыть.

Фактор первый. Целевая аудитория. Ты должен прекрасно знать, кто твой клиент, на какую целевую аудиторию рассчитан твой вебинар. Если ты делаешь продукт, не догадываясь, на кого он рассчитан, — это большой косяк. Одно дело — создавать вебинар для продвинутых бизнесменов, другое — для домохозяек. Это может быть инфопродукт для студентов, малых предпринимателей, общественников... Все факторы нужно учитывать.

Если ты делаешь вебинар на тему «Как выбрать машину экстремального класса», то, соответственно, твои клиенты — люди состоятельные, которые могут позволить себе даже «феррари». Если же ты продаешь тренинг «Как починить „жигули“ в экстремальных зимних условиях», рассчитывай на то, что владельцы «Лады» — люди не такие уж богатые. Много денег они не заплатят.

Фактор второй. Проблема. Очень важно, какую проблему решает твой вебинар. Если ты поднимаешь проблему, не решив которую, человек жить не сможет, это одно, и денег за это надо брать больше. Если же проблема надуманная, «левая», то клиент не будет за нее много платить.

Например, рассмотрим нишу здоровья. Если у клиента есть конкретная проблема, например близорукость, но он может сам с ней справиться (давно носит очки или линзы), то он может либо купить твой курс на эту тему, либо пройти мимо. А если у клиента рак или диабет – то, от чего зависит жизнь, он готов платить за решение проблемы действительно большие деньги. Но этот пример слишком тяжелый и категоричный. Можно взять другую тему – например, если у клиента проблема с потенцией, то он вряд ли пройдет мимо вебинара на эту тему и будет готов за нее заплатить.

Чем более глобальная проблема, чем более острые и актуальные вопросы решает твой вебинар, тем выше цену можно ставить за продукт.

Фактор третий. Эксклюзивность. Очень важно, будешь ли ты давать в рамках вебинара эксклюзивные знания или какую-то общеизвестную информацию, которую легко найти в Интернете. Полученная на тренинге информация должна приносить конкретно выраженный и очевидный результат, тогда за это можно брать деньги. Если ты гарантируешь слушателям, что после твоего тренинга он заработает в пять раз больше, и ты даешь железобетонную гарантию, то смело поднимай цену. Но если уж ты дал гарантию, доводи клиента до такого итога.

Например, я продаю коучинг от 500 тысяч рублей. Клиентов я довожу до конкретных результатов, чтобы они построили инфобизнес и делали первые продажи. Вот это и есть железобетонная гарантия.

Фактор четвертый. Экспертность. Это то, насколько ты являешься профессионалом в нише, в которой хочешь обучать. Если ты не эксперт, а человек с улицы, который пытается втиснуться в нишу, не надо заламывать непределенные суммы. Ведь если в твою нишу придет настоящий специалист, ты не сможешь с ним конкурировать. Поэтому всегда повышай свой уровень экспертности. От этого зависит и уровень востребованности — то, насколько люди хотят видеть тебя в роли ментора и учителя.

Теперь поговорим о конкретных цифрах. Если ты проводишь какой-то каст или семинар до двух-трех часов, решающий проблему по конкретной тематике, ставь цену **от 300 до 3000 рублей**. Это нормальная стоимость для короткого семинара в Рунете.

Если ты оцениваешь семинар выше, ты замахнулся на премиум-сегмент. Значит, у твоей аудитории должно быть больше денег, да и ты сам должен стать суперэкспертом, чтобы за твои знания и умение их транслировать люди пожелали платить.

За полноценный тренинг, который длится от недели до месяца, можно ставить цену **от тысячи до тридцати тысяч рублей**. Это нормальная цена, ведь каждый день ты будешь проводить вебинары, давать упражнения, объяснять задания. Поэтому ставить такую цену вполне допустимо. Если же ты классный эксперт и презентуешь премиум-сегмент, назначай цену от 30 тысяч.

Не бойся ставить высокие цены, ведь есть люди, которые готовы за это отдать свои деньги. Например, в той же нише B2B-консалтинге можно продавать участие в вебинарах за 30–40 тысяч. Если ты работаешь в нише для аристократов или крутых бизнесменов, они даже не поймут тебя, если ты укажешь низкие цены.

Хочу рассказать тебе о классной фишке — я называю ее **обыгрыш цены**. Когда ты ставишь цену на свой продукт,

покажи, насколько она эксклюзивна и выгодна на фоне других твоих услуг. Открою секрет: иногда очень дорогие услуги создаются специально, чтобы оттенить доступную цену основного предложения.

Например, мой коучинг стоит 500 тысяч рублей. Когда я продавал вебинар по инфобизнесу, писал, что там можно получить те же знания, что на коучинге, но не за 500 тысяч, а за 10 тысяч рублей. На фоне коучинговой цены стоимость вебинара выглядела доступно, и люди вписывались.

Также у меня существует услуга консалтинга, которая стоит 1 000 000 рублей. Я могу продавать коучинг по цене консалтинга, и в сравнении это будет дешево. И для консалтинга, и для коучинга находятся свои покупатели, но приобретают их гораздо реже, чем вебинары, тренинги, семинары. Поэтому в ассортименте обязательно должны быть дорогие услуги – на их фоне лучше покупаются другие предложения.

Что уж говорить про тренинги, которые стоят 500 рублей, 1000 рублей. Люди будут мгновенно их скупать, если узнают, что некоторые приобретают твои услуги и за 500 тысяч, и за миллион рублей. Обыгрыш цены работает всегда очень хорошо.

Как принимать деньги? Вариантов оплаты много: «Робокасса», «Яндекс Касса» – замечательная система, огромное количество вариантов. РБК-мани, «Киви-кошелек» – система платежей через терминалы. **Классная система – «Яндекс. Деньги»:** заведи кошелек и получай поступления, которые конвертируются с разными банками.

Но самый простой и доступный способ – это **карта Visa**. С каждым днем в России этой картой оплачивает покупки все большее количество людей. Такая тенденция меня радует, ведь на Западе давно уже принимают только Visa.

Немаловажный момент — **критично сначала принять оплату, а потом уже вписать человека на тренинг**. Никого не бери на тренинг бесплатно! Если тебе говорят: «Заплати позже» или «Можно по частям» — сразу отказывайся. Ставь четкую границу. Поверь, потом люди не заплатят! Цени свои знания, время и опыт. Четко дай понять тем, кто хочет прийти на твой тренинг на халяву или по суперскидкам, что поблажек ни для кого не будет, условия для всех одинаковы. Если под кого-то прогнешься, тебя банально не будут уважать.

Теперь ты знаешь, как работает ценообразование. Никогда не бери цены с потолка, подходи к вопросу разумно — и клиенты к тебе потянутся.

КАК СОЗДАТЬ УБОЙНЫЙ ВИДЕОПРОДАЖНИК

Продавать с помощью видео не так сложно — так думают те, кто этого никогда не делал. Я раскрою тебе семь фишек, которые использую в своей практике. Поверь, они отлично работают.

Фишка первая. Эффект удивления. Ты должен шокировать своего зрителя, удивить, зацепить. Главная проблема видео-продажников — их видео напоминает жвачку. Они скучные, однообразные, ты смотришь десять секунд — и выключаешь. Такие видео не работают.

Чем же поразить зрителя? Фактами, цифрами, громкими заявлениями. Я много раз говорил, что был самым успешным двадцатилетним бизнесменом России. Ведь это правда — и это вызывает интерес. Кто-то подумает: «Какой наглец!» Но почему меня должно волновать его мнение? А кто-то скажет: «О, это круто, хочу так же!» Главное — задевать эмоции.

Например, ты продаешь курс по личностному росту. Начни с шокирующего заявления! Скажи, что по статистике 90% людей, которые смотрят такие видео, — неудачники. Это зацепит людей, может быть, возмутит, но не оставит равнодушными.

Шокировать надо на протяжении всего видео. Желательно делать это каждые две-три минуты. Запускай что-то мощное: любая эмоция — это хорошо.

Фишка вторая. Результаты. Ты должен ярко преподнести как свои успехи, так и достижения своих учеников. Например, объяви, что твои тренинги прошли уже более 900 человек. Можно сказать и так: «Десять моих учеников уже стали миллионерами». Но достижения нужно показывать наглядно. Если можешь, демонстрируй скриншоты, фотки, графики, результаты. Занимаешься темой похудения — покажи, как похудел сам и твои ученики. Если твоя тема — бодибилдинг, пусть все увидят, как ты накачал мышцы. Все должны убедиться, что тебе есть, чем гордиться, уже сегодня. Упакуй это так, чтобы другие люди тоже захотели добиться успеха.

Главное — называй больше цифр. Цифры продают, поэтому чем их больше, тем лучше. Наглядно покажи, сколько денег ты заработал, на сколько килограммов похудел, сколько книг написал и так далее.

Фишка третья. Искренность. Например, я всегда говорю, что шел к первому миллиону три-четыре года. У меня многое не получалось. Ты можешь честно рассказать, что у твоего курса есть недостатки. Расскажи подписчикам о своих глубоких переживаниях, проблемах — но обыграй это так, чтобы они стали достоинствами. Если ты начнешь что-то сочинять, люди обязательно почувствуют, что ты их обманываешь. Я не рекомендую использовать ложь в видеопродажниках.

Например, ты сделал курс по экстремальному вождению. Скажи честно: «Этот курс не поможет тем, кто хочет профессионально заниматься гонками. Но зато вы сможете спасти жизнь и здоровье ваше и ваших близких и в бурю, и в гололед». Расскажи историю, как прошлой зимой

ты на полной скорости влетел в сугроб и помял крыло. Но если бы не навыки экстремального вождения, то врезался бы в автобус, который ехал впереди. Такая честность принесет тебе плюсы.

Фишка четвертая. Звонкий голос. Чтобы твои зрители не скучали, а заряжались эмоциями, ты должен уметь хорошо работать голосом. Каким бы классным ни был продающий текст для видео, если ты будешь говорить монотонно, тихо, неэмоционально, до конца твое видео не досмотрят.

Я рекомендую перед записью обязательно сделать разминку. Когда тело разогрето, и голос звучит лучше. Приготовь горячий напиток, сделай несколько дублей и склей самую удачную дорожку на несколько аудио.

Фишка пятая. Работа с возражениями. Эту фишку все знают, но почти никто ее не использует. На вопросы и возражения отвечай сразу в видеопродажнике. Выдели в конце видео несколько минут для ответов на основные вопросы. Во-первых, назови причины, по которым потенциальный клиент может отказаться от твоего предложения. Во-вторых, отметь его сомнения и внутренние преграды, которые грамотно обыграй, — ведь они мешают ему заказать твой курс. Например, если клиент полагает, что сомневается, сможет ли он уделять занятиям по видеокурсу достаточно много времени, ты скажи, что этому курсу нужно уделить всего лишь один час в день — и все будет хорошо.

Другой пример. Он не уверен, поможет ли твой продукт в его пятьдесят лет. Ты должен привести такие факты, чтобы убедить его: да, поможет.

Лучше всего перед стартом продаж узнать основные возражения и уже в видеопродажнике обыграть их, как тебе нужно. Многие известные маркетологи полагают, что это ключевой момент в продажах.

Фишка шестая. Твоя фотография. Этот простой шаг может принести тебе несколько дополнительных продаж. Покажи, что ты живой человек, особенно если продаешь не постоянной базе подписчиков, а посторонним людям. Фотография должна быть яркой, позитивной и при этом напоминать о твоём курсе. Если твой курс — про соблазнение, сфотографируйся в окружении красивых мулаток. Если ты учишь продавать, сделай фото с ноутбуком в своём офисе. Фотография играет очень важную роль при холодных продажах.

Если у тебя нет хорошей фотографии, не делай снимок на фоне совкового ковра. Закажи профессиональную фотосессию — это не так дорого стоит, но ты сможешь использовать качественные фото для своего бизнеса.

Фишка седьмая. Тестирование. Эта фишка разорвет твой мозг! А ведь мысль простая — покажи готовый видеопродажник десяти своим знакомым и попроси дать обратную связь. Пусть честно покритикуют, скажут, где им стало скучно, неинтересно. Если замечание повторяется чаще трех раз, значит, и твой потенциальный клиент это заметит. Главное, чтобы знакомые не повторяли мнение друг друга, поэтому опрашивай их по одному.

Для чего тебе нужен такой тест? Дело в том, что ни один из твоих потенциальных клиентов не напишет тебе и не расскажет, почему ему не понравился твой видеопродажник, а ты при этом потеряешь деньги. Только после того, как ты протестируешь видео на знакомых, можно показывать его потенциальным клиентам.

Это всего лишь семь фишек из моей постоянной практики, но на самом деле их сотни. Я уверен, что, включившись в работу, ты найдешь и собственные крутые фишки по видеопродажам.

ТРИ ФУНДАМЕНТА УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

Представь, что ты решил построить дом. Оформил землю, придумал проект, купил стройматериалы — и вот начинаешь класть кирпич за кирпичом... Стоп! А как же фундамент? Ведь без него рухнет вся кладка!

Без надежного основания нельзя выстроить ни крепкий дом, ни прибыльный бизнес. Опираясь на три фундамента успешного бизнеса, ты сможешь открыть свое дело. Если же ты уже стал предпринимателем, эти знания помогут тебе определить сильные и слабые стороны. Ты поймешь, чему нужно уделить время, чтобы бизнес начал активно развиваться.

Первый фундамент. Ядро. Ядро бизнеса — это ты. Нет ничего более ценного, чем твоя личность. Ты — это основа, начало, точка отсчета. От твоих ценностей, привычек, убеждений, принципов, опыта и даже внешности зависит главное — есть ли у твоей бизнес-идеи большое будущее.

Представь себе парикмахера. Он умело стрижет и хорошо выполняет свою работу, но клиенты все равно тянутся к другому мастеру. Ведь тот не просто ловко щелкает ножницами, но и знает, какую стрижку предложить, какая укладка подходит. Первый парикмахер — ремесленник,

а второй — творец. Вот и ты должен быть творцом своего бизнеса. Будь ярким, современным, харизматичным и делай свою работу не просто хорошо, а круто — лучше, чем другие!

В России у большинства бизнесов достаточно хорошо прокачано это ядро — люди придумывают интересные идеи и стремятся их реализовать. Но почему же это далеко не всегда приносит доход? Потому что это только первый фундамент! То, что ты качественно выполняешь свое дело, — этого мало. Нужно строить второй фундамент, чтобы перейти на следующий уровень.

Второй фундамент. Упаковка. Если выставить на продажу дорогое кольцо, завернутое в мятую серую бумагу, многие ли захотят приобрести такую драгоценность? Бизнес должен показать товар лицом, и твоя задача — позаботиться об упаковке.

В каждом бизнесе есть своя упаковка. В интернет-бизнесе упаковка — это лэндинги, то есть твои сайты. Если ты ведешь офлайн-бизнес, то упаковка — это пиар, то, что говорят о тебе люди. Если ты продаешь одежду, определись с дизайном торговой точки. Круто стрижешь и решил основать Barbershop — всерьез поразмысли над обликом салона и стилем сотрудников. Продвигаешь себя как эксперт — пиши книги, публикуй статьи, не забудь о качественном копирайтинге.

Если ты успешный бизнесмен, но едешь на раздолбанной «пятерке», тебя будут воспринимать либо как чудака-миллионера, либо как чудака на букву «м». Тут уж думай сам, какая тебе нужна слава. Если твоя цель, чтобы о тебе заговорили, — принимай смелые решения. Но помни: **упаковка должна показать тебя с выгодной стороны.** А чтобы об этом узнали окружающие, сразу начинай строить третий фундамент.

Третий фундамент. Трансляция. Итак, ты уже крут. Ты создал хороший бизнес, позаботился о его упаковке. Самое время рассказать об этом всему миру! Ну, или всему городу – как пойдет. Только ты знаешь, какие у тебя цели.

Трансляция – это реклама твоего дела. Да, слово «реклама» уже навязло на зубах, но что делать – без этого не обойтись! Начни с малого – продвигай свое дело в Интернете, рассказывай о нем в соцсетях и на профильных сайтах, добивайся положительных отзывов. Но не забывай и про рекламу офлайн – это даст мощный импульс твоему бизнесу.

Ты можешь возразить мне: «А зачем нужна реклама? Я получаю клиентов через сарафанное радио! Ничего плохого в сарафанном радио нет – это означает, что в твоём бизнесе сильное ядро. Но без упаковки и без трансляции ты далеко не пойдешь.

Вот смотри: клиенту понравились твои товары или услуги. Довольный, он советует приятелю: «Иди-ка туда, там прикольно!» А тот возражает: «Нет, что-то я сомневаюсь. Что за фирма такая? Никто ее не знает, даже рекламы толковой нет. А тебе, наверно, просто повезло!» Человек не смог пробиться сквозь отсутствие упаковки и трансляции – а ты потерял нового клиента.

Тем, у кого дело построено на сарафанном радио, я всегда говорю: «Это не бизнес, ребята! Когда поток клиентов иссякнет, что вы будете делать? Чтобы этого не случилось, хорошенько упакуйте ваш бизнес, добавьте трансляцию – и ваши результаты улучшатся не в два и не в пять раз, а в двадцать, тридцать раз!»

Теперь я возвращаюсь к главному – начинай с ядра. Представляешь, как обидно, когда за красивой глянцевой упаковкой скрывается какая-то ерунда? Клиент – не дурак. Он может прийти к тебе, привлеченный крутой рекламой, но если дело пустяковое, он быстро это раскусит. Я знаю много проектов, где и рекламные возможности раз-

вернуты толково, и трансляция на уровне. Приходишь, а внутри, уж извини, слово на букву «г». Это плохой бизнес, не надо так делать.

Действуй по схеме: ядро – упаковка – трансляция, так ты выстроишь эффективную систему бизнеса. Но она начнет реально круто работать, если все эти три компонента будут синхронизированы. Внедряй все этапы, и тогда клиенты, которые появились у тебя благодаря упаковке и трансляции, будут довольны ядром, да еще всем про это расскажут – то есть, опять же, транслируют.

Раз уж я привел в пример парикмахерскую, давай с этим продолжим. Клиент появился в салоне благодаря трансляции (скажем, информации в Сети или рекламе в газете). Его впечатлила упаковка – атмосфера Barbershop'a, дизайн, стиль обслуживания, бесплатная чашка кофе... Но главное – ядром, то есть модной стрижкой, он остался вполне доволен. Через пару недель он заглянет в ближайший салончик возле дома – и хотя там тоже вроде бы стригут неплохо, он непременно скажет: «Нет, тут что-то не то. Не пойду сюда больше!» Маркетологи уловили стремление к красивой упаковке. Поэтому индустрия Barbershop'ов развивается, а обычные парикмахерские банкротятся.

Сегодня нельзя строить бизнес только на уровне ядра. Дело само по себе не раскрутится. Уделяй внимание упаковке, не забывай про трансляцию – и ты оставишь конкурентов далеко позади. Чем быстрее ты внедришь эти принципы, тем успешнее будет твой бизнес.

ДЕСЯТЬ ОШИБОК, КОТОРЫЕ МЕШАЮТ СТАТЬ МИЛЛИОНЕРОМ

Умный человек учится на чужих ошибках, и только дурак — на своих. Если ты хочешь стать миллионером, должен знать о чужих промахах.

Ошибка первая. «Я и так уже все знаю». Это ложное убеждение — все знать невозможно. Если ты не хочешь учиться, то ничего не достигнешь. Успешные люди учатся всю жизнь!

Может быть, тебе кажется, что ты прочитал уже все книги о достижении успеха, финансах, мотивации, посмотрел кучу видеороликов, побывал на семинарах ведущих коучей... И теперь сидишь такой гордый и высокомерно говоришь: «Чему я буду учиться? Я и так все знаю!» Так вот — это тупик.

Все миллионеры постоянно учатся, жадно впитывают новые знания. Мир меняется — и они меняются вместе с ним.

Как только ты решишь, что ты уже всему научился, — знай, ты развернулся в другую сторону от успеха. Эта ошибка ограничивает тебя в развитии и не дает двигаться вперед.

Ошибка вторая. «Учусь, но ничего не делаю». Это вторая крайность. Человек без конца учится, читает книги, смотрит видео — и при этом не выполняет никакие рекомендации, не воплощает изложенные идеи в жизнь. Таких людей я называю «знайками». Если ты копишь знания, но не применяешь их на практике, какой от них толк? Я рекомендую соотношение обучения и действий как двадцать процентов к восьмидесяти. Это лучшая комбинация, чтобы достичь высоких результатов.

Когда ты узнаешь что-то новое, используй правило 72 часов. Если ты в течение 72 часов не применил эту информацию, то она бессмысленным грузом осядет у тебя в голове. К успеху тебя это точно не приблизит.

Ошибка третья. «Не могу решиться на первый шаг». Я знаком с огромным количеством людей, которые никак не могут приступить к действиям. Они накапливают информацию, собираются с духом, говорят себе: «Вот завтра... Нет, точно, послезавтра!» — и снова откладывают. Тебе не нужно постоянно учиться, как делать бизнес. Ты просто его начни, а то, что не знаешь, освоишь в процессе. Будь решительнее, сделай первый шаг уже сегодня. Не будь в числе тех глупых мечтателей, которые рассуждают из года в год: «Вот скоро я придумаю классный бизнес-проект, реализую его и стану миллионером». Они со старятса, но так ничего и не добьются. Делай первый шаг максимально быстро. Ввязывайся в бой — а там будет видно!

Ошибка четвертая. «Мастер оправданий». Такой человек умеет виртуозно оправдываться. В его неудачах виноваты все подряд: родители, начальство, государство, очередной кризис, плохие обстоятельства... Он постоянно обвешан проблемами и всегда ноет. Ну какой из него миллионер? Конечно, проще всего пить пиво с друзьями

и обсуждать президента и бизнес-климат в стране. Тяжело отказаться от этой привычки. Но, может быть, ты наконец научишься брать ответственность на себя? С миром-то все в порядке, только не надо ждать, что он будет совершенным и даст тебе все на блюдечке. Он такой, какой есть, — другого не будет. Не надо менять мир — измени себя.

Ошибка пятая. «Боюсь критики». Это очень серьезная проблема — большинство людей крайне болезненно воспринимает любые критические замечания. Любое негативное слово, даже анонимно написанное в Интернете, вызывает у них душевную травму. Они начинают любыми путями избегать этого, а в результате ничего не делают, только бы не попасть под прицел очередных критиканов.

Если ты хочешь чего-то достичь, забей на критику! Просто делай свое дело так, как считаешь нужным. Успешных людей критика не тревожит — проще говоря, им просто пофигу! Как сказал Дэн Кеннеди: «Если до обеда меня никто не оскорбил, значит, я зря прожил этот день».

Тебя критикуют, а ты радуйся: значит, кто-то обратил на тебя внимание, может быть, он завидует, а может, ты раздражаешь его своими успехами. Если о тебе никто ничего не говорит, значит, ты — никто! Хочешь быть никем? О'кей, избегай критики!

Даже если ты будешь делать только добрые дела, заниматься благотворительностью, помогать больным детям или поддерживать стариков, все равно найдется тот, кто захочет разгромить тебя в пух и прах. Так что же, спрятаться под одеяло и не выбираться оттуда? Если бы все боялись критики, мы бы до сих пор жили в пещерах! Будь готов к тому, что вокруг тебя соберется целая стая критикующих: люди будут учить тебя жить, говорить, как надо и как не надо делать, давать какие-то советы. Не слушай никого и не ввязывайся в бесполезные споры, которые

выкачивают энергию. Это просто фон! Скажи: «Молодец, что имеешь свое мнение» — и иди дальше. Но если ты встретишь конструктивную критику (что бывает на самом деле редко), прислушайся к ней, если считаешь, что это принесет тебе пользу. Только не загружайся по полной программе. Хочешь добиться феноменальных успехов — не бойся критики.

Ошибка шестая. «У меня нет цели». Ты плывешь по течению, а к каким берегам тебя принесет, даже не знаешь. Ты — кораблик, который бултыхается в волнах, но никуда не движется. У каждого корабля должен быть четкий курс. У каждого человека — прописанная цель. Эта цель — как маяк, который освещает путь к успеху. Ты должен идти к ней, даже если попадешь в шторм, даже если ураганы попытаются кинуть тебя на рифы. Следуй к цели — и рано или поздно ты до нее доберешься.

Ошибка седьмая. «Любитель халявы». Все любят, когда что-то плывет в руки без денег и усилий. Но если увлекаться халявой без всякой меры, тебя будут считать паразитом, который всегда выезжает за счет чужих ресурсов. С халявщиками никто не хочет иметь дело. Если ты будешь думать лишь о том, как бы побольше урвать, ничего не давая взамен, от тебя очень скоро все отвернутся. Паразитов никто не любит. Так что не будь падким на халяву, помни, что за многое придется платить: за образование, за рекламу, за услуги и сервисы. Богатые люди всегда достойно оплачивают то, что получают. Их мышление таково: «Если другой человек постарался для меня, я заплачу за его труд. И он тоже заплатит мне, когда я создам какую-то ценность». Если смотреть на мир через паразитическую призму, из круга бедности выйти невозможно. Не стремись брать, ничего не давая взамен.

Ошибка восьмая. «Не умею считать деньги». На своих тренингах я всегда предлагаю участникам базовое упражнение — до копейки подсчитать, сколько они зарабатывают и сколько тратят. Ты должен твердо знать, куда уходят твои деньги. Считай их каждый день — так делают все богатые люди, и это очень важно. Если ты живешь от зарплаты до зарплаты и в последний день у тебя в кармане остается последний столик, значит, нужно что-то менять в жизни. Подумай, на что ты тратил свои средства, — все ли тебе было так уж необходимо? Почему ты остался ни с чем? Учитывай все доходы и расходы, чтобы решить проблемы с финансами.

Ошибка девятая. «Боюсь становиться предпринимателем». Работая наемным сотрудником, тоже можно получать неплохие деньги — смотря где ты трудишься. Но если ты хочешь сделаться супербогатым и суперуспешным, то в 95% случаев тебе придется делаться предпринимателем. Если ты привык менять время на деньги, это тупиковый путь, ведь рано или поздно ты упруешься головой в финансовый потолок. Ты никогда не сможешь зарабатывать столько, сколько мечтаешь. Хочешь стать миллионером — значит, сама жизнь заставит тебя научиться предпринимательству. Но готовься к тому, что это непростой путь. Предприниматель всегда рискует, берет на себя ответственность, сложные обязательства. Зато у него есть все шансы победить! Если ты готов к этому, подумай, в каком направлении бизнеса ты хочешь развиваться. Зарабатывай миллионы и будь счастлив.

Ошибка десятая. Прокрастинация. Прокрастинация — это бич современного человека, страшная привычка откладывать все на потом. Почему — страшная? Потому что прокрастинация, как чудовищный монстр, поглотила не одну хорошую идею, разрушила не одну мечту. «Я сде-

лаю это потом», — говорит человек. Но ничего не делает. Если ты полагаешь, что решишь вопросы завтра, я тебя разочарую — завтра не наступит никогда. Пойми: можно быть только здесь и сейчас. Принял решение — действуй!

Люди, склонные к прокрастинации, обычно мучаются от перфекционизма. Им надо любую работу сделать максимально круто, не на пятерку, а на десяточку, так, чтобы их похвалили, восхитились ими. Они мечтают об этом и... не делают вообще ничего! Так вот, пока ты что-то собираешься сделать на десятку, я сделаю десять вещей на семерку и все равно окажусь в выигрыше. Лучше сделать один проект хорошо, качественно, но не идеально, чем размазывать его на целый год и в конце концов забросить. Убивай в себе перфекциониста, он мешает тебе пробиваться к успеху. В бизнесе важна скорость. Закончив читать этот абзац, отложи книгу и сделай хоть что-нибудь, что приблизит твой проект к успешному завершению, соверши давно запланированное действие. Для миллионера нет слова «завтра», есть только слово «сейчас».

ДЕСЯТЬ ВЕЩЕЙ, КОТОРЫЕ ДЕЛАЮТ МИЛЛИОНЕРЫ

Кто хочет стать миллионером? Да все этого хотят! Но что нужно сделать, чтобы из начинающего предпринимателя превратиться в преуспевающего бизнесмена? Я назову тебе десять вещей, которые являются жизненными принципами каждого состоятельного человека.

Первая вещь. Предназначение. У каждого человека есть сильные и слабые стороны. Я, например, не боюсь признаться, что не силен в технических моментах. Не умею создавать сайты, не разбираюсь в кодах, не знаю, как обрабатывать видео.

Но у меня есть другие способности: придумывать крутые проекты, внедрять финансовые инструменты, интересно об этом рассказывать. Я нашел свою нишу – и ты ее тоже найдешь.

Выясни, какие у тебя есть таланты, определи навыки, которые можно развить. Когда ты найдешь свое предназначение, откроется путь к новой жизни. Не дай угаснуть своим способностям! Усиливай сильные стороны, а если ты в чем-то слабоват, дай возможность другим людям поддерживать тебя.

Вторая вещь. Принцип десяти процентов. Это прикольный секрет! Тебе хочется получить все и сразу, но это, поверь мне, невозможно. Непомерно огромная цель, обрушившись на тебя, раздавит и желание что-то делать, и все хорошие идеи. Тогда ты махнешь рукой и скажешь: «Нет, я с этим не справлюсь!»

Но тебе и не нужно справляться сразу со всем проектом! Запусти его для начала на десять процентов. Сделай первый шаг и посмотри на результат. Если получишь обратную связь, увидишь, что мир идет тебе навстречу, — выполни еще десять процентов. Если ты говоришь себе: «Ого, пошла движуха, это работает!» — следуй дальше. Если же чувствуешь, что рынку это не нужно, что дело совсем не идет, тогда не убивайся, не мучайся. Придумай что-то другое, так ты сэкономишь огромное количество времени и сил.

Третья вещь. Идеальный бизнес. Чтобы стать миллионером, нужно быть предпринимателем. Прежде чем начать свое дело, разберись, чего ты хочешь достичь. Сядь и четко напиши (или даже схематично нарисуй), каким ты видишь свой идеальный бизнес. Подумай, какой работой ты хочешь заниматься, какие люди должны тебя окружать, сколько ты планируешь зарабатывать. Опиши источники дохода, возможные риски. Пойми, на каких принципах строится твое дело, какие вопросы предстоит решить. Потом, исходя из этой информации, ты начнешь делать чек-листы и выстраивать бизнес, который станет для тебя идеальным.

Четвертая вещь. Полезные связи. Не только в нашей стране, но и в мире очень многие важные вещи решаются на личных связях, знакомствах, контактах. Без навыка нетворкинга (а это как раз-таки обзаведение связями) не будет успешного бизнеса. Даже если ты махровый ин-

троверт, но хочешь зарабатывать деньги, тебе придется общаться с людьми, коннектиться, предлагать им какую-то пользу и получать что-то взамен.

Развивай коммуникативные навыки, не бойся знакомиться с новыми людьми, учись технологиям общения. Не думай, что все это у миллионеров в крови, — они так же, как ты, набивали шишки, огорчались и радовались. При любой возможности прокачивай этот навык.

Пятая вещь. Делегирование. Ты погружен в свой бизнес с головой, знаешь о нем все, и тебе кажется, что ты сам справишься со всеми делами? Нет, ошибаешься! У тебя не хватит времени, энергии, здоровья, эмоциональных сил. Ты же не хочешь перегореть уже на первом этапе? Тогда делегируй! Развивай в себе менеджерские навыки — это всегда пригодится. Управлять другими людьми непросто, но ты справишься с этим. Когда ты научишься обучать и контролировать, получишь достойные результаты.

Твоя задача — найти свою ключевую компетенцию и делать акцент только на этом. Все остальное смело передавай партнерам, наемным сотрудникам, фрилансерам. Не стремись во всем быть самым крутым — это долгий путь в тупик.

Шестая вещь. Мышление миллионера. Мысли, убеждения, мировоззрение — это тот фундамент, на котором строится наша жизнь. Ты можешь думать как нищелюб, а можешь размышлять как миллионер. От этого зависит, кем ты в итоге станешь. Если в твоей голове будет все разложено по полочкам, то и в бизнесе, и в финансах, и в личных отношениях все будет в порядке. Работай над мышлением каждый день.

Седьмая вещь. Новые привычки. Если те действия, к которым ты привык, не привели тебя к финансовому

успеху, значит, ты делаешь что-то не то. Меняйся, ищи новые способы, которые помогут добиться позитивного результата. Тебе придется делать что-то новое, а это всегда страшно. Но зато ты придешь к победе.

Восьмая вещь. Новые люди в окружении. Чтобы достичь вершин, нужно общаться с успешными людьми, которые помогут тебе выйти на новый уровень. Окружение мощно влияет на твою жизнь. Если ты хочешь круто зарабатывать, тебе придется познакомиться с теми, кто добился высоких результатов. Кроме того, непременно сформируй команду, которая будет поддерживать тебя, перекрывать твои слабые стороны, помогать реализовывать начинания. Без единомышленников ты быстро сгоришь.

Девятая вещь. Повышение уровня нормы. Если сейчас для тебя норма — толкаться в общественном транспорте, добейся того, чтобы нормой стали поездки на такси — это дороже, но гораздо комфортнее. Затем выходи на новый уровень — личный автомобиль. Но и здесь не останавливайся, иди к следующей ступени — персональному водителю. Летаешь самолетом в эконом-классе? Скажи себе: это ненормально! Я достоин летать в бизнес-классе, в первом классе! Постоянно повышай нормы своей жизни. Только так ты сможешь расти, а вместе с тобой вырастут и доходы.

Десятая вещь. Фокусирование на целях. Богатые, успешные, знаменитые люди всегда фокусируются на целях. Если ты не будешь держать в голове то, к чему стремишься, никуда и не придешь. Поэтому помни о целях, пересматривай их и корректируй, записывай новые. Ты должен четко определить, чего ты хочешь достичь за день, неделю, месяц, год. Уделяй внимание своим це-

лям каждый день — пусть это станет хорошей привычкой.

Вот ты и узнал десять вещей, которые делают все миллионеры. Это мои личные наблюдения, выводы, составленные после общения с успешными людьми. Внедри эти принципы в жизнь — и ты тоже станешь человеком, который будет зарабатывать от одного миллиона рублей в месяц и выше.

ОТКАЖИСЬ ОТ ТРЕХ ВЕЩЕЙ, ЧТОБЫ СТАТЬ МИЛЛИОНЕРОМ

Хочешь стать миллионером — прими решение и откажись от некоторых вещей, к которым привык.

Откажись от работы по времени. Это первое, от чего тебе нужно отказаться. На данный момент примерно 90 процентов людей во всем мире меняют свое время на деньги. Это основная валюта.

Если ты хочешь добиться полной финансовой независимости, стать миллионером и успешным человеком, откажись от этой парадигмы. С этого момента четко для себя реши: «Я свое время на деньги не меняю!» Теперь твоя парадигма измерения результатов — это конечный эффект. Ты будешь ориентироваться на то, что сам можешь сделать и спроектировать, а не на потраченное время.

Откажись от работы на начальника. Многим отказаться от этого действительно сложно — ведь у нас это в крови. Тебе придется полностью отказаться от работы на кого-либо: на босса, на государство или кого-то еще. С этого момента ступай на самостоятельный путь. Контролируй все

звенья того, что происходит в твоей жизни, особенно финансовую сторону. Ты идешь своей дорогой — начинаешь работать на себя и строить свой бизнес. Это взрослый, осознанный шаг. Тебе он покажется рискованным, но если ты хочешь быть успешным, придется делать те вещи, которые делают все миллионеры.

Откажись от претензий. Забудь про все претензии: к государству, начальнику, твоим близким, еще к каким-то людям. Если у тебя были какие-то обиды, выкинь их из головы. Теперь все только в твоей зоне ответственности. Ты сам строишь свою судьбу. Если у тебя что-то не получается, если ты не добиваешься результатов — не надо никого винить. Иди — и добивайся! Внешний мир вообще ни в чем не виноват. Это у тебя что-то неправильно. Прими полную, стопроцентную ответственность за себя.

Предупреждаю — это сложный путь. Он годится не для всех. Но если ты сделаешь эти три вещи, перейдешь совсем в другую парадигму понимания этого мира и добьешься совершенно потрясающих результатов. В твоей жизни появится больше денег, счастья, успеха, безопасности — все, чего ты хочешь от жизни. Начни свой путь прямо сейчас.

ДВЕНАДЦАТЬ ПРАВИЛ УСПЕХА ДЛЯ ТЕХ, КТО МОЛОД

Я давно занимаюсь предпринимательством, а свой первый миллион в Интернете заработал, когда мне было девятнадцать лет. Я был молодой, энергичный и не сомневался в своем успехе. У меня все получилось — уверен, что и у тебя тоже получится.

Если ты школьник или студент, если ты взрослый человек, но тебе нет еще тридцати и ты не знаешь, куда направить свою бурную энергию, я поделюсь с тобой секретами успеха. Я расскажу о том, что делал лично я и что принесло мне отличные результаты. Воспользуйся моими подсказками — и, возможно, ты тоже скоро заработаешь свой первый миллион и станешь обеспеченным человеком. Я тебе желаю достичь этого!

Первое правило. Найди свой путь и не сворачивай с него. Тебе нужно осознать, что к успеху ведет определенная дорога. Я часто встречаю большое количество молодых людей, которые вообще не думают о том, чем они будут заниматься через пять или десять лет, как собираются зарабатывать себе на жизнь, что будут делать, когда

у них появится семья. Они перебиваются случайными заработками, выпрашивают деньги у родителей и вообще не размышляют о будущем. Сейчас им комфортно, а что будет потом – не волнует.

Такой образ мыслей я не понимаю. Считаю, что человек должен всерьез задуматься о будущем уже лет в шестнадцать. В этом возрасте уже можно определить, чего ты хочешь от жизни.

Свой первый маленький бизнес я начал в четырнадцать лет. В шестнадцать я стал делать более крупные шаги и в девятнадцать заработал миллион. Чем раньше ты начнешь, тем быстрее придешь к успеху. Для начала пойми: тебе нужно стремиться к тому, чтобы самому себя обеспечивать. Причем, разумеется, законными способами – это уж вообще не обсуждается.

Второе правило. Тебе нужно учиться. Может быть, ты сейчас проворчишь: «Родители и преподы достали: „Учись!“ – и этот туда же!..» Но самообразование – ключ ко всем дверям. Не надо механически запоминать все подряд, учишься тому, что тебе действительно пригодится.

Нам повезло жить в век информации. В YouTube-канале ты можешь найти любую книгу, тренинг, курс. В Интернете есть какие угодно статьи и материалы. Все для тебя, бери и пользуйся, Google тебе в помощь.

Не знаешь, как продавать, – найдешь миллион советов для начинающего продавца, не понимаешь, как делать рекламу, – отыщешь миллион рекомендаций по этому вопросу. Информация по любой сфере доступна. Только начни учиться прямо сейчас.

Книги по бизнесу я начал читать в пятнадцать лет, причем читал действительно много. За книгами я проводил по пять-шесть часов в день, и это дало свои результаты. Пока у тебя нет своего опыта, черпай опыт других, все это серьезно тебя продвинет.

Третье правило. Оцени свое окружение. Я прекрасно понимаю, что у четырнадцати- или пятнадцатилетнего человека окружение возникает случайно — иногда тебе его просто навязывают. Ты приходишь в класс или на факультет, появляешься среди коллег на работе — там у тебя нет выбора, с кем общаться. Это окружение не развивает тебя.

Окружение может быть разным: позитивным, негативным, нейтральным. Если люди вокруг тебя говорят только о том, как кто-то кому-то надрал задницу, обсуждают футбол и сериалы — это конец. Беги от них, пока не поздно. Ищи позитивное окружение — то, которое будет тебя поддерживать. В твоём городе наверняка есть сообщества молодых предпринимателей, ты сможешь найти друга — партнера по бизнесу.

Своего бизнес-партнера я нашел, когда мне было всего семнадцать лет. Мы начали общаться, вместе ставили цели, смотрели, кто первый их достигнет, поддерживали друг друга. Это очень круто! Мы работаем вместе и сейчас. И тебе я желаю найти такого человека.

Окружение мощно влияет на успех. Помнишь поговорку: «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты»? Если в твоём окружении одни говнюки, ты тоже будешь говнюком. Если это хорошие позитивные люди, которые стремятся к развитию, и ты станешь таким же.

Четвертое правило. Не живи с родителями. Понятно, что школьник никуда из дома не уйдет, но если ты студент и живешь вместе с мамой и папой, срочно найди себе другое жилье. Заработай деньги на первый месяц, найди себе квартиру или комнату — и съезжай. Пока рядом с тобой родители, ты находишься в зоне комфорта, из которой очень сложно выбраться. Но как только ты окажешься один на один с реальным миром, тебе волей-неволей придется мобилизоваться и искать пути заработка, варианты дальнейшей жизни. Нет, портить отношения с родителями

не нужно — сам понимаешь, это родные тебе люди. Но ты должен стать самостоятельным.

Я съехал от родителей в девятнадцать лет — считаю, что мог бы сделать это и раньше. Мне пришлось самому найти квартиру, обеспечивать себя едой, одеждой, оплачивать все расходы. Вскоре я понял, что могу справиться сам со всеми проблемами. Отсюда вытекает и еще один важный пункт — пятое правило.

Пятое правило. Забудь про родительские финансы. Эй, хватит тратить полчку родителей на еду, одежду и тусовки! Очнись, ты уже вырос! Начни обеспечивать себя самостоятельно, не спихивай ответственность на других. Зарабатывай сам!

Шестое правило. Выключи телевизор. И не только телевизор! Прекрати смотреть тупые сериалы и всякую хрень на YouTube, не лезь каждые пять минут в социальные сети. Время очень дорого, для каждого оно лимитировано — никто не обещал, что ты будешь жить бесконечно. Так зачем тратить его на «Игры престолов», глупые мультики и разную ерунду? Отпишись от мусорных каналов, которые не приближают тебя к результату, оставь только образовательные, мотивирующие подписки. И прекрати уже смотреть в Сети всякий негатив: аварии, убийства — зачем тебе это? Все эти видосы для тех, кто прожигает жизнь, но ведь ты хочешь добиться успеха. Поэтому научись находить действительно полезную информацию, которая будет питать, а не засорять твой мозг.

Седьмое правило. Научись ставить цели и управлять временем. Срочно начни копать эти темы — целеполагание и тайм-менеджмент. Это ключевые вещи. Сейчас у тебя, возможно, много времени, но мало денег, но ты ведь хочешь все изменить. У меня сейчас обратная ситуация:

есть деньги, но не хватает времени. Мне тоже приходится думать, как распределить время, чтобы успеть реализовать все проекты. Если ты хочешь двигаться к цели, изучай искусство управления временем.

Тебе нужно научиться целеполаганию, об этом написано огромное количество книг — почитай таких авторов, как Брайан Трейси, Робин Шарма, Энтони Роббинс. Ты сможешь не просто ставить цель, но и достигнуть ее.

Восьмое правило. Отдавайся делу полностью. Если ты хочешь в чем-то преуспеть, тебе не нужно постоянно прыгать от одного источника заработка к другому. Выбери одно узкое направление, одну стезю — и посвяти ей десять тысяч часов. **Что такое десять тысяч часов?** Это три года интенсивной работы либо пять лет неинтенсивной деятельности. Если ты хочешь преуспеть, например, в онлайн-бизнесе, потрать на это десять тысяч часов. Если мечтаешь классно играть в футбол, тебе нужны десять тысяч часов тренировок. Настраивайся на долгую дистанцию, тебе нужно время, чтобы стать профессионалом.

Девятое правило. Начни посещать тренинги. Тренинги — это быстрый способ продвинуться, получить правильную мотивацию, выстроить знания в систему. Они позволят тебе за короткий срок сделать большой шаг вперед.

Десятое правило. Найди наставника. Я советую найти даже двух-трех наставников, которые помогут тебе достичь успеха. Наблюдай за их действиями, моделируй все, что они делают. Бери консультации, ходи на их тренинги и коучинги. Наставник уже прошел тот путь, на который ты стремишься, он поможет тебе найти самый главный ключ к хорошим результатам. Можешь себе представить спортсмена без тренера? А хирурга, который учится делать операции самостоятельно? Наставник нужен в любой сфере

жизни — в спорте, бизнесе, отношениях. Найди наставника — и развивайся.

Одиннадцатое правило. Веди блог. Выбери любую интернет-платформу. Неважно, пусть это будет блог на «ВКонтакте», в «Инстаграме», в «Фейсбуке», в YouTube... Пиши туда каждый день, озвучивай мысли, делись успехами, не скрывай провалы. Будь открытым, научись скачивать мысли из своей головы и загружать их в Интернет, чтобы все могли наблюдать за твоим прогрессом. Постепенно появится сообщество людей, которое начнет тебя читать, будет тебя поддерживать. На определенном этапе это та поддержка, которая позволит добиваться крутых результатов.

Когда я только начинал свой путь, я завел блог в «Живом Журнале». Почти каждый день я записывал свои мысли о том, что делал, какие ставил цели, это очень помогло мне на начальном этапе.

Двенадцатый совет. Приноси людям реальную пользу. Когда люди будут получать реальные результаты от того, что ты делаешь, и они начнут кайфовать от этого, в твоей жизни резко появится много денег. Так работает кармический закон: чем больше ты отдаешь, тем больше к тебе возвращается. Чем бы ты ни занимался, делай что-то максимально полезное для людей. Вот тогда в твоей жизни все будет хорошо.

Если ты будешь применять эти двенадцать советов, сможешь преуспеть уже в молодом возрасте — до тридцати лет. Воплощай в жизнь эти азы успеха и получай самые лучшие результаты.

КАК РАСКРУТИТЬ «ИНСТАГРАМ»

«Инстаграм» с каждым днем набирает популярность. Если ты не являешься активным пользователем этой соцсети, значит, ты не в тренде. Я расскажу тебе, как раскрутить свой «Инстаграм».

Если у тебя его еще нет, обязательно впиши в чек-лист действий регистрацию в этой соцсети. Так ты будешь получать больше внимания, лайков, денег и результатов.

В моем «Инстаграме» около тридцати тысяч подписчиков — кстати, он находится здесь: [azatmale](#). У меня уже накопился базовый опыт, которым я хочу с тобой поделиться. Также я проанализировал действия большого количества профессионалов, блогеров, которые успешно развивают «Инстаграм», и сделал для тебя полезную выборку.

Предлагаю тебе семь секретов, которые тебе помогут раскрутить свой «Инстаграм», привлекать в свои аккаунты посетителей и получать больше денег.

Секрет первый. Качественный продукт. Тебе нужно четко определить, какой продукт ты предоставляешь клиенту. Каждый посетитель твоего аккаунта должен сразу понимать, о чем именно ты рассказываешь. Если ты развиваешься как эксперт, предлагай уникальное торговое

предложение — объясни, кому ты помогаешь, что делаешь. Размести это в описании твоего профиля и демонстрируй всем в своем аккаунте. Ты не должен предлагать информацию в формате «всё для всех» — это просто не работает. Уясни сначала для себя, кто твой клиент, какую услугу ты ему предлагаешь, почему он ее должен купить. Начни именно с этого.

Секрет второй. Регулярность и постоянство. Если ты хочешь преуспеть в «Инстаграме», получить больше подписчиков, лайков и, соответственно, больше внимания и заказов, то писать туда нужно постоянно. Один пост в день — это жизненно необходимый минимум, но лучше всего предлагать два-три поста, это совершенно нормально. При этом помни, что 80% контента, который ты публикуешь в соцсети, должен быть сочным, полезным, приносить конкретную пользу твоей аудитории. И только 20% — это контент личного характера: как ты живешь, что делаешь, какие-то фотографии, истории из повседневной жизни. Но главное — это писать регулярно. Это самый важный секрет, чтобы аккаунт развивался и рос.

Секрет третий. Фотоконтент. Если ты транслируешь идеи через видео, тебе нужен видеоконтент, но «Инстаграм» в первую очередь ориентируется на фотографии. Если у тебя вообще нет хороших снимков, пора это исправлять. Запланируй на ближайшее время как минимум одну фотосессию. Желательно придумать несколько образов. Фотографируйся как можно чаще: в разных местах, в разном настроении, чтобы создать яркий фотоконтент. Все твои снимки должны быть действительно качественными — плохие фотографии люди сейчас не ценят. Если у тебя последняя модель iPhone — отлично! Там очень крутые фильтры, можно делать классные фотографии. Если же у тебя старенький смартфон, постарайся поменять его.

Можно снимать фотокамерой, обрабатывать и выкладывать фотки в сеть.

Секрет четвертый. Stories. Это истории, которые публикуются регулярно. Большое количество людей в «Инстаграме» с гораздо большим интересом смотрят stories, чем фотографии. Поэтому публикуй новые истории каждый день.

Понимаю, это непросто. Даже для меня бывает сложно постоянно ходить с телефоном и снимать то, что я делаю в повседневной жизни. Разговаривай со своей аудиторией, отвечай на вопросы.

Если ты используешь stories, твоя жизнь должна быть действительно интересной и увлекательной — ты постоянно в движухе, то там, то тут. Делаешь проекты, путешествуешь, встречаешься, гуляешь, готовишь... Кстати, это мотивирует тебя добавить жизни насыщенности. Придумывай, как разнообразить твою повседневность, плесни в нее красок — и транслируй это. Аудитории всегда интересно следить за людьми, которые живут яркой, насыщенной, интересной жизнью. Они проникнутся к тебе доверием и с большим удовольствием купят какие-то твои продукты и услуги. Поэтому включай stories в копилку и начинай каждый день демонстрировать то, что ты делаешь, размещать истории, выводы, ответы на вопросы. Это крутой инструмент для продвижения в «Инстаграме».

Секрет пятый. Контент-план. Составь свой контент-план уже сегодня — о чем ты будешь писать сейчас, завтра, послезавтра, через месяц и даже, возможно, через три месяца. Да, есть люди, которые говорят: «Вот ко мне приходит вдохновение, пишу пост и выкладываю». Это не тот путь, если ты хочешь раскрутить свой аккаунт. Планируй посты, учись общаться с аудиторией и заставляй себя писать постоянно.

Используй полезные сервисы, такие, как smm-планер. Ты можешь за один день написать семь постов, вбить в этот сервис — и у тебя каждый день будут публиковаться посты в нужном формате. Это очень удобно!

Контент-план нужно делать обязательно. Вдохновение — штука ненадежная, оно приходит и уходит. А если есть план, он настраивает на деловой лад и развивает навык писать постоянно.

Секрет шестой. Взаимодействие. Пришло время поговорить о привлечении клиентов. Для этого тебе нужно использовать партнеров, других блогеров, знакомых, разных людей, чтобы обмениваться подписчиками. Напиши отзыв о каком-то блогере, договорись о взаимном пиаре. Если ты будешь опираться только на то, чтобы самому сочинять посты, все может затянуться на долгое время.

Находи лидеров мнений в своем городе и в своей индустрии, общайся, устраивай взаимный пиар. Они рекламируют тебя, ты — их, и так ты начинаешь понемногу расти. Аудитория, которая интересуется темой партнеров, придет к тебе — и наоборот. Вы оба выиграете.

Проводи конкурсы, мероприятия, разыгрывай деньги, смартфоны, гаджеты, если можешь это себе позволить. Создавай движуху с другими блогерами — и вы все будете расти.

Секрет седьмой. Хештеги. Это может показаться совсем уж банальным, но такую простую вещь мало кто делает. Поэтому я напоминаю тебе: используй хештеги «#» для продвижения аккаунта и в фотографиях, и в stories, это везде очень хорошо работает. Создай рубрики по хештегам, придумай свои хештеги, чтобы люди легко могли найти информацию. Например, одна из моих рубрик называется #мысльдня. Определенный хештег используй для коммерческих мероприятий. Рубрики, объединенные хеш-

тегами, — это удобно и классно. Тогда люди, которые будут приходить в твой аккаунт, скажут: «О, здесь действительно много ценного, я подпишусь, потому что мне сразу ясно, какую информацию найти и что почитать». Это круто тебя продвигает. Я знаю такие примеры, когда только за счет хештегов аккаунты круто вылетали в топ, раскручивались и получали огромное количество подписчиков.

Если ты хочешь преуспеть в «Инстаграме», используй предложенные инструменты. Они позволят тебе получить новых подписчиков, больше денег и в итоге больше свободы.

КАК РЕШИТЬ 80 ПРОЦЕНТОВ ПРОБЛЕМ ОДНИМ ДЕЙСТВИЕМ

Проблемы есть у каждого, но если не ныть, а действовать, большинство из них можно решить очень просто. Я расскажу тебе, как преодолеть 80% проблем, возникающих в твоей жизни.

Мой совет простой, как и способ, о котором нужно помнить, — **проси помощи у близких людей.**

Какой бы ни была твоя проблема, в твоём окружении есть человек на расстоянии одного звонка или одной встречи, который поможет тебе эту проблему решить. Если в твоём круге нет такого человека, значит, у твоих знакомых есть друзья, приятели, родственники, компетентные в этом вопросе. Так бывает всегда.

Давай возьмем такую проблему: у тебя сломался автомобиль, и тебе его нужно срочно починить. Начинай звонить всем своим близким, знакомым, родственникам, спрашивай, не могут ли они тебе помочь. Часто бывает, что у друга, например, на примете есть такой человек, который охотно с тобой свяжется и поможет решить твой вопрос.

Такое происходит в любой сфере! Начинающие бизнесмены говорят: «Нам нужны деньги, инвестиции, что-

бы развивать бизнес». Мы же просто публиковали в соцсетях информацию о том, что ищем инвесторов, готовых вложиться в наш проект. Писали примерно так: «У нас очень крутой проект, где можно хорошо заработать. Если у вас есть деньги, которые вы готовы выгодно вложить, пишите, пообщаемся!» И нам писало большое количество инвесторов, они вкладывали миллионы в наши проекты. За счет этого мы очень быстро начали расти.

Просто скажи: «Мне нужна помощь». Да, откликнутся не все, но какая-то часть все равно отзовется и начнет тебе помогать.

Обращайся за помощью к пользователям социальных сетей, к друзьям, коллегам, знакомым. Ты буквально через одного человека будешь находить тех, кто поможет тебе решить конкретную проблему.

Всегда помни о принципе: **любая проблема, которую ты однажды решил, в следующий раз не будет для тебя проблемой.** Например, если ты однажды прошел большой путь и нашел инвестора, сделать это во второй раз для тебя уже не составит труда. Для тебя эта проблема уже решена, она осталась в прошлом. Ты просто используешь свой опыт для решения новых задач.

Предположим, ты запустил бизнес, но тебе не хватает трафика. Если ты уже однажды прошел этой дорогой и научился работать с трафиком, второй раз тебе будет просто добывать трафик для новых проектов. А если не можешь справиться сам, обращайся за помощью к своему окружению. Так и решаются все проблемы.

Слово «кризис» в китайском языке пишется двумя иероглифами: опасность и возможности. Решая проблему, акцентируй внимание не на опасностях, а на возможностях, так как они всегда есть. В каждой проблеме таится большое количество энергии, которую ты сможешь использовать для своего роста.

Всегда помни, что лидеры тратят только 10% времени на осознание проблемы, остальные 90% они используют на ее решение. Поэтому я рекомендую тебе прямо сейчас перестать фокусироваться на проблеме, на том, как все плохо, какие у тебя сложности в бизнесе, в личной жизни или еще в какой-то сфере. Начни действовать и обязательно обратись к людям, которые когда-то уже решали этот вопрос.

Я тоже много раз помогал людям решать проблемы. Например, если я вижу, что какой-нибудь бизнесмен или интернет-предприниматель зарабатывает небольшие деньги, я подсказываю ему, как вывести проект на миллион рублей и выше. Я это делал больше сотни раз, выводил проекты на миллионные обороты как в своем бизнесе, так и в бизнесе своих учеников. Для меня этот путь прозрачен — ведь я сам его прошел, пробив однажды потолок дохода в триста тысяч рублей. Теперь я понимаю, как выйти на миллионные обороты.

В любых сферах есть компетентные люди. Они похудели, накачались, заработали, много путешествуют, умеют достигать цели, разобрались с какими-то вещами. Просто обратись к ним за помощью! Они поддержат тебя, и тогда не придется набивать шишки, тратить кучу энергии, сил и нервов. Ты сможешь решить проблему прямо сейчас и максимально быстро.

ПЯТЬ ЛУЧШИХ КНИГ О ФИНАНСОВОМ УСПЕХЕ

Я хочу назвать тебе пять книг, которые считаю лучшими пособиями в мире финансов. Их должен прочитать каждый человек, который стремится к богатству и успеху.

Если ты решил заняться бизнесом, значит, должен разбираться в инвестировании, сбережениях, финансовых инструментах, тайм-менеджменте, планировании и других базовых вопросах. Не надо изобретать велосипед — умные люди все придумали до нас. Просто воспользуйся их советами — и развивай свой бизнес.

Первая книга. Тим Феррис, «Четырехчасовая рабочая неделя». Назову эту книгу обязательной для всех, кто хочет достичь карьерных вершин и заработать много, очень много денег. Если не читал ее, срочно исправляйся! Она рассказывает о том, как устроить свою жизнь таким образом, чтобы не тратить драгоценное время на вещи, которые не приносят дохода. Книга научит тебя быть максимально эффективным!

Я знаю, что многие люди, прочитав эту уникальную книгу, вообще перестали проводить дни в офисе и отправились в путешествие, а их доходы при этом выросли во много раз. Последуй советам Тима Ферриса —

и пусть твоя жизнь кардинально изменится в лучшую сторону.

Вторая книга. Роберт Кийосаки, «Богатый папа, бедный папа». Это классика жанра, букварь предпринимателя, фундамент... одним словом, must-have. Если не читал, немедленно мчись в книжный магазин или скачивай аудиовариант в Интернете! Роберт Кийосаки наглядно покажет тебе азы предпринимательства, объяснит, как пройти путь от наемного сотрудника до бизнесмена-инвестора. Ты узнаешь, что такое четыре квадранта, поймешь, на каком этапе и что нужно предпринимать. Это те самые ступени, без которых невозможно развитие, движение вверх. Читай, конспектируй, впитывай — и действуй!

Третья книга. Роберт Аллан, «Множественные источники дохода». Скажу так: эта книга в первую очередь пригодится тем, кто ищет свое собственное направление в бизнесе. Автор объясняет, как найти дело по душе, что такое призвание, какие способы заработка существуют. Он поможет тебе отыскать ту нишу, в которой ты сможешь стать профессионалом. Ты поймешь, как зарабатывать деньги и как правильно их вкладывать.

Может быть, тебе покажется, что книга слишком большая. Да, в ней много страниц, но читать ее, пожалуй, интереснее детектива. В свое время она оказала на меня очень большое влияние. Роберт Аллан открывает возможности и показывает те направления бизнеса, в которых можно за короткий срок преуспеть.

Четвертая книга. Наполеон Хилл, «Думай и богатей». Вот что я тебе скажу: в христианстве есть Библия, в исламе — Коран. А в финансах тоже есть главная книга — я считаю, что это «Думай и богатей»! Прочти ее — и ты изменишься. Наполеон Хилл убедит тебя, что мысли и взгля-

ды влияют на достаток и успех. После чтения этой книги ты просто не сможешь остаться прежним!

Эта книга не просто интересное чтение. Наполеон Хилл предложит тебе много интересных упражнений, которые изменят что-то в твоей голове. Внедряй принципы, изложенные в книге, с первого дня. Ты сам удивишься, как сильно поменяется твое видение мира, как ты выстроишь новые мысленные установки по поводу денег, успеха и финансового благополучия.

Пятая книга. Энтони Роббинс, «Money». В отличие от прежних книг, эта вышла относительно недавно. Из названия понятно, о чем она: о том, как зарабатывать деньги. Но не только! Энтони Роббинс — один из лучших в мире тренеров личностного роста. Он общался с самыми крутыми бизнесменами, которые инвестируют миллиарды долларов, и узнал принципы их жизни, образ мыслей, стратегии успеха. Выведая у воротил бизнеса принципы и секреты, он собрал их воедино, скомпоновал и издал большую и полезную книгу. В ней большое место уделяется инвестициям, она для более продвинутого уровня, поэтому я советую читать ее после тех книг, о которых я рассказывал прежде. Прочитай ее последней — и пазл в твоей голове сложится окончательно.

Хочу напомнить: все книги, которые я перечислил, не стоит перелистывать перед сном как интересное чтение. Изучай инструменты, о которых там говорится, выполняй рекомендации. Пробуй, не ленись! Тогда уровень твоего финансового благополучия резко вырастет, ты начнешь зарабатывать серьезные деньги и станешь преуспевающим человеком. Ты ведь хочешь этого добиться? Читай книги, развивайся и верь в свой успех!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На этом книга подошла к концу. Надеюсь, ты прочитал ее на одном дыхании и, самое главное, получил заряд энергии.

И у тебя в голове уже появился четкий план действий.

Помни про «правило 72 часов». Если ты в течение ближайших 72 часов не сделаешь ничего из того, что узнал, — то информация просто останется в голове пустым грузом. Для того чтобы были результаты, надо делать. Брать и делать. Не думать — а делать. Ты меня понял?

Действие — это единственное, что реально приближает тебя к успеху.

И путь в тысячу миль начинается с первого шага!

И я хочу, чтобы свой первый шаг в мир инфобизнеса ты сделал именно сегодня. Верю, что у тебя все получится!

Кстати, наверняка, когда ты начнешь свои первые шаги в мир инфобизнеса — у тебя появится огромное количество вопросов или тебе захочется получить мой

личный совет и поддержку в запуске своего инфобизнеса.

Обязательно запланируй посетить мой личный сайт – azatvaleev.ru – там ты сможешь найти новые бесплатные материалы, полезные видео и расписание моих курсов и тренингов, которые ты сможешь пройти и получить результат.

Бегом на сайт! Изучи его!

Кстати, если ты не читал другие мои книги – рекомендую это сделать, заказать ты можешь их на Ozon.ru – просто введи в поиске «Азат Валеев» и увидишь все мои книги.

Они позволят тебе еще сильнее погрузиться в мир интернет-продаж!

И напоследок, давай дружить в социальных сетях. Я там регулярно публикую полезные материалы. Подписывайся на меня и напиши пару строк о данной книге, мне будет приятно, если она принесла тебе реальную пользу.

Мои социальные сети:

Азат Валеев – <http://azatvaleev.ru>.

«ВКонтакте» – <https://vk.com/azatmale>.

Instagram – <https://www.instagram.com/azatmale/>.

Telegram-канал – <https://t.me/Azatmale02>.

YouTube-канал – введи в поиске «Азат Валеев».

До новых встреч!

С уважением, Азат Валеев

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Красная или синяя таблетка?	9
Матюки	15
Плоскость «страхи-желания»	19
Как победить страхи и комплексы	22
Правда. Искренность. Социум	26
Двигай задом	29
Школа. Самообучение. Симбиоз	32
Тайм-менеджмент по-русски	38
Брендинг и Уникальное Торговое Предложение (УТП)	41
Семь советов, как стать экспертом	44
Ещё семь способов прокачать личный бренд	47
Стереотип денег	51
Создание идеи	53
Потоковое мышление	55
Правда о бизнес-тренингах	59
Здоровый Инфо-Бизнес	63
Семь причин для путешествий	66
Как вести бизнес в путешествиях	71
Законы Инфо-Бизнеса	73
Три ошибки, которые убьют твой инфобизнес	77
Конкуренты	81
Один в поле воин?	84
Постановка и достижение целей	88
Как ставить финансовые цели? EndMinding	91
Фрейм продаж	94
Блоки успеха	98
Правильное отношение к работе	100

Фишки — касты — продукты	102
Основы Инфо-Бизнеса	107
Как составить план вебинара	116
Психологические моменты Инфо-Бизнеса	123
Фишки при проведении вебинара	129
Как найти слушателей первого вебинара	134
Качественно-количественный фактор	140
Info-business method	143
Как выбрать идеальную нишу для старта	150
Как быстро раскрутить Инфо-Бизнес	154
Как раскрутить свой инфобизнес на ТВ	156
Навык продаж в инфобизнесе	162
Как стать мастером продаж	165
Пять способов увеличить прибыль	168
Техника трехсот тысяч рублей	171
Техника «Зрелость»	179
Про деньги и мотивацию в Инфо-Бизнесе	182
Как правильно поставить цену на свой вебинар	188
Как создать убойный видеопродажник	193
Три фундамента успешного бизнеса	197
Десять ошибок, которые мешают стать миллионером	201
Десять вещей, которые делают миллионеры	207
Откажись от трех вещей, чтобы стать миллионером ..	212
Двенадцать правил успеха для тех, кто молод	214
Как раскрутить «Инстаграм»	220
Как решить 80 процентов проблем одним действием ..	225
Пять лучших книг о финансовом успехе	228
Заключение	231

Азат Валеев

Инфобизнес на миллион
Или как делать деньги из воздуха