

**Майкл Расмьюсен**

**ОСНОВЫ**

**КОНКУРЕНТНОЙ  
РАЗВЕДКИ**

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

**Издательство Виртуального Колледжа  
электронной коммерции  
<http://www.berestneff.com>**

## **ВНИМАНИЕ!**

**Это – бесплатная электронная книга.**

**Приветствуется ее свободное распространение!**

Вы можете совершенно свободно раздавать ее своим друзьям, подписчикам рассылок, посетителям сайтов, покупателям Ваших товаров. Окажите им услугу – поделитесь с ними содержащейся в данной книге полезной информацией – они будут очень Вам признательны!

**Описание книги и профессиональную графическую обложку для помещения на Ваш сайт Вы можете позаимствовать здесь:**

**=> <http://www.berestneff.com/books/marketing/compet-spy.htm> <==**

### **Соглашение об использовании информации:**

Представленная в настоящей книге информация отражает точку зрения ее автора, которая может отличаться от мнения читателя. Автор оставляет за собой право изменять свою точку зрения под влиянием новых и вновь открывающихся обстоятельств, а также результатов исследований и т.п.

Данная книга предоставлена исключительно в информационных целях и для личного ознакомления читателя – автор и издатель не несут ответственности за возможные негативные последствия, которые могут наступить в случае применения содержащейся в данной книге информации. Риск таких последствий читатель целиком и полностью принимает на себя. Никаких претензий относительно содержания данной книги и результатов использования настоящей информации ни автор, ни издатель, ни переводчик не принимают.

## Содержание:

<b>Получите Ваш подарок! .....</b>	<b>4</b>
<b>Вместо введения .....</b>	<b>5</b>
<b>Зачем нам нужно шпионить за конкурентами? .....</b>	<b>5</b>
<b>Подготовка к «шпионажу».....</b>	<b>7</b>
<b>Разведывательный прием № 1 – Подписка на рассылки конкурентов.....</b>	<b>8</b>
<b>Разведывательный прием № 2 – Приобретение товаров, продаваемых Вашими конкурентами .....</b>	<b>9</b>
<b>Разведывательный прием № 3 – Урок истории.....</b>	<b>10</b>
<b>Разведывательный прием № 4 – Наблюдение за тем, как Ваши конкуренты тренируют собственную армию продавцов.....</b>	<b>10</b>
<b>Вместо заключения.....</b>	<b>11</b>



## Получите Ваш подарок!

Вам как читателю этой книги полагается шикарный подарок-сюрприз – 10 записей из серии телесеминаров «Звонок недели»!



**Более 10 часов аудио:** ответы на Ваши самые наболевшие, острые и актуальные вопросы о домашнем онлайн-бизнесе!

Получите прямо сейчас **совершенно бесплатно!**

*Для получения подарка проследуйте по ссылке*

**==> <http://www.berestneff.com> <==**

*и заполните расположенную там форму подписки.*

*Для Вашей пользы и прибыльности!*

## Вместо введения

Дорогой читатель, добро пожаловать на страницы моего очередного специального доклада! Сегодня мы с Вами поговорим о том, каким образом Вы сможете постоянно держать руку на пульсе ситуации в Вашей рыночной нише с помощью применения некоторых моих проверенных долгой практикой **«шпионских тактик»**. Если Вы будете использовать их в своей работе, гарантирую Вам – Вы постоянно будете на шаг впереди любого своего конкурента, вне зависимости от того, в какой нише онлайн-бизнеса Вы работаете.

Когда абсолютное большинство людей слышат слова «шпион», «шпионить» и производные от них, они, как правило, сразу же представляют себе сцены из кинофильмов про Джеймса Бонда... и, как правило, все, что связано со «шпионажем» воспринимается как нечто негативное и неэтичное.

В нашем же случае «шпионство» носит ярко выраженный маркетинговый оттенок – скорее, это не более чем термин, обозначающий определенные приемы маркетинговых исследований, а не «чисто шпионские» тактики и приемы. Если Вам больше нравится – можете употреблять термин «разведка», но как бы там ни было – все эти вещи нам нужны в обязательном порядке.

Иначе каким образом мы вообще сможем получить полную картину того, что происходит в рамках нашей рыночной ниши?

## Зачем нам нужно шпионить за конкурентами?

На самом деле существуют тысячи причин, по которым мы просто обязаны проводить своеобразные «разведывательные мероприятия» в отношении своих конкурентов.

Вот только некоторые из них (которые я считаю особенно важными):

**1. Необходимость постоянно быть в курсе всего того, что творится в нашей рыночной нише.** Без этого мы попросту не сможем обеспечить нашей работе требуемую эффективность.

Я в свое время сам совершил очень страшную ошибку – заикнулся на контекстной рекламе и упорно не желал замечать других эффективных инструментов привлечения клиентов в собственный бизнес. Надо ли говорить о том, что получаемые мной результаты составляли весьма скромную часть того, что я на самом деле мог заработать!

Но, слава Богу, что мои глаза в итоге открылись... Я открыл для себя блоги с возможностью установки перекрестных ссылок, сайты с контентом для блоков Google AdSense, потоковые видеоролики и массу других полезнейших вещей, которые быстро взял на вооружение, сумев в весьма краткие сроки существенно повысить доходность своей работы.

Вот что значит следить за ситуацией и держать руку на пульсе. А ведь это – только один из примеров. Вывод? Наблюдая за работой своих конкурентов, я сумел существенно продвинуться вперед и не отставать от других успешных предпринимателей, работающих в той же рыночной нише, что и я сам.

Думаю, Вам также стоит этим заниматься. ☺

Кроме того, отслеживание работы Ваших конкурентов может оказаться полезным и для обеспечения безопасности собственного бизнеса. Что я имею в виду? Речь идет о следующем...

**2. Необходимость пресечения пиратства.** Воровство и попытки заработать деньги на продаже чужих товаров встречаются в Сети гораздо, гораздо чаще, чем может показаться на первый взгляд. Что касается лично меня, то мне приходится писать различным хостерам и платежным процессорам по нескольку раз в месяц, чтобы они прикрыли ту или иную «лавочку».

Я постоянно встречаю достаточно большое количество людей, наивно полагающих, что продавать мои информационные товары от собственного имени и класть себе в карман все извлекаемые из этого деньги – это нормальное явление.

Увы, лично я так не считаю. И вынужден бороться с подобными негодьями, присваивающими то, что им абсолютно не принадлежит. Вам, вне всякого сомнения, следует поступать также.

Кстати, хотите хороший совет абсолютно бесплатно? Нет проблем. Посещайте периодически крупнейший онлайн-аукцион eBay (<http://www.ebay.com>) и проверяйте – нет ли там в незаконной продаже Ваших товаров. Мои, например, появляются там достаточно регулярно.

**3. Необходимость быть в курсе того, что о Вас говорят.** Вне зависимости от того, насколько сильно Вы будете заботиться о собственной репутации, обязательно найдется немало тех, кто станет публично высказывать о Вас различные гадости (причем в абсолютном большинстве случаев – без наличия каких-либо причин). И знаете что? Чем более популярной фигурой в своей нише Вы будете становиться, тем больше гадостей о Вас будут говорить.

Держа руку на пульсе и отслеживая деятельность Ваших конкурентов и активность их аудитории, Вы получаете возможность быть в курсе того, кто что о Вас говорит и пишет. Естественно, при этом у Вас есть шанс вовремя пресекать такие попытки и выяснять, что стоит за ними на самом деле.

Я назвал только три, на мой взгляд – самые весомые причины того, почему Вам следует отслеживать деятельность Ваших конкурентов и их аудитории. Можете называть это как угодно – конкурентной разведкой, конкурентным шпионажем и пр., суть от этого несколько не меняется. Вам в любом случае стоит этим заниматься.

А теперь пришло время перейти непосредственно к практической части.

## Подготовка к «шпионажу»

Самое первое, что необходимо сделать при подготовке мероприятий конкурентной разведки – выяснить, **за кем** нам следует пристально наблюдать. Поэтому я крайне рекомендую Вам перед запуском разведывательных кампания потратить пару дней на то, чтобы отыскать в Вашей онлайн-нише своих основных конкурентов.

Кстати говоря, если Вы желаете сэкономить собственные силы и время, которые придется потратить на эту работу, Вы можете обратиться к кому-либо из фрилансеров, коих в Сети превеликое количество. Естественно, в этом случае Вы столкнетесь с необходимостью нести определенные финансовые расходы, но здесь решать Вам: что стоит дороже – Ваше время или Ваши деньги, которые придется заплатить наемному работнику.

При исследовании рыночной ниши на предмет обнаружения своих основных конкурентов, Вам следует обратить пристальное внимание на следующие ресурсы.

**1. Основные поисковые системы.** Посетите сайты крупных поисковых систем и последовательно введите в строку запроса основные ключевые слова и фразы, описывающие Ваш бизнес и Вашу рыночную нишу. Обратите внимание на сайты, которые появляются в числе первых 50 результатов поиска, а также на появляющиеся контекстные рекламные объявления.

**2. Крупные электронные торговые площадки.** В Сети существует большое количество электронных торговых площадок, продающих как цифровые, так и нецифровые информационные товары. Наверняка в большинстве случаев на данных площадках найдутся разделы и каталоги, имеющие самое непосредственное отношение к Вашей рыночной нише. Тщательно изучите их: не исключено, что на них также продается внушительное количество товаров, созданных и распространяемых Вашими конкурентами.

**3. Форумы и группы новостей.** Естественно, в ходе своих исследований Вам ни в коем случае не стоит обходить вниманием средства онлайн-общения, такие как форумы и группы новостей. Я более чем уверен, что на тематических ресурсах подобного рода собираются не только представители Вашей целевой аудитории, но и Ваши конкуренты – там они отвечают на вопросы аудитории, работают для формирования своей репутации и раскрутки собственных ресурсов. Поэтому обязательно отыщите тематические группы новостей и форумы, относящиеся к Вашей онлайн-нише, и тщательно их изучите.

**Важное примечание:** Для правильной и достоверной конкурентной разведки Вам понадобится определенное количество адресов электронной почты – в частности, для регистрации на форумах, в группах новостей и на других ресурсах. Если Вы желаете получить максимально достоверные результаты своей работы, Вам следует позаботиться о том, чтобы обзавестись различными адресами, причем ни в одном из них не должно быть «засвечено» доменное имя Вашего сайта и другие реквизиты.

Почему?

Причина проста – если Ваши конкуренты увидят непосредственно Вас, они быстро поймут, что Вы занимаетесь конкурентной разведкой, и, скорее всего, примут необходимые меры к тому, чтобы ввести Вас в заблуждение. Подобная реакция характерна практически для всех грамотных предпринимателей (сами понимаете: бизнес есть бизнес), для Вас лично – в том числе. Поэтому позаботьтесь о соблюдении данной важной меры предосторожности.

А теперь поговорим о самом интересном – о тактиках и приемах онлайн-конкурентной разведки.

## **Разведывательный прием № 1 – Подписка на рассылки конкурентов**

Как только Вы определили своих основных конкурентов, первое, что Вам следует сделать – это подписаться на их рассылки (с соблюдением только что отмеченной меры предосторожности).

Зачем это нужно?

Подписавшись на рассылки конкурентов, нам необходимо выяснить следующие важные позиции:

- каким образом эти предприниматели удовлетворяют информационные интересы своих подписчиков и потенциальных клиентов?
- вызывают ли их письма Ваш интерес, ждете ли Вы каждый раз новых писем, либо выпуски их рассылок не представляют собой ничего другого, кроме как неприкрытые рекламные материалы?
- дают ли эти люди своим подписчикам достаточное количество качественной бесплатной информации, или же просто «в наглую» пытаются выкачать из собственного подписного листа столько денег, сколько это возможно?
- каков формат их писем – текст, HTML или же они исполняют выпуски рассылки в виде отдельных файлов EXE или PDF-формата?
- что ценного Вы можете дать своим подписчикам в рамках Вашей рассылки, чего не дают Ваши конкуренты?

Со стороны собственного опыта мне хочется отметить следующее. Уже долгие годы я подписан на рассылки сотен онлайн-предпринимателей, работающих в моей нише, и знаете что? Печально, но факт: весьма и весьма немногие из них на самом деле заботятся о своих подписчиках и дают им на самом деле качественную бесплатную информацию. Таких издателей рассылок – считанные единицы.

Именно поэтому на *самом деле успешных* предпринимателей весьма немного – весь вопрос заключается в подлинной заботе о подписчиках.



Вот почему я написал для Вас тот специальный доклад, который Вы сейчас читаете. Для меня важно давать Вам как моему подписчику качественную и бесплатную информацию, потому что именно так я формирую наши с Вами отношения и в дальнейшем могу рассчитывать на взаимность с Вашей стороны. Мне нужен прибыльный бизнес на стабильной основе, а не пара сотен «быстрых баксов».

И, вне всякого сомнения, Вы должны поступать со своими подписчиками точно так же, если желаете обрести настоящий успех.

## **Разведывательный прием № 2 – Приобретение товаров, продаваемых Вашими конкурентами**

Да, Вы не ослышались. Я очень, очень рекомендую Вам приобретать продаваемые ими товары и тщательным образом изучать сделанные таким образом покупки.

Поверьте мне, это – единственный способ на собственной шкуре ощутить, что значит быть клиентом Ваших конкурентов. Возможно, они подготовили для своих клиентов нечто такое, о чем Вы и не подозреваете? Выяснить это – очень важно для того, чтобы иметь в своем распоряжении достаточную информацию о том, как ведут собственный бизнес Ваши конкуренты.

Приведу пример из собственной практики. Не так давно я приобрел один из довольно дорогих товаров, продаваемых моим конкурентом – очень известным онлайн-бизнесменом. Когда я получил посылку с товаром (это был информационный товар на физических носителях) и открыл коробку, то первое, что я увидел – карточку с просьбой позвонить по такому-то бесплатному номеру, прежде чем переходить непосредственно к изучению товара.

Естественно, я снял телефонную трубку и позвонил. После установления связи, я услышал записанное самим предпринимателем голосовое сообщение. В течение целых 10 минут он благодарил меня за покупку, а также рассказал массу полезных тонкостей и нюансов использования купленной мной информации в практике моей работы.

Впечатляет? Вне всякого сомнения!

Об **этом приеме** послепродажной работы с клиентами я никогда не задумывался, и вряд ли бы дошел до этого своим умом в ближайшее время. Но можете поспорить на что угодно, что я обязательно найду ей применение в своей практике – и не проиграете. Ибо это на самом деле отличный прием поддержания с покупателями отличных отношений и обеспечения заказов с их стороны в самом ближайшем будущем!

Кстати говоря, отличная идея конкурентной разведки в рамках рассматриваемого приема – задать предпринимателю несколько вопросов о купленном товаре после его получения. Что это даст? На самом деле не так уж и мало. Вы воочию узнаете, каким образом предприниматель реагирует на подобные обращения со стороны своих действительных клиентов.

Как быстро он отвечает на такие вопросы? Отвечает ли он на них лично или пользуется услугами наемных сотрудников? Получаете ли Вы в ответ личные письма от

него, или специально заготовленные в ответ на подобные вопросы шаблоны? Все эти моменты нужно в обязательном порядке подмечать и делать из них соответствующие выводы, ибо это на самом деле ценная информация, добываемая в рамках конкурентной разведки, которая очень Вам пригодится при организации собственной работы.

## **Разведывательный прием № 3 – Урок истории**

Этот прием представляет собой достаточно забавную технику конкурентной разведки, которой практически никто не пользуется. И совершенно напрасно.

Знаете ли Вы о том, что существует способ выяснить, каким образом выглядел сайт Вашего конкурента, когда он только начинал собственную работу? Как это возможно? Очень просто.

В Сети есть один очень интересный сайт, который сохраняет архивы популярных сайтов на протяжении многих лет, и делает эти архивы доступными для Вашего бесплатного просмотра. Вот его адрес:

<http://www.archive.org/web/web.php>

Я обожаю пользоваться данным сайтом и наблюдать, каким образом в течение последних лет менялся внешний вид ресурсов моих конкурентов. С помощью данного архива Вы можете четко отследить, как кто-либо из Ваших конкурентов в свое время пользовался на сайте каким-либо приемом или тактикой, а в дальнейшем – отказался от них. Почему он это сделал? Явно не просто так...

Собирая подобную информацию (ценность которой трудно переоценить), Вы можете сэкономить кучу собственных сил и времени, ибо избавляетесь от необходимости на собственной практике выяснять неэффективность каких-либо приемов и методов работы.

Кстати говоря, не забудьте сперва посмотреть на указанном ресурсе метаморфозы собственного сайта. ☺ Это достаточно забавная процедура, которая одновременно напомнит Вам о том, что к настоящему моменту Вы прошли уже немалый эволюционный путь.

## **Разведывательный прием № 4 – Наблюдение за тем, как Ваши конкуренты тренируют собственную армию продавцов**

Есть ли у Ваших конкурентов своя партнерская программа? Если да – чего же Вы ждете? Немедленно регистрируйтесь в ней и изучайте, каким образом тот или иной конкурент работает со своими партнерами.

Предоставляет ли он своим партнерам заранее заготовленные рекламные материалы, такие как:

- рекламные объявления и тексты писем для рассылки?
- рекламные баннеры?
- различные бесплатные материалы для обеспечения прохождения вирусного трафика через Ваши партнерские ссылки?
- и так далее?

Кем бы ни был Ваш конкурент, могу побиться об заклад, что если он длительное время управляет собственной партнерской программой, то у него есть чему поучиться. Поучаствуйте в его партнерской программе и понаблюдайте за тем, каково быть аффилиатом этого предпринимателя, как он заботится о своих партнерах и пр.

Действуя таким образом, Вы гарантировано почерпнете массу полезных сведений, которые в дальнейшем очень Вам пригодятся для управления Вашей собственной партнерской программой.

## **Вместо заключения**

Ничто не поможет Вам резко выдвинуться вперед в собственной рыночной нише и повысить прибыльность своего бизнеса, как **ВНИМАТЕЛЬНОЕ** и **ТЩАТЕЛЬНОЕ** изучение того, как ведут бизнес Ваши конкуренты.

Ибо если Вы достоверно выясните, что, как и зачем они делают, а затем имплементируете все лучшее в собственный бизнес – Вы гарантированно обеспечите себе фундамент настоящего успеха на годы вперед.

Проверено. Истинно. Достоверно.

Огромное Вам спасибо за то, что уделили время и внимание чтению моего короткого доклада! Искренне надеюсь, что изложенная в нем информация окажется Вам очень полезной и прибыльной.

Обязательно увидимся на страницах других полезных материалов!

*Искренне Ваш друг,*

*Michael Rasmussen*

**Майкл Расмьюссен.**

<http://www.MichaelRasmussen.com>