



Максим Аверин, Сергей Елизаров
Создавайте Семь Абсолютно Новых Продуктов Каждую Неделю

*Полный Путеводитель По Созданию И Продаже Информационных Продуктов В
Интернете*

© Максим Аверин, <http://www.marketingebook.net>

© Сергей Елизаров, <http://www.3decover.com>

От авторов

Дорогой друг,

данный тренинговый курс, созданный Максимом Авериным и Сергеем Елизаровым, предназначен именно для Вас, если:

- Вы серьёзно относитесь к онлайн бизнесу и хотите достичь в нём хороших долгосрочных результатов и стойких позиций.
- Вы хотите научиться создавать качественные жизнеспособные информационные продукты, пользующиеся коммерческим спросом.
- Вы хотите завоевать стойкое уважение к себе со стороны Ваших покупателей и деловых партнёров, а также неизменное желание иметь с Вами дело.

Чему посвящён этот курс? Как и следует из его названия, созданию информационных продуктов. Но не только, а также тому, как научиться получать идеи и замыслы продуктов в неограниченных количествах... получать и эффективно их осуществлять.

Рунет завален пособиями о создании собственных продуктов. Большинство из них очень низкого качества, это не секрет. Все они содержат стереотипные советы - найдите тему, которая Вам нравится, начните писать е-книгу (а так ли это легко, начать писать?), оформите её в виде вэбстраниц и введите в компилятор. Понятно, что на большее, чем простейшая техническая информация, такие советы не претендуют. И для создания качественного продукта её явно недостаточно. По той причине, что предмет этот гораздо сложнее и обширнее, а различных важных моментов и тонкостей здесь гораздо больше. Создание информационного продукта не ограничивается удивительными по своей глубине мыслями типа "люди с удовольствием прочитают то, что им интересно, особенно, если Вы предложите им бонусы".

Вопрос вот в чём... А как найти то, что действительно интересно читателю? Как найти правильную нишу на рынке, к которой обращён Ваш продукт? Как найти идею продукта? Каким должно быть его содержание и как строиться такой информационный продукт?

Таких вопросов десятки, и мало какие из блуждающих по Рунету однотипных пособий и пакетов дают на них вразумительный ответ. Движимые желанием восполнить этот пробел, дать рынку жизненно необходимую информацию, а также заявить о себе в соответствующей нише, Максим Аверин и Сергей Елизаров, старые друзья и партнёры, люди страстно увлечённые электронной коммерцией и приобретшие в ней немалый совместный опыт, решили написать в приятном соавторстве курс, который и решил бы основные проблемы...

...Решил бы их для человека, который серьёзно и искренне интересуется тем, что такое информационные продукты, возможен ли с ними бизнес, как такой бизнес вести - а самое главное, как создавать грамотные, основательные, жизнеспособные и долговечные информационные продукты.

Не продукты-однодневки, которые можно выкидывать в мусорную корзину уже через месяц. А продукты, которые будут приносить Вам приличную прибыль годами.

Итак, что Вы найдёте внутри данного курса?

- Ответ на вопрос, как получить нескончаемый поток идей для создания собственных продуктов.
- Как отличать хорошие идеи от плохих, чтобы точно знать, стоит ли работать в данном направлении.

- Как получать идеи и прозрения, просто находясь во взаимодействии с Вашим целевым рынком.
- Как оценить продукт, его соответствие рынку и найти правильную форму его представления.
- Детализированная и разложенная по полочкам специфика создания информационных продуктов.
- Каким должно быть содержание продукта, которое бы вызвало стойкий интерес читателя к нему и к Вашим последующим продуктам.
- Как захватывать новые рынки, правильно нацеливая на них Ваши продукты.

И многое другое, что Вы узнаете уже непосредственно из самого содержания курса.

Ваши права.

- Вы являетесь обладателем прав перепродажи на эту е-книгу.
- Вы можете продавать её по цене, которую считаете наиболее подходящей (но не менее 10 у.е.) и удерживать 100% прибыли.
- Также, Вы имеете право размещать эту е-книгу в платной секции сайта для участников.

Вы не имеете права

- Отдавать е-книгу бесплатно или продавать её по цене менее 10 у.е.
- Изменять её содержание каким-либо способом - текст должен быть сохранён без изменений.
- Включать эту книгу в виде бонуса в собственные коммерческие предложения.
- Объявлять себя автором данной публикации.
- Осуществлять несанкционированное копирование документа в целом или его частей, за исключением копий для личного использования.

Как Вы видите сами, права достаточно мягкие и с их соблюдением у Вас не должно возникнуть никаких проблем - учитывая прибыль, которую Вы можете извлечь от перепродажи нашего курса.

Ну что же, дорогой читатель, желаем Вам приятных открытий, новых идей и внезапных озарений ... и в добрый путь.

Максим Аверин.

<http://www.marketingebook.net>

Сергей Елизаров.

<http://www.3discover.com>

Содержание

1. Введение
2. Задачи Этой секции
3. Стать Творческим
 - 3.а. Сохранять Всё
 - 3.б. Потоки Идей
 - 3.в. Проблемы И Решения
 - 3.г. Общайтесь С Вашим Рынком
 - 3.д. Ничего Не Упускайте
 - 3.е. Несколько Примеров
 - 3.ж. Метод Номер 2
 - 3.з. Наиболее Сложный Номер 3
 - 3.и. Вещи, Которые Надо Запомнить
4. Итоги

5. Задачи Этой Секции
6. Стать Творческим Часть 2
 - 6.а. Оценка Ваших Идей
 - 6.б. Почему Следует Брать Всё
 - 6.в. Почему Следует Брать Всё 2
 - 6.г. Почему Следует Брать Всё 3
 - 6.д. Жизнеспособны Ли Ваши Продукты?
 - 6.е. Вопрос 1: А Ваш Продукт...
 - 6.ж. Вопрос 2: А Есть Ли Рынок Для Продукта?
 - 6.з. Вопрос 3: Во Сколько Мне Обойдется Создание Этого Продукта?
 - 6.и. Вопрос 4: Как Мне Упаковать И Представить Продукт?
 - 6.к. Вопрос 5: Как Улучшить Систему?
 - 6.л. Запаковываем
 - 6.м. Полюби Или Выбрось
7. Итоги

8. Задачи Этой Секции

9. Прибыльные Информационные Продукты

9.а. Причины, Почему

9.б. Об Информационных продуктах Конкретно

9.в. Представлять Ради Прибыли

9.г. Универсальность На Кончиках Ваших Пальцев (Буквально)

9.д. Повышающаяся Продажа, Выполненная Правильно

9.е. Информационные продукты, Выполненные Правильно

9.ж. Так Много Информационных продуктов. Как Быть В Курсе?

10. Итоги

11. Задачи Этой Секции

12. Прибыльные Информационные Продукты 2

12.а. Удерживайте Интерес, Чтобы Вас Читали

12.б. Знать Прежде, Чем Писать

12.в. Не Только Знайте, Покажите Это

12.г. Наслаждайтесь

12.д. Придайте Особенность

12.е. Вставляйте Корректно

12.ж. Добавьте Вашу Собственную Личность

12.з. Говорите Нормальным Языком

12.и. Продавать Себя, Не Только Продукты

12.к. И Наконец

13. Итоги

1. Введение.

Способность к творчеству и нововведениям - это удивительная, захватывающая способность. Встречать каждое утро с новаторской идеей и честно признавать, что идей у Вас больше, чем времени на само их воплощение - это великолепное чувство. И как Вы, конечно, догадываетесь, это также очень выгодно.

Слава Богу, такие способности не врожденны, им можно научиться, ими можно овладеть и практиковать их так, чтобы на каждый новый день приходилась новая идея. Лучшее же состоит в том, что подобный подход применим не только к онлайн бизнесу. Его можно использовать практически в каждом виде бизнеса, который Вы только можете представить.

Всё, что Вам понадобится - это способность наблюдать, слушать и уделять внимание тому, что происходит вокруг Вас. Это совсем не сложный процесс, и он даже не потребует выдающейся фантазии или творческих способностей.

Странно, что в то время как у большинства людей такая способность видимо отсутствует, она буквально находится прямо у них под носом, готовая к немедленному употреблению. И я собираюсь научить Вас тому, как использовать этот простой метод. Практика доведёт всё до совершенства, но начинайте прямо сейчас и, следуя прилагаемому руководству по информационным продуктам, Вы сможете создавать идеи и производить продукты, когда и сколько Вы того захотите.

2. Задания Этой Секции.

- Подстегнуть Ваши творческие способности.
- Научить Вас создавать продукты и сервисы, используя идеи, которые никогда не могли бы прийти Вам в голову.
- Помочь обрести уверенность в том, что Ваши папки всегда набиты доверху свежими идеями и вдохновением для новых продуктов.
- Показать, как нужно эти новые идеи воплощать в жизнь, в то время как другие стопанулись на пустом экране.
- Расширить Ваш ум и стимулировать свободное мышление.
- Показать Вам методы, которые я использую каждый день, чтобы получать множество новых идей, даже не задумываясь над этим.
- Отбросить само ощущение того, что у Вас нет нового продукта для раскрутки и обеспечить, чтобы оно не появлялось никогда.
- Вдохновить Вас и дать Вам и Вашему бизнесу толчок в новом направлении.
- Научить Вас предпринимать конкретные действия по каждой идее, которая Вас осенила.
- Показать Вам, как развивать идеи во множество продуктов, идеи, которые не казались Вам жизнеспособными вообще, когда впервые приходили Вам в голову - и которые обеспечат Вам сотни долларов дохода впоследствии.

3. Стать Творческим.

Это основа, кровь любого бизнеса. Создавать ценные продукты из ограниченных ресурсов, которыми мы располагаем, и превращать их в нечто коммерчески жизнеспособное, чтобы продавать их людям и бизнесам. Вот то, что мы делаем, и просто совершая этот шаг и создавая нечто, что продается - одно это уже должно наполнять Вас гордостью. Имея ограниченный бюджет и скромное количество ресурсов, мы, тем не менее, можем создавать нечто захватывающее.

Проблема в том, что большинство людей не имеют ни малейшего представления, как делать такие вещи правильно или эффективно. Люди, которых я вижу каждый день, говорят, что они очень хотели бы начать собственный бизнес. Даже некоторые из моих близких друзей приходили и говорили мне это. Я обычно отвечаю: "Если хотите, то почему не делаете?". И помимо ответов типа "у меня недостаточно денег", чаще всего они говорят нечто вроде "я не могу потому, что я не знаю, что именно продавать."

Это нехилая проблема сама по себе. Которую я собираюсь решить для Вас сегодня, прямо здесь, прямо сейчас, решить её настолько исчерпывающе, что у Вас больше не будет затруднений с созданием идей для производства новых захватывающих продуктов, которые могут быть действительно проданы уже существующему рынку - или рынку, который Вы сами для себя создадите в экстремальных обстоятельствах (Я покажу, как это делается, позже). Если это выглядит сложно, или Вы переживаете, что у Вас недостаточно воображения, или Вас никогда в сей жизни не осенит хорошая идея, то не переживайте. Вот почему написана эта книга и вот почему Вы её читаете. Чтобы показать Вам - для того, чтобы быть успешным, Вам не надо быть супер-пупер-гением, который выдаёт миллиондолларовые идеи ежедневно.

Помимо основной проблемы отсутствия идей, я покажу Вам, что делать со старыми идеями, как развить их и изменить так, чтобы они идеально подходили отдельным группам людей, а также как создавать хорошие, качественные, прочные и идеально вписывающиеся продукты из того, что первоначально выглядело как полная дрянь. Также, чтобы всё было кристально ясным, я покажу, как заметить идеи, которые не будут работать, прежде чем Вы даже наметите стадии Вашего плана. Ваше время весьма ценно, поэтому не тратьте его на возню с непродуктивными возможностями.

Вот теперь я действительно надеюсь, что это вдохновит Вас, и всё то время, пока Вы читаете, думайте о тех продуктах, которые Вы можете создать. По мере того, как мы будем проходить каждый пункт, наработка идей будет казаться Вам всё легче и легче. Есть ещё кое-что, из-за чего не стоит переживать, и это количество идей, которые могут прийти Вам в голову. Если у Вас только одна, это замечательно, если больше, то тоже хорошо. Однако разрешите мне сказать, что как только Вы выпустите первый продукт, идеи потекут ещё легче. И чем больше времени Вы потратите, работая и анализируя на определённом рынке, тем больше идей Вы получите, некоторые прямо в процессе преодоления проблем и проламывания стен, с которым Вы столкнётесь, развивая Ваш собственный бизнес.

Я хочу быть предельно откровенным с Вами, прошлой ночью я набросал план этой части курса и того, что я хотел раскрыть, но я должен был остановиться, так как идеи просто лились на меня. В моей голове возник замысел пяти новых продуктов, который я надеюсь реализовать на протяжении следующих двух лет. Не говоря уже о других папках, набитых доверху замыслами, которые ещё должны быть доработаны. Суть заключается в том, что мне нравится писать такие материалы, и возможности заводят меня каждый раз, когда я включаю компьютер. Я надеюсь, что этот курс даст точно такие же возможности и Вам, поэтому, без дальнейших задержек, разрешите дать мне Вам один важный совет, с которого мы и начнём.

3а. Сохранять Всё

И это совет сохранять всё. Если у Вас ещё нет чего-то подобного, зайдите в папку, которая содержит все Ваши деловые идеи, и создайте новую папку "в разработке" или "замыслы". Это то место, где Вы собираете и сохраняете Ваши идеи, хорошие, плохие и откровенно сумасшедшие. Не важно, что это такое, каждый раз, когда Вам в голову что-то приходит, создавайте новый текстовый файл, называйте его новым рабочим именем продукта и пишите краткий обзор того, что продукт будет делать для человека, который купит его. А потом возвращайтесь к тому, над чем Вы работаете. Смысл этого может быть неясен, если Вы не поймёте некоторых положений данного курса, поэтому я объясню подробнее, когда Вы получите Ваши первые идеи.

3б. Потоки Идей.

Хорошо, давайте разрешим новым идеям свободно появиться и с этой целью рассмотрим точно, как создаются продукты. Есть три основных способа (или метода, если угодно) создания продуктов, и одним из них является обманывать и использовать продукты других людей. Довольно странно, что редко когда это делается правильно, но тем не менее, давайте рассмотрим несколько образцов, дабы получить некоторое представление.

Первым и возможно наиболее широко используемым способом является фактор улучшения. Это очень просто и явно стоит того, чтобы Вы выучили, что это такое. Знаете, есть такие назойливые вещи, которые Вы не можете выбросить из головы, так как кто-то сформулировал их, и Вы теперь замечаете их везде. Это хорошо, так как для Вас это означает больше идей.

Это относительно простой замысел и его тяжело не увидеть. Это словно автоматическая реакция или же это смахивает на общение, когда Вы не обращаете внимание на что-то или не воспринимаете это серьёзно. И именно

поэтому это выпускают из вида многие люди. Сколько раз Вы использовали определённый продукт или сервис и чувствовали себя разочарованным или растерянным, даже если продукт или сервис просто замечательный. Но Вы говорили: "Было бы гораздо лучше, если бы продукт X делал также и это" или "Это отнимает слишком много времени, разве что если бы продукт X делал это как-то по другому."

Нечто, на что Вы сетовали со своими друзьями, семьёй, коллегами, может стать Вашим следующим продуктом. Вы можете взять этот продукт, использовать его общий замысел и основную идею, и улучшить всё так, чтобы продукт служил Вашим потребностям лучше, чем раньше. Это происходит всегда и со всем, и я гарантирую, что Вы находите подтверждение этому каждый день. Посмотрите вокруг, например, новый мобильник - это просто очередной мобильник, но он лучше. Это по прежнему мобильный телефон, но возможности у него шире.

Как насчёт того суперкомпьютера, который Вы видели в витрине магазина и на который Вы бы с удовольствием бы наложили руки? Ваш компьютер в порядке, он работает, так почему же Вы хотите ещё один? Потому, что он быстрее, тоньше, выглядит лучше, он лучше вписывается в интерьер, и делает штуки, которые Ваш делать не может. Как насчёт того отчёта об онлайн бизнесе, который Вы прочитали на днях? Он хорош, но почему Вас тянет купить ещё один? Потому, что где-то не хватало информации, потому, что он был нечётко представлен или его было сложно использовать. Понимаете, что я имею ввиду? Это применимо ко всему и везде, и это происходит прямо сейчас, онлайн и офлайн.

Зв. Проблемы И Решения.

Посмотрите на это с другой стороны. Мы все имеем проблемы, правильно? Продукты и сервисы помогают нам решить эти проблемы. Но когда Вы обнаруживаете проблему в самом продукте, который должен проблемы решать, то вот он, Ваш пропуск. Вот возможность для Вас воссоздать эти продукты, но подправив их. Сделайте их лучше, быстрее, чище, более подходящими, более экономными, лучше представленными... ну, Вы уловили идею.

Теперь, поймите меня правильно, я не призываю Вас выйти, купить материалы других людей, клонировать их, нацепить развесёлое имя, изменить слегка дизайн и продать. Помимо возможных проблем с авторскими правами, это непрактично и неэтично. Но я хочу Вам объяснить, что Вы можете взять базисные идеи и Вы можете сделать их лучшим, более совершенным решением специфической проблемы.

Теперь, не важно, сколько раз я буду повторять Вам это, но нет ничего лучше малой толики практического опыта. Я хочу, чтобы Вы отложили этот метод куда-то на задворки Вашего сознания. Я не могу гарантировать, что Вам в голову уже что-то пришло, но если это так, замечательно. Но, скорее всего, никаких идей ещё не созрело. Не беспокойтесь. Возможно, это потому, что Вы не используете никаких особых продуктов прямо сейчас, кроме Вашего кресла, очков и, возможно, чая или кофе.

3г. Продолжайте Ваши Дела. Общайтесь С Вашим Рынком.

Вот то, что я хочу, чтобы Вы сделали. Когда Вы закончите читать это, просто продолжайте Ваши ежедневные дела совершенно нормально, но подмечайте всё. Если Вы в онлайн бизнесе, то каждый раз, когда Вы используете продукт, в котором нет некой возможности или особенности, которая бы сделала Вашу жизнь легче, записывайте это. Какой бы ни была Ваша специализация, лучшим способом наполниться идеями и инновациями относительно продуктов для определённого рынка есть использование материалов других людей и полное осознание проблем, которые такое использование порождает.

Я не хочу, чтобы Вы переживали о том, что Вы не придумали ещё ничего жизнеспособного. Это просто потому, что Вы не используете материал других людей прямо сейчас. Как только Вы попрактикуете этот метод несколько дней, Вы научитесь отмечать такие вещи просто по привычке, и Вам не придется долго искать проблемы и улучшения, которые Вы могли бы привнести.

Начните практиковать это сейчас, и раз начав, Вы вряд ли остановитесь. Вы станете отмечать, что продукт, который Вы используете, не полностью соответствует Вашим потребностям, и Вы сможете добавить что-то в ту папку замыслов, что соответствует Вашим потребностям точнее, или быстрее, или полнее. Держите это в уме и практикуйте при каждой возможности. Общайтесь, смешайтесь с Вашим рынком. Если Вы не используете отбор продуктов и сервисов из рынка, на который Вы хотите пробиться, Вы не получите никаких великих идей. Это как если бы я пытался получить новаторскую идею, чтобы применить её в области хоккея на льду, не зная об этом виде спорта решительно ничего.

Зд. Никогда Ничего не Упускайте.

Теперь, разрешите мне немного открыть Ваши глаза с помощью чего-то, что действительно является ключем для овладения этим методом. Я не хочу, чтобы Вы когда-либо вообще отбрасывали идею, которая пришла Вам в голову. Неважно, насколько сырой или сумасшедшей она кажется, неважно, если Вы думаете, что это не будет работать. Пока просто поместите её в ту папку. У скажу позже, зачем. Даже если у Вас появляется неожиданная идея относительно чего-то и Вы говорите "Ого! Классно, у меня только-что появилась потрясающая идея", то потом Вы спешите добавить "Ой, нет, нет. Не обращайтесь внимания, это не сработает потому, что *-вставьте сюда проблему-*".

Это именно то, что останавливало меня, когда я только овладевал этим методом. Я очень удивлялся, почему идеи не приходят в голову и мне нечего разместить в папке. Это понятно и это естественно. Но если Вы получите идею и сразу же начнёте выискивать проблемы, связанные с ней, Вы многое упустите. По типу подхода "ох, это не сработает". Это определённо не приведёт Вас никуда. Откройте Ваш разум немного и не начинайте упускать вещи по капризу только потому, что они кажутся непрактичными или невозможными на первый взгляд.

Мы поговорим подробнее об этом, но пока я хочу сказать, что у меня есть папка замыслов, такая же как и у Вас, плотно подогнанная к папке с моими деловыми документами. Некоторые идеи, которые я писал туда, казались непрактичными, для каких-то не было рынка, на каких-то было невозможно заработать, а для каких-то требовалось слишком большое количество потребителей, чтобы обеспечить прибыль. Но сегодня, прямо сейчас, когда я пишу это, и спустя несколько лет после их появления, я активно работаю над тремя их них.

Только подумайте, три идеи, которые казались неосуществимыми в прошлом году, а одна из них даже уходит куда-то года на три с половиной назад. И только сейчас они стали жизнеспособной возможностью. Вещи меняются быстро, время теперь бежит быстрее, чем когда-либо ещё. Помните: сохраняйте Ваш разум открытым и не накладывайте на себя ограничения прежде, чем собственно начнёте. Записывайте Ваши идеи. Одна из них, возможно, станет следующим прорывом в Вашей профессиональной области. Подробнее о том, как отделять хорошие идеи от не столь хороших, мы поговорим далее, и даже с некоторыми простыми проверочными тестами, которые Вы можете использовать.

3е. Несколько Примеров.

Теперь, однако, давайте рассмотрим пример этого метода. Вот Максим Аверин, который работает с традиционным маркетингом, и вдруг обнаруживает огромный интерес клиентов к Сети. Хочешь не хочешь, но нужно двигаться в ногу со временем. Вскоре выясняется, что коммерческий потенциал Сети шокирующее огромен. Да, кто-то использует её, чтобы просто пообщаться, а кто-то залазит в поисках эротики. Но вместе с тем, Интернет - новое средство коммуникации, дешёвое и эффективное. А через любое средство коммуникации, как известно, можно передавать так называемые коммерческие сообщения, т.е. послания от продавца к покупателю.

Так я пришёл к разработке Интернет-проектов. Вначале как консультант. Потом созрела идея (на тот момент просто идея) создания сайта, через который можно было бы продавать написанные самостоятельно информационные продукты. Соответствующий опыт к тому времени уже был, да и качественной обучающей литературы ощущалась нехватка (да и ощущается и теперь). Вот как была основана моя папка с замыслами.

Однако это было полтора года назад, и у меня тоже были сомнения - а хватит ли времени, опыта, сил? Тот факт, что сайты "о заработке в интернете" множатся как грибы после дождя, а предлагаемая на них информация - откровенно дешёвая, несвязанная с реальностью, наполненная откровенным бредом лажа, лишь эти сомнения усугублял. Но с другой стороны, я ощущал, что в Рунете появляется спрос не на дешёвые продукты-однодневки, а на настоящую качественную информационную продукцию, за которую заинтересованные люди готовы платить соответствующую цену.

И вот, полтора года спустя, в Интернете существует сайт весьма профессионального качества, который продаёт востребованные информационные продукты и ведёт собственную партнёрскую программу, отдавая партнёрам до 50% заработка, автоматически принимает платежи и автоматически доставляет продукты покупателям - фактически всё на автопилоте.

А что же мой друг и партнёр Сергей Елизаров? Сергей - прирождённый практик. Он пришёл к мысли зарабатывать в Сети ещё четыре года назад, но идея создания своего маленького магазинчика по продаже цифровых товаров появилась не сразу. Сначала были попытки заработать другим способом, с удачами, разочарованиями и соответствующими выводами. Узнав о замысле с собственным магазином, друзья говорили ему: "Зачем оно тебе надо?". Продавать просто с сайта было не очень удобно, не было подходящего скрипта, который бы делал то, что ему хотелось.

Тогда в сети было множество движков, но они были или очень дорогие, или до безобразия сложные и поэтому базовых знаний просто не хватало. Приходилось пользоваться общеизвестными торговыми площадками, но, как владельцу качественных цифровых товаров, своими деньгами не очень-то хотелось делиться с другими и эта идея ждала своего воплощения. И вот, через

полтора года появилось то, что устроило Сергея в полной мере. Появился скрипт, который был абсолютно оптимальным и по цене, и по возможностям. А теперь всё это превратилось в полностью автономный проект со своей партнерской программой, автоматической приемкой платежа в любом виде и автоматической доставкой товара покупателю, обрастающий все новыми и новыми функциями.

Но что бы случилось, если бы мы удалили эти идеи из наших папок замыслов несколько лет назад, так как они слишком дорого стоили и не были жизнеспособны на тот момент? В Интернете не было бы двух интересных прибыльных проектов, которые к тому же зарабатывают деньги из создателям почти на автопилоте.

Видите, насколько всё это важно? Если бы в своё время я не записал внезапно появившийся замысел, я не только бы потерял саму идею, которая дала бы мне в будущем хороший прибыльный продукт, но и потерял бы её прежде чем начать, просто потому, что у меня не нашлось достаточно времени для этого. Я думаю, этот пример также замечательно демонстрирует, что значит создать абсолютно оригинальную идею, что такое общение с рынком и что такое решение собственных проблем с помощью собственных же продуктов.

Прежде чем мы двинемся дальше, я хочу сказать, что если Вы испытали вдохновение или если этот отчёт пробрал Вас и подстегнул воображение, и у Вас уже есть уйма идей, давайте, давайте, пишите их все, как-то фиксируйте их. Делайте это каждый раз, когда у Вас появляется идея нового продукта. Соберите всё, запишите, потом вернётесь обратно, прежде чем тема Ваших мыслей радикально измениться и их ход свернёт в совершенно другую сторону.

3ж. Метод Номер 2.

И на этой ноте, мы немного изменим тему и рассмотрим второй способ создания продуктов. На данный момент, у нас есть несколько изменённый метод улучшения, о котором мы говорили выше. Новый метод менее общий, и это то, к чему Вы, вероятно, захотите прибегнуть, разбирая идеи, созданные с помощью первого метода.

Я называю его Нишеванием. Несколько странно, я знаю, и такого слова в литературном русском языке не существует, но для примеров, которые ждут Вас впереди, нет лучшего слова, которое бы суммировало всё так точно. Итак, что такое Нишевание? Это именно то, о чем это слово говорит. Суть в том, чтобы взять продукт с широкой аудиторией, изменить его, переделать, но на этот раз, вместо того, чтобы пытаться улучшить его, Вы развиваете его так, что достигаете очень определённой, гораздо более целевой аудитории, которая, возможно, ещё не разработана.

Давайте взглянем на несколько мировых примеров. Первый же, который приходит на ум мгновенно - это слава слабоалкогольных напитков. В Британии И США их называют изящнее - "алко-поп", то есть "поп-алкоголь". Алкогольные бизнесмены продемонстрировали наличие своих мозгов, взяли всё, что они давно продвигали более взрослым пьющим, и превратили это в красочные, похожие на газировку, приятные на вкус напитки, которые были нацелены на молодёжь. Это по прежнему алкоголь. Это всё тот же продукт. Они лишь изменили его, добавили кое-что и вуаля, появился совершенно новый рынок. Очень умный ход, в самом деле.

Поскольку понять этот метод сложнее, и нравится он мне больше, чем фактор улучшения, давайте рассмотрим больше примеров. Как насчёт процессоров для компьютеров? Они явно не были рассчитаны на массовый рынок, но их начали

варьировать для разработчиков, дизайнеров, серверов, ПК, промышленных систем особо. Это та же вещь, это всё ещё процессор, но его адаптировали для определённого рынка. В данном случае, вместо того, чтобы совершенно изменить целевой рынок, они его сохранили, но приспособили свои продукты для очень специализированных заданий.

А вот пример из практики. Сергей Елизаров уже занимался продажей информационных продуктов, но через некоторое время заметил новую нишу, связанную с ними. Эта идея нашла воплощение в конце 2006 года, когда он просто устал смотреть на многих владельцев цифровых товаров и их 3D коврики (обложки для информационных товаров). Невзрачные, плохого качества и выглядящие не совсем естественно. А их обладатели жалели каких-то десять баксов, чтобы заплатить тому, кто сделает это качественнее и лучше. Ведь все делать самому очень сложно. Именно с этой целью Сергеем было разработано более 50 скриптов для дизайна, с помощью которых делаются естественно выглядящие коврики....На реализацию этой идеи, ушло, кстати более пяти месяцев, ведь чего стоит закупка и наладка одного только программного обеспечения.

Последний образец, давайте рассмотрим его в свете онлайн бизнеса. Посмотрев вокруг себя, я уверен, что Вы не обнаружите недостатка в е-книгах и множество очень общих продуктов про них. Поэтому мы, как предприниматели, должны или применять особые тактики, и связывать их с естественно существующей системой так, чтобы нас воспринимали как-то отдельно, или просто влиться в общий поток, выделить одну тему и создать по ней продукт. Целый курс о копирайтинге для вэбсайтов, целый курс про совместные предприятия, целый курс об электронные журналы и рассылках, об их управлении и создании.

Таким образом, Вы можете взять горячую идею или замысел продукта, и если Вы действительно не можете использовать метод номер один, чтобы улучшить выполняемую им работу, то Вы также можете специализировать продукт и нацелить его на определённый рынок, или же полностью изменить продукт так, чтобы он обращался к другому, неразработанному рынку. Это, в целом, и есть основные возможности для разработки массовых продуктов, а целиться в каждого отдельного владельца компьютера или в каждого отдельного онлайн предпринимателя - это не выход. Используйте метод номер один, чтобы получить идеи, используйте метод номер два, чтобы очистить и развить Ваши идеи, ищите альтернативные углы и точки взгляда, которые могут и не быть очевидными сию минуту.

3ж. Наиболее Сложный Номер 3.

Третий метод наиболее интересный и непростой, но до сих пор ускользает от многих. Однако, он не обязательно должен ускользать от Вас. Если Вы используете его, то Вы просто молодец. Третий метод, безусловно, наиболее тяжёлый, поэтому я не предполагаю, что Вы будете использовать его всегда и везде, но просто знайте, что он есть. Итак, метод номер три - это создать нечто абсолютно новое, оригинальное, невиданное и уникальное.

Если Вы его просто отфутболите, то в этом не будет ничего удивительного, я не предполагаю, что Вы будете ворочаться до глубокой ночи, пытаясь отыскать абсолютно новые идеи. Это снесёт Вам крышу напрочь. Я же лично могу сказать, что завидую этим первопроходцам. Их осеняют совершенно новые идеи, и они вводят их на голодные рынки, рыщущие в поисках чего-то свежего... Это словно быть изобретателем, скажете Вы. И будете правы. Но скольких изобретателей Вы знаете, тех, создавших идеи, которые теперь используются каждый день?

И ещё, если у Вас появилось решение проблемы, которое, как Вы думаете, Вы можете продать покупателям, или создать продукт, которого ещё не было, не сообщайте никому деталей, пока Вы не выпустите его или не получите патент.

Будет нелишним упомянуть, что определённо есть люди, которые это проделывали. Я помню, год назад я читал отчёт про маму, которая испытывала проблемы при кормлении ребёнка, поэтому она придумала новый тип приспособления, запатентовала его, и теперь оно продается во всём мире. Прибыль от использования авторских прав принадлежит ей всецело. Есть несколько успешных современных изобретателей. Если Вы один из них, примите мои поздравления. Помните, однако, что это рискованно и дорого в любом случае. Гораздо безопаснее работать с методами один, два и четыре.

Четвёртый и последний метод получить продукт, который Вы сможете продавать - это обманывать. То есть, это означает продавать материалы других людей. Не через партнёрские программы, однако, а через права на перепродажу. Жаль, что многие люди понимают это абсолютно неправильно, а в итоге не продают много или даже не отбивают первоначальные затраты на приобретение продукта.

Причина, почему я упомянул об этом в конце, состоит в том, что для Вас гораздо лучше будет пытаться высечь искры собственных идей, используя перечисленные методы, особенно метод улучшения. И это даёт Вам полную свободу в том когда, где и как продавать продукты.

Поэтому, давайте отложим в сторону права перепродажи. Они являются быстрым способом для обладателя продукта заработать наличку, но права перепродажи позволяют другим продавать продукт за 100% прибыли. Это очень хорошо, но если Вы собираетесь продавать реселлерские права, будьте осторожны и не теряйте голову, как многие, когда видят падающие на них долларовые купюры.

Зи. Вещи, Которые Надо Запомнить.

Есть две вещи, которые я хочу выделить в этой секции, чтобы сослаться на них в будущем. Во-первых, думайте о насыщении рынка. Если Вы покупаете права перепродажи на продукт, как много копий разрешают продать его авторы и каковы правила? Всегда задавайте этот вопрос. Я не хочу, чтобы Вы пошли и выкупили какой-нибудь пакет реселлерских прав за 80 долларов, оформили и установили вэбсайт и систему проплат, а потом обнаружили, что продукт, который Вы собираетесь продавать за 20 долларов, раздается бесплатно как бонус на сотнях других сайтов только потому, что настоящий продавец не предусмотрел правила, которое препятствовало бы обесцениванию пакета.

Вторая вещь, о которой я хотел бы поговорить, это качество. Ищите качество в реселлерских продуктах. Я не могу сосчитать случаев, когда я обнаруживал случайную рекламу рассылок, или люди пытались продать мне свои продукты, которые датировались на обложке 1996 годом или содержали другие подобные глупости. Обращайте на такие вещи внимание, если хотите продавать что-то дальше. Вы не должны хвататься за старые запыленные продукты, которые по этим же причинам нельзя столкнуть дальше.

Извините, но такова практическая сторона создания собственных продуктов, создания идей, улучшения и новаторства. Мне очень понравилось писать всё это, и если всё идёт хорошо, Вы тоже должны быть вдохновлены. Уделите особое внимание методу номер один, научитесь ему, сохраняйте Ваш ум открытым, не устанавливайте себе ограничения прежде, чем идеи появятся - и они потекут к Вам полноводной бурной рекой. Поверьте мне, этот метод обеспечивал меня уймой работы на протяжении нескольких лет, и просто следуя ему, Вы получите те же преимущества.

Далее, мы узнаем, как совершить следующий шаг и оценить собственные идеи. Простая проверка, которую Вы сможете использовать, чтобы знать, когда они могут быть запущены, сейчас или в будущем. Я объясню Вам три основных причины, по которым эти замыслы и их записывание так важны, и почему Вы можете потерять много, если не будете учитывать эти вещи.

4. Итоги.

- Это одна из самых важных секций, если Вы действительно собираетесь преуспевать. Нам нужно, чтобы Вы подстегнули Ваши творческие способности, прямо сейчас, и смогли собрать все Ваши идеи, чтобы превратить их в настоящие, жизнеспособные, продающиеся и прибыльные продукты.
- Не недооценивайте этого, как только Вы овладеете данным методом, Вы обнаружите, что переполнены нескончаемым потоком идей и замыслов продуктов, которых Вам хватит надолго; Вашими единственными инструментами будут Ваш ясный ум и чистый лист бумаги (или чистый дисплей компьютера).
- Реакция, которую я встречаю чаще всего, когда предлагаю кому-то начать собственный бизнес, это "но у меня нет ничего, что можно продавать" или "я не знаю, что продавать". Заведём мотор, нажмём на газ и начнём решать проблему прямо сейчас.
- Если Вы думаете, что у Вас нет воображения, или у Вас нет идей, или опыта, чтобы создавать собственные продукты, помните, каждый человек до Вас и каждый человек после Вас создаёт свой самый первый продукт без какого-либо опыта. Вы тоже можете делать это, и это принесёт Вам больше денег, чем большие инвестиции в список подписчиков или в покупку рекламы, или в что-то ещё.
- Давайте рассмотрим также второй важный аспект создания продуктов. Брать старые идеи или ранее казавшиеся нежизнеспособными, и превращать их в что-то продающееся, солидное, надёжное и выгодное, и всё из того, что выглядело полной дрянью или абсолютно невозможным ещё несколько месяцев назад.

- Две важные вещи, прежде чем начнём. Во-первых, всё становится значительно легче по мере продвижения вперёд. Во-вторых, я бы советовал Вам не переживать относительно того, сколько идей Вас осеняет, или о качестве этих идей, или о временных ограничениях, или о каких-то других. Мы должны выкинуть всё это в окно прямо сейчас. Время и сроки не существуют, всё, что есть - это Вы, Ваш ум и этот курс, который требует Вашей полной концентрации.
- Чем больше времени Вы проводите на Вашем целевом рынке и изучаете продукты других людей, тем больше идей Вы способны создать потому, что Вы получаете более полное знание того, что хотят люди. Поэтому не переживайте относительно того, что у Вас мало идей относительно Вашего целевого рынка. После каждого запуска продукта, Ваши идеи будут умножаться до таких количеств, что Вы не будет знать, что с ним всеми делать.
- Я буду честен. Я использую этот метод довольно долго, может быть лет четыре-пять. Вещи происходят постоянно. Например, прошлой ночью я просто писал план этого отчёта и думал, что мне здесь надо раскрыть, а потом должен был остановиться, так как идеи шли ко мне потоком. За время, которое требуется, чтобы спланировать секцию, что приблизительно равно написанию трёх страниц текста, мне в голову пришло не менее пяти отдельных идей продуктов. Кое-какие из них Вы увидите очень скоро. Вот насколько мощно работает этот метод.
- Один очень важный совет. Сохраняйте всё. Записывайте всё, каждую идею, каждый проблеск нового продукта или сервиса, который может работать. Если Вы этого ещё не сделали, создайте папку "Замыслы", и каждый раз, когда Вас озарит идея, неважно, жизнеспособная, хорошая, плохая, странная, явно невероятная или откровенно сумасшедшая, записывайте её. Вы увидите, почему это необходимо, позднее.

- Давайте получим кое-какие идеи прямо сейчас, просто рассматривая три основных способа создания продукта, в частности, через улучшение. Рассмотрим инструменты, которые Вы используете и которые, возможно, не выполняют работу адекватно.
- Относительно лёгкий замысел, который не рассчитан на немедленное физическое создание продуктов на любой стадии, да и сами стадии на это не ориентированы, но мне надо описать их, так как просто удивительно, во что идеи могут превратиться позже.
- Создание продуктов такими методами - это автоматическая реакция многих людей и они даже не осознают её. Но это часто происходит в нашей ежедневной жизни, просто большинством людей это упускается.
- Использовали ли Вы когда-либо продукт и ловили ли себя на мысли "было бы гораздо лучше, если бы X продукт выполнял Y действия"? Были ли Вы когда-нибудь в ситуации, когда Вам надо было создать что-то или выполнить какую-то задачу, и Вы думали: "было бы гораздо легче, если бы что-то могло выполнить это за меня"?
- Продукт, на который Ваши друзья или родственники сетуют, что он не выполняет своей работы или делает не всё, что возможно, чтобы облегчить жизнь. Неужели Вы не слышали, как люди делают такие утверждения или обсуждают это? Просто возьмите продукт и добавьте это к нему. Ваши родственники или друзья сетуют на то, что у них не какого-то инструмента, чтобы выполнить работу? Если кто-то хочет такое, это немедленно становится жизнеспособной идеей.

- Каждый так или иначе делает это в своём бизнесе. Посмотрите на тот суперкомпьютер, на который Вы бы хотели наложить руки. Ваш хорош, так почему же Вам нужен новый? Потому, что он лучше, он делает Вашу жизнь легче, решает проблемы и делает что-то, что предыдущий не делает. А как насчёт мобильных телефонов? Стандартные "кирпичные" мобилы, как я их называю, те, которые появились первыми, были хороши, так зачем же новые? Потому, что они лучше, технология совершенней, новые идеи и особенности решают Ваши проблемы и позволяют Вам делать что-то, чего Вы до сих пор не делали, легче и быстрее.
- Посмотрите вокруг и если Вы видите, как замысел первоначально реализуется одним бизнесом, а потом серьёзно улучшается другим, Вы видите эффект применения этого метода.
- Поймите меня правильно, я не призываю Вас копировать кого-то, так как это может навлечь на Вас неприятности, не говоря уже о моральной стороне, но я пытаюсь сказать Вам, что если что-то существует, то оно может быть улучшено, подправлено под другой рынок, обогащено особенностями, иными словами, стать ответом на пожелание "Я хочу, чтобы продукт X делал ещё и это".
- Практика и опыт сделают всё это легче, поэтому я хочу, чтобы на этой неделе Вы взглянули на вещи в новом свете. Не пытайтесь прямо сейчас произвести готовый продукт, просто занимайтесь Вашими ежедневными делами, используя инструменты, которые Вы нормально используете, ловите собственные мысли или пожелания, чтобы что-то было сделано по другому.

- Игнорируйте факт, что это не относится к Вашему целевому рынку, игнорируйте любые издержки или проблемы, связанные с производством продукта, игнорируйте факт, что Вы не заинтересованы в этом рынке потому, что когда Вы начнёте общаться со своим собственным рынком и научитесь думать подобным образом, вещи начнут происходить автоматически и они как раз-то и будут относиться к Вашему целевому рынку.
- Ничего не упускайте. И вот почему. Когда я только начинал онлайн бизнес, у меня было очень много идей и надежд на будущее. Я их все записал и ничего не упустил из-за того, что моя текущая ситуация не способствовала превращению идей в реальность. Несколько лет спустя я работаю над двумя из них. Что случилось бы, если бы я просто выкинул их? Сколько денег я бы потерял, отказавшись от идей слишком поспешно?
- Если Вы вдохновлены и этот отчёт прошиб Вас и подстегнул Ваше воображение - творите. Отложите этот метод в уголок сознания, и замечайте, когда Вы желаете, чтобы "что-то делало то-то". Когда Вас озаряет идея, остановитесь, отбросьте всё, не думайте, не упускайте, не говорите, что Вы не можете потому, что - **вставьте причину** -. Просто напишите всё это и сохраните, иначе забудете и потеряете потенциальные сотни долларов от каждой идеи, которую Вы не записали немедленно.
- Метод 2 - это нишевание. Возьмите продукт и измените его так, чтобы первоначальный продукт почти не изменился, но был нацелен на совершенно другой рынок. В этот раз, вместо улучшения продукта, Вы его развиваете и приспособливаете.

- Давайте посмотрим на образец из реальной жизни. Например, на алкоголь. Долгое время всё пиво и другие алкогольные напитки были ориентированы на взрослых потребителей. Однако, с некоторых пор алкогольная индустрия начала производить (или импортировать) разнообразные варианты алкоголя, например слабоалкогольные напитки. Красочные, модно оформленные и направленный на гораздо более молодую аудиторию, они превратились в большой бизнес. Это по-прежнему алкоголь, но его взяли, развили (это не означает, что улучшили), занишевали и нацелили на совершенно другой рынок. Если выпустить этичность продажи алкоголя молодёжи, то это просто замечательный пример нишевания.
- А как насчёт компьютеров и периферии? Компоненты продаются не для массового рынка, а только для разработчиков и конкретного типа пользователей. Периферия та же, но её улучшили и занишевали, так сказать.
- Однако, ниши - это не единственный способ нацелиться на меньший рынок. Особенно с первым примером, Вы можете зацепиться за крутые новые рынки просто изменив способ, которым продукт продвигается в целом.
- Метод 3 наиболее сложный, и это означает создать собственную и на все сто процентов оригинальную идею продукта или сервиса. Это конечно, намного сложнее, но всё же встречается нередко.
- Этот метод вполне реален и применим, так как существует много людей, которые его использовали. Это пионеры совершенно новых замыслов и продуктов. Я помню, что читал о молодой маме, которая изобрела новаторский способ кормления младенцев. Сегодня её приспособление продаётся во всём мире. Так что, если Вы способны на такое, я Вас поздравляю. Но обязательно оформите патент.

- Четвёртыми и последним способом создания продукта являются реселлерские права или же права перепродажи. Или же обман, как я называю это. Вы владеете продуктом как своим собственным, но он не Ваш. Стыдно, что многие люди понимают это неправильно и продают всевозможные "бизнес-пакеты" неустановленного года выпуска за \$5 и надеются разбогатеть. Мы поговорим об этом позже, но сейчас я хочу, чтобы Вы создали собственный продукт и озарились самостоятельными идеями, просто чтобы доказать, что Вы можете делать это снова и снова, когда только пожелаете.

5. Задачи этой секции.

- Расширить методы создания продуктов, сделать их привычкой, чем-то, что действительно работает само собой в уголке Вашего ума.
- Научить Вас записывать всё, что Вы делаете, то есть первому шагу к действиям, а также как тому, как избежать причины номер один всех неудач.
- Показать Вам, как пройтись по Вашему хранилищу идей, отобрать из них наиболее подходящие и превратить их в реальные продукты, просто задав несколько вопросов.
- Заполнить пробелы в Вашем уме, когда Вы не можете найти ничего, что бы работало, и развить Ваши идеи в реальные, работающие, живые продукты, которые можно с успехом продавать.
- Объяснить самую важную сторону создания продуктов, которую Вы должны знать, прежде чем продолжать и развивать Ваши идеи во что-то реальное.
- Показать Вам, как реально применить техники, которые Вы выучили, и придумать ещё новые идеи, но на этот раз, для Вашего целевого рынка. Нечто, что Вы можете воплотить в жизнь.
- Показать Вам, что как только Вы овладеете этими техниками, отточите их до совершенства на практике, Вы станете бизнесменом, у которого никогда нет недостатка в идеях, а люди будут удивляться, как Вы этого добиваетесь.
- Научить Вас тому, как начать создавать и записывать идеи продуктов самостоятельно уже сегодня.

6. Стать Творческим. Часть 2.

6а. Оценка Ваших Идей.

Хорошо, я надеюсь, что если Вы приняли всё к сведению, Вы должны уже чувствовать, что идеи начинают появляться и прибывать. Конечно, они могут быть сумасшедшими слегка, Вы можете думать, что они ещё нежизнеспособны, но в любом случае, это приблизительно то же, что и писательство. Тяжело начать, но как только Вы укрепитесь в идее получения новых замыслов и их использования, Вы увидите, что всё вполне возможно и Вы не останетесь без идей для новых продуктов.

Не недооценивайте этого. Вы уже сделали сильное движение. У Вас есть возможность создавать продукты самостоятельно. Как я уже говорил ранее, причина номер один, чтобы не начать собственный бизнес, которую опрашиваемые мною друзья, родственники, партнёры называли - это то, что они не знали, что им продавать. Кроме того, судя по некоторым продуктам, которые я видел, даже люди, которые уже имеют собственные бизнесы, решительно не знают, что они хотят продавать. Вы же уже знаете, и это большой прорыв.

Прежде чем мы двинемся к новой теме, я хочу сообщить Вам кое-что ещё о создании продуктов. Очень важно, что Вы умеете теперь разбираться, подходят или нет Ваши продукты для продажи с учётом рынка и людей, которые будут покупать у Вас. Это действительно важно, если Вы не хотите тратить уйму денег на проекты лишь для того, чтобы обнаруживать на половине пути, что они не работают.

Помните, как в предыдущей секции мы создали Вашу новую папку замыслов и я советовал Вам всё туда записывать? Теперь, когда Вы получили Ваши новые идеи, неважно насколько они неуклюжи, давайте проясним причины этого.

6б. Почему Я Просил Всё Сохранять.

Конечно, это шло как совет номер один, поэтому Вы не забыли. Раньше я удалял замыслы, которые, как я думал, бесполезны, это было когда я только начинал, и это было огромной ошибкой. Так как, хотя они и были бесполезными на тот момент, они могли стать жизнеспособными в ближайшем будущем. Однажды один продукт, замысел которого у меня возник, был отвергнут как неподходящий. Три месяца спустя я наблюдал как клон этой идеи появляется, попадает в тысячи электронных почтовых ящиков и делает уйму денег. Можете представить, как я себя чувствовал. Полностью утерянная возможность. Не совершайте той же ошибки.

6в. Почему Я Просил Всё Сохранять 2.

Второй причиной есть то, что Вам понадобится время, чтобы понять, будет ли идея успешной. Поищите способы изменить или улучшить идею. Стоит потратить немного времени на замысел, который того стоит, если это может превратить нечто неработоспособное в настоящий успешный продукт.

6г. Почему Я Просил Всё Сохранять 3.

Третья причина, и наиболее важная, чтобы сохранять эти замыслы, это просто потому, что вещи идут, вещи меняются и меняются они очень быстро. Например, у Вас есть очевидно выгодная идея, которую Вы не можете осуществить по той или иной причине, будь это финансовая причина, или недостаток времени, ресурсов, чем бы это ни было. Но всё это меняется. И когда Ваше положение меняется к лучшему, просто замечательно, что у Вас есть продукт или идея, которые могут превратиться из чего-то невозможного или рискованного в горячий хит.

Сохраняйте это, сохраняйте всё. Не важно, насколько нелепым или отвлечённым это Вам кажется. Просматривайте эту папку и Ваши замыслы регулярно, меняйте их, приспособливайте их, чтобы сделать их более работоспособными в будущем, когда Ваше положение измениться. Не выбрасывайте идею в корзину потому, что наступит время, когда Ваша ситуация неожиданно позволит Вам создание и реализацию этого продукта, но Вас кто-то опередит, и Вы почувствуете себя таким же кретином, каким я чувствовал себя когда-то.

Это то, о чём я хочу сейчас с Вами поговорить. Работайте с этими замыслами, отбирайте хорошие, плохие, откровенно сумасшедшие вещи, которые Вам пришли в голову, разрабатывайте их, отсеивайте, и всё ради того, чтобы узнать, то ли это, ради чего Вы могли бы установить систему проплат и продавать это успешно.

6д. Жизнеспособны Ли Ваши Продукты?

Это действительно простой процесс, и он состоит в постановке правильного вопроса на этой стадии сейчас, чтобы избежать проблем после. Если подобно многим, Вы этого не делаете, Вам придётся идти против финансовых напряжений, напряжения со временем, напряжения с ресурсами, и всё это делает вещи дорогими, даже если Вы просто хотите поднять их с земли. При том, что нет никаких сведений о их качестве, а мы же знаем, насколько это важно.

6е. Вопрос Первый. Помогает ли это решить проблему?

Хорошо, самое первое, что Вы должны сделать относительно Вашего замысла, это задать очень простой вопрос. Если Вы следовали предыдущим инструкциям и восприняли их так, как мы об этом говорили, скорее всего, Вы сможете сказать твёрдое "Да". Самый важный вопрос, который Вы когда-либо задаёте о Вашем продукте, прост. Решает ли он проблему, помогает ли покупателю уменьшить боль, достигнуть счастья или развлечь.

Хотя всё это широко известно, и я не удивлюсь, если Вы уже слышали нечто подобное, но это всё ещё применимо, да и, наверно, будет применимо всегда. Что меня действительно удивляет, так это то, как много людей знают это, но так и не задают себе этого вопроса прямо, пока не станет слишком поздно. А потом они заходят в тупик с кучей безотносительных вещей, которые они должны впихивать в их новый пакет, чтобы тот выглядел более ценным, так как якобы решает больше проблем.

6ж. Вопрос Второй. Есть ли рынок для моего продукта?

И могу ли я достичь его? Очень важный вопрос, в действительности, так как если случайно окажется, что у Вас нет способа, чтобы достичь рынка, тогда никто не будет искать Ваш продукт и Вы просто ничего не продадите.

Очень просто направиться на google.ru и задать поиск по какому-то продукту или по его версиям. Не стоит полагаться только на факт, что у Вас есть проблема, которую Вы собираетесь решить. Крайне маловероятно (если не явно невозможно), что Ваша проблема уникальна.

Если Вы выполняете поиск и обнаруживаете другие продукты, которые предлагают то же, что и Вы, но иным способом, Вы можете поклясться жизнью, что для них уже есть рынок. Также, есть ли какие-то публикации, которые относятся к Вашему продукту? Это даже ещё более очевидный знак, что рынок существует. Но можете ли Вы получить к нему доступ? Специфика и методы не важны сейчас, Вы просто должны знать, что не следует запускать продукт, если окажется, что он не может достичь людей, которые хотят купить его, или даже хуже, вообще нет никаких людей, которые хотели бы его купить.

63. Вопрос Третий. Как много денег потребуется, чтобы создать продукт?

И чтобы сделать его наилучшим? Спросите себя, как много наличных уйдёт из Ваших карманов, прежде чем Вы начнёте. Это совершенно правильно, но также Вам надо знать не только сколько будет стоить создание и запуск продукта, но и сколько будут стоить эффективные создание и запуск, так что Вы можете действительно удивить Ваших покупателей, и заставить их говорить о Вашем продукте. Качество особенно важно сейчас, когда все рынки буквально наводнены продуктами.

Вот образец для Вас, опять из моего личного опыта работы с сайтами. Я всегда верил, что людей надо удивлять материалами, которые я создаю. Если уж делать что-то, то делать вещи правильно, качественно, и настолько хорошо, насколько это может быть вообще. Первый сайт, который я задумал, должен был предлагать не только информационные продукты, но и софт: форумы, многофункциональный автоответчик, систему контроля над рекламой для каждого его участника, конечно, он был снабжён партнёрским программным обеспечением, полным контролем над доступом, что имело следствием ведение двухуровневой партнёрской программы с регуляцией уровня комиссии для различных людей.

Теперь имейте ввиду, что в тот момент я не имел обширного списка людей, которым я мог бы продавать, у меня ещё не было этих скриптов и систем. У меня даже не было реального опыта сайтостроения, так как доселе я сотрудничал с взбмастерами. Глядя теперь на замысел, я вижу, это должен был быть поистине чудовищный сайт, абсолютно крышесносительный, и я совершил бы ошибку, если бы занялся ним, не посмотрев внимательно, сколько денежных вложений и затрат времени такой сайт потребует, например, хотя бы та же техническая поддержка, которая разгребала бы проблемы нон-стоп и т.д.

Мне не надо говорить, конечно, что это был бы просто огромный первый продукт. Поэтому мой первый сайт в действительности оказался ориентирован на продажи качественных действенных информационных продуктов и хорошего программного обеспечения через партнёрские программы. Но, тем не менее, нет ничего плохого в решительных действиях или в том, чтобы быть амбициозным.

Однако, прежде чем начинать, спросите себя: найдется ли у Вас достаточно времени и денег, чтобы довести всё до высочайших стандартов? Иначе может случиться, что Вы остановитесь на половине пути ещё в процессе создания.

би. Вопрос Четвёртый. Как мне запаковать и представить?

Часто Вы будете обнаруживать, что идея продукта превращается в две или три, если разобрать вопрос основательно. Если это разница между заработком 2 и 6 тысяч долларов на каждом продукте, я бы сказал, что это довольно важный фактор. Помните это, когда собираетесь развить и улучшить продукт. Они не высечены в камне, и часто всего лишь один жизнеспособный замысел оказывается гораздо более полезным, чем это кажется на первый взгляд. То, как Вы упаковываете и представляете, очень важно.

Вот Вам наглядный пример. Возьмите в руку этот курс и спросите себя, словно если бы Вы были мной, то есть исследовали предмет и написали тренинговый курс - что ещё бы Вы могли делать с ним, кроме как разместить его на на вэбсайте в качестве интенсивного курса, как это сделали мы с Сергеем Елизаровым сейчас? Давайте посмотрим, вот то, что пришло мне в голову без длительных размышлений. Мы можем превратить его в закрытый сайт для участников с ежемесячной оплатой. Мы можем записать всё на аудио или видео.

Мы можем доставлять его как интенсивный курс по почте вместе с печатной версией.

Или нечто, о чём мы уже говорили ранее - как насчёт прав на перепродажу? Когда я реализую новый продукт, если он предположим, заменяет этот, расширяет его или представляет как-то по новому, что мешает мне продать этот курс с правами перепродажи за 100 долларов 75 людям? Видите, первоначальная идея передать наше знание Вам подразумевает огромное множество способов доставки, связанных с ней. Можно оставить продукт тем же, можно превратить его в "профессиональную версию", да и реселлерские права просто плачут по новому рынку, даже если первоначальный продукт всё тот же.

Всегда ищите способы развить Ваши хорошие идеи. Если они успешны, не останавливайтесь. Продолжайте идею, предлагайте профессиональные версии, предлагайте лучшие версии, предлагайте аудиOVERсии, видеоруководства, курсы по почте, права перепродажи, платные сайты и т.д. И это только то, что пришло мне в голову прямо сейчас.

Теперь, очевидно, что мы не берём тот же продукт и не продаём его тем же людям снова и снова, это было бы бессмысленно, и никто не захочет покупать тот же информационный продукт, переделанный пятью разными способами, но всегда ищите и приспособляйте способы доставки, и версии Вашего продукта, и вполне возможно, что одна хорошая идея, которая зарабатывает Вам 2 тонны в год, может быть превращена в три хорошие идеи, которые нацелены на совершенно разных людей. Нехило, правда? Но всё даже ещё лучше, так как даже небольшое обновление поможет заработать Вам кучу денег, если Вы примените эти методы создания продуктов. Не забывайте об этом и Вы будете иметь горячее для Вашего бизнеса так долго, сколько пожелаете.

6к. Вопрос Пятый. Могу ли я адаптировать систему?

Сделать её легче на своих ресурсах, достичь большего или более целевого рынка? Это то, что Вы должны всегда себя спрашивать. Могу ли я сделать продукт или сервис лучше, заставить его достичь большей или более целевой группы людей? Если он не приносит прибыль, как заставить его приносить прибыль? Если у меня нет времени управлять такой машиной, как мне поставить всё на автопилот?

Главное заключается в том, что Вы спрашиваете себя, как Вы можете улучшить Ваш замысел, чтобы сделать его легче для себя или более жизнеспособным, чтобы действеннее продавать Вашему целевому рынку. Если Вы не можете ответить, и ничего не меняется, пройдите ещё раз по первым четырём вопросам. Если Вы можете ответить "да" первым четырём, и порадоваться выводам по пятому вопросу, считайте, что у Вас есть жизнеспособный, готовый к употреблению продукт, который Вы можете заставить работать правильно. Конечно, мы поговорим о специфике всего этого позднее, но пока просто держите всё в уме, и помните, как такие идеи создаются.

Если Вы обнаружите, что один из Ваших замыслов нежизнеспособен на данный момент, не переживайте. По крайней мере 8 из каждых 10 идей, которые осеняют меня лично, не выходят из стадии планирования какое-то время, если не всегда. Не беспокойтесь. Как мы уже говорили ранее, если Вы уберёте свои оковы, которые мешают Вам создавать идеи, но начнёте пугаться ограниченности Ваших ресурсов, прежде чем начать... идеи появятся, но очень вероятно, что многие идеи, которые Вы упустили, невозможно было использовать сейчас же или в их первоначальном виде.

Вот почему так важно хранить их, и периодически просматривать, даже если Вы решили поначалу, что это не пойдёт. Ваша ситуация может измениться, Ваше финансовое положение или сам рынок. Это просто вопрос времени, пока ответ на все пять вопросов станет положительным, а пока Вы работаете над вещами, которые работают и жизнеспособны. Если Вы овладели этим методом, то скорее всего обнаружите, что Вам некогда бездельничать и у Вас настоящее изобилие новых продуктов, которые Вы можете гнуть и плести так, чтобы они больше подходили Вам и Вашим личным ресурсам.

6л. Упаковываем.

Всё, что касается упаковки - это практическая работа. Я надеюсь, что дал Вам некий толчок к тому, чтобы идеи полились рекой, плотно и быстро, а также понимание того, как отделять хорошие от не столь хороших. И не особо переживайте о сумасшедших идеях, кстати.

Мы заполнили большой пробел. Теперь у Вас должно появиться нечто совершенно особое, и это способность создавать идеи самостоятельно, даже если Вы не считаете, что Ваше воображение сильно развито - но через практическое использование этих методов Вы получили хорошую порцию этой способности. Вы готовы к самостоятельному созданию горячего для Вашего бизнеса. Забыты дни, когда Вы тарасились на чистый лист бумаги и Вам нечего было делать, теперь Вы можете легко превратить чистую бумагу или чистый экран в самый настоящий продукт, который люди захотят купить и будут Вас узнавать по нему. Вы можете построить вокруг него систему проплат, распространить о нём информацию и заработать уйму денег.

Прежде чем завершить эту секцию, есть ещё две вещи о создании продуктов, которые я хочу обсудить с Вами, и которые позволят Вам чувствовать себя абсолютно расслабленно и комфортно в этом процессе, создавать ещё больше идей, и дадут Вам ещё уверенности, если Вы ещё не убеждены в том, чего Вы можете достичь.

6м. Полюби Или Выбрось.

Первое и главное, удостоверьтесь, что Вам это нравится. С продуктами, которые Вы превращаете из замыслов в полнокровные продукты или сервисы, Вы должны иметь некоторое сходство. Если Вашей страстью является рыбалка, хорошо, если какой-то спорт, тоже хорошо. Если же как и я, Вы испытываете страсть к бизнес-продуктам, что же, продолжайте и развивайте это.

Причина, по которой большая часть людей, которые понимают в этом толк, убедит Вас продолжать и создавать продукты той тематики, которая Вам нравится, есть то, что гораздо легче делать что-то, что нравится, и результат всегда лучше, чем если Вы скучаете или Ваш мозг пытается создать что-то, о чём Вы особо не беспокоитесь. Тому есть более глубокая причина, о которой мы говорили ранее. Гораздо легче создавать продукты, если Вы общаетесь с рынком, смешаны с рынком, если Вы внутри Вашего целевого рынка. Невозможно получить идеи для решения проблем, о которых Вы ничего не знаете. Поэтому, у нас есть две реальные причины, относящиеся к Вашей продуктивности, успеху и счастью, чтобы выбрать именно тот рынок, который Вас увлекает.

Что приводит меня к последней части секции о создании продуктов, и, возможно, наиболее важной. Чем больше Вы действуете, чем больше продуктов реализуете и чем больше Вы общаетесь с избранным Вами рынком, тем больше идей появятся у Вас сами собой. Такое происходит часто. Это придёт вместе с опытом и практикой.

Поэтому я не хочу, чтобы Вы переживали, если Вы прошли через всё это, и обнаружили, что хотя Вы и были вдохновлены, и почувствовали оживление, и у Вас появилась свежая новая цель, сама папка с замыслами остается пустой сейчас. Я уверяю Вас, если Вы начнёте следовать тому, о чём мы говорили, буквально, она начнёт наполняться моментально.

Когда я впервые начал использовать этот метод несколько лет назад, моя папка замыслов содержал странные идеи, плавающие там. Большинство из них не были особенно впечатляющи, но вот я занялся созданием сайтов, раскруткой других людей, общался с этими людьми и бизнесами, которые были в той же лодке - и у меня начали появляться идеи, одна за другой, выпрыгивая из ниоткуда, иногда три, четыре, пять каждый день. Держитесь этого курса. Всё становится легче.

Теперь... если Вы думаете, что тут слишком много всего, а ведь мы даже не начали планирование идей, не беспокойтесь. Методы, о которых мы говорили, требуют минуты, чтобы превратиться в действия, и становятся привычкой, как только Вы ими овладеваете. Они дают Вам полную уверенность в том, что Вы делаете. Вам больше не придется никого спрашивать, правильно ли Вы всё делаете, или хорош ли Ваш продукт, так как Вы знаете, как работать над ним самостоятельно, логично и методично. И доверяйте тому, что я говорю. Результаты будут заметны по Вашему карману в конце месяца и по росту Вашей репутации в глазах потребителей.

7. Итоги.

- Если Вы приняли к сведению информацию, изложенную в предыдущей секции, у Вас уже должны появиться кое-какие идеи, и даже если они весьма странные или это не то, в чём Вы заинтересованы, или они не жизнеспособны на данный момент, не суть важно. Главное, что это как работа писателя. Тяжело начать, но если Вы всё же начали, вещи двигаются легче и быстрее.
- Вы уже сделали кое-что очень важное. Вы доказали, что вне сомнений, даже если Вас озарила одна-единственная идея случайного продукта, который не относится к Вашему целевому рынку, то у Вас есть способность создавать идеи собственных продуктов.
- Продолжаем и ищем идеи, которые к Вам пришли, чтобы превратить их в что-то жизнеспособное, а потом развиваем их в множественные, готовые к немедленной реализации на рынке продукты для Вашего бизнеса.
- Узнаем детально, почему я просил Вас записывать все идеи и создать собственную папку замыслов, в которой Вы будете хранить эти идеи. В прошлом, когда я только начинал заниматься онлайн бизнесом, я часто удалял старые замыслы, так как они казались бесполезными на тот момент. Три месяца спустя после того, как я удалил и забыл одну из таких идей, я увидел как её клоны начали стучаться в виде рекламы во все электронные почтовые ящики. Обиднее всего, что предложение исходило от известного бизнесмена. Я упустил возможность заработать кто знает сколько денег. Не повторяйте ту же ошибку.
- Вторая причина в записывании этих идей есть то, что Вы можете рассмотреть их детально и почти мгновенно определить, будет это работать или нет. Тратить время на развитие замысла продукта стоит только в том случае, если в результате можно получить нечто жизнеспособное.

- Третья причина, чтобы хранить эти записи состоит в том, что даже если Вы изучили замысел и не находите средств, чтобы его развить, то вещи меняются, и меняются быстро. Может быть много причин, чтобы не развивать проект, например, финансовые, нехватка времени, ресурсов, да что угодно, но всё это меняется. Ваше положение будет улучшаться с каждым новым продуктом, и однажды Вы обнаружите, что содержание папки замыслов выглядит уже не коллекцией невозможных или рискованных идей, а скорее, коллекцией настоящих хитов и хороших возможностей заработать. Сохраняйте всё.
- Проверяйте свои замыслы регулярно. Иногда вещи меняются, а Вы можете даже не знать этого. Откройте папку замыслов, пройдитесь по каждому из них и посмотрите, не можете ли Вы его развить. Вы даже можете обнаружить несколько вариаций основной идеи, на основе которых можно создать серию новых продуктов.
- Вот то, о чём я хочу поговорить прямо сейчас. По каждому замыслу нужно пройтись и задать кое-какие вопросы, чтобы установить наверняка, окажется ли каждая отдельная идея жизнеспособной на Вашем целевом рынке. Игнорируйте Ваши личные сиюминутные ограничения, просто сконцентрируйтесь на том, будут это покупать или нет. Вопрос первый. Решает ли продукт проблему, помогает ли достичь счастья, избежать боли или развлечь?
- Это широко известно, но это то, на чём следует основывать создание продуктов, так как попросту если он не содержит выгод и преимуществ для кого-то, и не отвечает по крайней на один из этих вопросов, то он нежизнеспособен.

- Вопрос второй. Существует ли рынок для моего продукта и как мне достичь его? Важный вопрос, так как попросту если не существует рынка для Ваших материалов, Вы никаких продаж не совершите. Наиболее быстрый способ - это пройтись с помощью Гугля по теме и поискать Ваш продукт. Если кто-то уже создал его, это фактически гарантирует, что рынок для Ваших идей уже существует.
- Вопрос третий. Сколько денег и времени понадобится, чтобы довести его до совершенства? Именно тут Вы можете оценить, находится ли создание такого продукта в пределах Ваших возможностей? Если это так, если нет, придерживайте идею пока не улучшится Ваше положение.
- Вопрос четвёртый. Если уж Вы ответили да на все предыдущие вопросы, следующий вопрос, который Вам необходимо задать себе, это как Вы собираетесь упаковывать и представлять продукт? Задумываясь над этим вопросом, Вы часто сможете обнаружить, что Ваши идеи множатся во множество продуктов.
- Вот образец. Возьмите этот курс, и спросите себя, словно если бы Вы были мной, как много разных способов есть для того, чтобы запаковать и представить? Как насчёт платного сайта для участников, материалы которого превращаются в полный курс в конце срока. А что если бы мы создали аудио и видео версии и продавали бы разные уровни участия по разным ценам? Как насчёт того, чтобы передавать права на перепродажу после того, как продукт принёс Вам основную прибыль? Как насчёт расширения, реализации второй или профессиональной версии, которая содержит больше особенностей и выгод, как, например, протяжённая личная консультация?

- Видите ли Вы как единичный продукт может быть превращён два, три, четыре или даже пять используя метод размышления над упаковкой и презентацией? Это Ваша возможность создать несколько продуктов на основе одной идеи. Вот в этом вся суть. Идея одна, а содержания Вам хватит на год или два. Мощная штука.
- Вопрос пятый. Могу ли я адаптировать систему так, чтобы сделать её легче с моими ресурсами, или чтобы достичь другого рынка? Этот вопрос Вы должны задавать себе постоянно. Как я могу улучшить мои идеи, прежде чем они сошли с чертёжной доски? Как мне достичь большего количества людей? Как мне сделать это выгодным для каждого? Если каждый пытается продать пиво в бары, могу ли я продать мой алкоголь другому готовому и голодному рынку?
- Как только Вы прошли через эти пять вопросов, Вам надо внимательно изучить все Ваши ответы. Можете ли Вы изменить продукт, чтобы сделать его более жизнеспособным, продающимся, лёгким в использовании на основе имеющихся ресурсов? Как только Вы внесли изменения, возвращайтесь к вопросу один и задавайте его снова. После нескольких циклов, по истечении некоего периода времени, иногда дней, иногда месяцев, иногда лет, а иногда и минут, Вы обнаружите, что у Вас на руках есть несколько жизнеспособных продуктов, готовых к немедленному употреблению, в то время как другие всё ещё говорят "я хочу начать свой бизнес, но я не знаю, что продавать". Теперь Вы представили, я надеюсь.

- Не забывайте также убедиться, что Вам нравится то, что Вы создаёте. Причина, по которой Максим Аверин и Сергей Елизаров в онлайн бизнесе и говорят сейчас с Вами об этом бизнесе, это потому что нам действительно это нравится. Я не хочу, чтобы Вы создавали что-то, что Вам не нравится, в конце концов, не это ли причина, по которой большинство из нас решаются начать собственный бизнес, а не сидеть больше без особой цели в скучном офисе?
- Наконец, перемешайте всё. Общайтесь с Вашим целевым рынком. Если Вы в онлайн маркетинге, подпишитесь на рассылки известных бизнесменов, изучите то, что они присылают Вам, кто что продаёт и как продаёт. В таком случае Вам потребуется исследование. Если Вы хотите продавать программное обеспечение, подпишитесь на рассылки технических сайтов и на отчёты по программному обеспечению.
- Как только Вы уловите и освоите вышеуказанные идеи о создании продуктов и замыслов, считайте, Вы прошли 90% пути к тому, чтобы иметь изобилие новых увлекательных идей регулярно. Всё, что Вам осталось сделать, это пройти те 10% дальше и приспособить этот метод к Вашему целевому рынку через плотное общение с ним. Если Вы не общаетесь с единомышленниками, то у Вас всегда будет недостаток вдохновения. Общайтесь, проводите там время, испачкайте руки, и идеи начнут течь к Вам очень быстро, они начнут появляться, когда это менее всего ожидаемо, и будут течь к Вам, и течь, и течь.

- Хочу поздравить Вас, если такие идеи продуктов уже появились... Даже если они не относятся к рынку или ещё недостаточно жизнеспособны. Это может занять несколько дней, чтобы идеи начали к Вам приходить, если Вы уже смешали себя с рынком. Это очень легко, если Вы когда-нибудь говорили "Я хочу, чтобы продукт X делал то-то" или "Я хочу, чтобы продукт X делал бы это лучше", то у Вас уже есть доказанная способность делать это эффективно, и всё, что Вам надо, это подстегнуть её. Учтите, что многие другие и на это не способны .

8. Задачи секции.

- Объяснить, почему Вы гарантированно можете создать информационный продукт, вне зависимости, подходит или нет Ваш продукт для такого использования.
- Представить несколько различных типов информационных продуктов, которые позволят Вам создавать новаторский и интересный материал, продающийся гораздо лучше, чем простой кусок текста и чем продукты других людей.
- Продемонстрировать возможность добавления ценности через презентацию.
- Показать, как идея Вашего продукта стоимостью \$5 может превратиться в идею продукта стоимостью \$100, в то время как другие пытаются перепродать \$1 продукты без видимого успеха.
- Продемонстрировать, что Вы можете, получить выгоды от дальнейшего представления изменений продукта, чтобы превратить каждый отдельный продукт в источник повторяющегося дохода.
- Ваше первое введение в повышающиеся продажи, и насколько информационные продукты бесценны для увеличения количества людей, которые покупают Вашу продукцию.
- Разница между фальшивой повышающейся продажей (также известной как продажа через приманку) и реальной повышающейся продажей, и сколь много бизнесменов досаждают ею своим покупателям, вместо того, чтобы просто разрешить ей делать свою работу, то есть привлекать больше людей к покупке Вашей основной продукции.
- Научить Вас создавать продукты самостоятельно, прямо сегодня, даже если Вы думаете, что это невозможно.

9. Прибыльные Информационные продукты 1.

Добро пожаловать в секцию "Информационные Продукты". Мы уже говорили об эффективном создании продуктов и основах онлайн бизнеса, а теперь я хочу проработать всё более определённее. Я уверен, что если Вы следовали изложенным методам, у Вас уже есть кое-какие идеи для продуктов, и вполне вероятно, что Вы уже начертили кое-какие идеи, и хотя они, возможно, не предназначены первоначально для информационных продуктов, кое-что может оказаться жизнеспособным. Не важно, какие идеи пришли Вам в голову во время чтения предыдущей секции, я хочу, чтобы Вы прочитали также и эту, и проверили, не подстегнёт ли это Ваше воображение.

Более того, мы увидим, почему большая часть информационных продуктов проваливается, еле-еле зарабатывая наличку, почему нам следует создавать информационные продукты, и самое важное, не впадая в учительский тон, я дам Вам простой пошаговый проверочный список создания того, что качественно и коммерчески жизнеспособно.

9а. Причины, Почему.

Итак, Вы хотите создать информационный продукт? Хорошо, и я понимаю, почему. Для начала, они невероятно многосторонни, универсальны и изменяемы с точки зрения создателя продуктов. Мы поговорим об этом подробно позже, но если Вы видите слово "информационный продукт" и автоматически думаете "е-книга", продолжайте чтение потому, что дальше я покажу, что возможностей, в действительности, гораздо больше.

Во-вторых, это требует очень небольших вложений, чтобы создать продукт, так как Вы можете всё делать самостоятельно. Система проплат, способы доставки и разные типы сайтов, которые Вы можете создать вокруг продукта, могут изменяться, но если взять продукт сам по себе, Вам не надо платить сотни долларов какому-то программисту или типа того.

В-третьих, легко создавать сами идеи. Как мы говорили в секции создания продуктов, если Вы можете использовать Ваше знание, чтобы показать кому-то, как избежать чего-то негативного, или как получить что-то, что они хотят, и если Вы можете писать или хотя бы нанять кого-то, чтобы он писал, пока Вы диктуете, то Вы можете создать информационных продуктов.

96. Об Информационных продуктах Конкретно.

Хорошо, прежде чем кто-то скажет, что он всё уже слышал ранее, разрешите мне прояснить, что я имею в виду, когда я говорю про информационные продукты, а также показать, какие возможности в них заключены благодаря их универсальности.

Интернет переполнен информационными продуктами сейчас, но я говорю Вам, что большая часть людей, которые их штампуют, отстали от времени или им просто не хватает воображения, и соответственно, это бьёт по их продажам, неважно, насколько их информация ценна сама по себе. Не надо быть гением, чтобы понять это. Если Вы онлайн более чем несколько месяцев, Вы должно быть частенько видите слово "Е-книги" и даже, возможно, задумывались над тем, существуют ли альтернативные возможности представлять информацию покупателю.

Хотя идея е-книг является классической, но, действительно, существуют и другие возможности, которые к тому же не требуют больших затрат.

Когда я утверждаю такие вещи, люди мне говорят "Может быть, е-книги стары, но они проверены и испытаны, и хорошо продаются?" Конечно, нет никакого сомнения, они всё ещё хорошо продаются, просто напишите большое имя на обложке и вбейте действительно мощное рекламное письмо и Вы обязательно что-то продадите. И даже, скорее всего, продадите много. Но серьёзно, время идёт вперёд, вещи меняются. Поставьте себя на место одного из Ваших будущих покупателей, который ищет в онлайн наипоследний "как-это-делается" продукт.

Купите ли Вы е-книгу господина X, всезнающую, объёмом в тысячу страниц и стоимостью \$500, или продукт, который создан так: "Интенсивный тренинговый курс по доказанным, лёгким в установке, прибыльным системам проплат, предлагающий полное аудио и видео, которые учат Вас лучшим техникам, которые легко применять и следовать им. Приобретение полностью доступно онлайн, доставляется в формате CD прямо к Вашим дверям всего за \$500."

Я знаю, что Вы выберете. Даже прочитав мощное рекламное письмо, большинство людей скажут: "Ого, а не дорого ли для е-книги?", но именно они будут более чем счастливы, заплатить столько же за тренинговочный курс. Теперь, не поймите меня неправильно, это ни в коем случае не способ столкнуть запылившийся продукт по сниженной цене. никоим образом, если продукт устарел, способ упаковки его более ценным не сделает.

Ведь самой большой, истинной ценностью онлайн бизнеса является информация. Упаковывать же её действительно можно по-разному. Устаревшую информацию, безусловно, новаторский способ упаковки лучше и полезнее не сделает. Опять-таки, ценную и своевременную информацию не испортишь никаким способом упаковки. Она хороша и как файл PDF, и как видеофайл на CD.

Однако учтите, что большое значение при этом имеет объём информации. Если он составляет до 1 Мб, вряд ли целесообразно записывать текст на CD. Если же объём информации огромен, то такие посторонние носители как CD и DVD диски являются идеальным способом её доставки. Такое чаще всего происходит, если информация переведена в аудиоили видео форму. Для чисто же текстовой информации формат е-книги по-прежнему сохраняет свою актуальность.

Поэтому, я утверждаю, что когда Вы создаёте информационный продукт, обратите внимание на то, как Вы его доставляете и представляете, так как это действительно прибавляет ценности. Старайтесь использовать не только классический проверенный подход е-книги. Это стоит немного, и Вы заметите, устанавливая коммерческую стоимость продукта, что так гораздо легче получить ту цену, которой продукт заслуживает... но опять-таки, учитывайте объём и характер самой информации.

9в. Представлять Ради Прибыли.

Итак, вот оно. Правило номер один. Разрешите себе назначить такую цену, которой, как Вы сами чувствуете, продукт стоит, варьируя и устанавливая новые и смешанные способы доставки потому, что, давайте скажем откровенно, Вы можете написать самый захватывающий продукт в Вашей

профессиональной области, но ведь никто не узнает об этом, пока не купит. Если Ваша презентация суха, статистична, избита и обесценена своей похожестью, Ваши продажи неминуемо покажут это.

Хорошо, ещё один пункт, прежде чем мы покинем секцию "что такое информационный продукт". Если Вы вспомните секцию о создании продуктов, я говорил о вопросах, которые мне задают о моей папке замыслов и почему она всегда полна и набита идеями на годы вперёд. На "я не знаю, что продавать"- вопрос, как правило, следует "создайте информационный продукт "- ответ, если они сообщают, что у них нулевой бюджет.

"Да, но все большие парни говорят, что способ поднять бабки - это иметь множество повторяющихся доходов, вместо того, чтобы всё время совершать новые продажи". Хорошо, тогда установите закрытый платный сайт "для участников". Или какую-нибудь платную рассылку. В этом нет ничего плохого. Это требует больше работы и терпения за меньшую цену, чем единичная продажа, но знайте, что это тоже возможность. Не думайте, что Вы прикованы к единичным продажам дорогих продуктов. В общем, тут нечего обсуждать, но имейте всё это ввиду.

9г. Универсальность На Кончиках Ваших Пальцев (Буквально).

Хорошо, мы выяснили всё с доставкой и кое-что с ценообразованием, а теперь давайте посмотрим, насколько Ваши продукты универсальны. У нас есть платные онлайн публикации, сайты для участников, единичная продажа продуктов, небольшие вирусные публикации, которые раздаются бесплатно или публикуются на ресурсах других людей. Всё это - информационные продукты.

Вы наверно заметили, что, в общем, мы концентрируемся на продаже развёрнутых, дорогих, длинных отчётов и курсов, и я делаю это по двум причинам. Во-первых, нам нужно, чтобы Вы заработали хорошие деньги на настоящих продуктах. На солидных долгосрочных продуктах. А во-вторых, если уж Вы создадите большой курс, Вы всегда можете разбить его на части и создать на его основе всевозможные виды продуктов. Такой подход позволяет мне дать Вам факты здесь, сейчас и сразу, не утомляя Вас до смерти двадцатью повторениями одной и той же информации.

9д. Повышающаяся Продажа, Выполненная Правильно.

Есть, однако, один вид информационных продуктов, о котором я хочу поговорить с Вами прямо сейчас, и это продукты, реализуемые через повышающуюся продажу. Если Вы этого ещё не знаете, то это ап-сел, то есть продукты, которые продаются по относительно низкой цене, чтобы соблазнить покупателя продолжить и купить более дорогое изделие, которое предлагается вместе. Часто это выливается в то, что Вы покупаете что-то ущербное, что не даёт никакой обещанной информации потому, что это ап-сел для очередного продукта, который опять-таки, обещает раскрыть всю информацию, но за удешевлённую цену.

Понимаете, к сожалению практически каждый апсел-продукт, который я покупал, оказывался ущербным. Когда-то давно я покупал информационные продукты про онлайн бизнес частенько и неразборчиво, и, естественно, ввиду неопытности совершил несколько ошибок. Конечно, редко когда на ап-селе указывается, что это ап-сел, но когда Вы его читаете, Вы чувствуете, что жестоко разочарованы, так как просто потратили время на пышную рекламу.

Фактически, я даже видел, как мой друг открыто пишет в рекламном письме, что его продукт это не ап-сел для чего-то ещё. Я спросил его, друг, а почему ты это пишешь? А он говорит: "Теперь, когда люди видят качественные недорогие продукты, они часто думают, что низкая цена - это способ продать что-то более дорогое, а сам продукт - это только прикрытие для рекламы"

Понимаете, проблема номер один заключается в том, что ап-сел работает. И он работает хорошо, но не так как Вы знаете или испытали в обманно скомпонованных информационных продуктах. Я повторю снова, что ап-сел работает, и он не только делает свою работу, но и может делать её правильно, этично, не давая фальшивых обещаний.

Если Вы создали дорогостоящий продукт, а крутых ресурсов у Вас нет, таких как, например, собственный подписной лист, или Вы не построили список контактов, которые дадут Вам какие-то рекомендации, то самое время использовать ап-сел продукт. Но если Вы собираетесь делать это, то делать это нужно правильно. Ваш ап-сел продукт сам должен быть продуктом. Не давайте в рекламном письме обещаний, которые не соответствуют реальному продукту, так как подобный тип обещаний без намерения собственно продать сам продукт определяется просто - это так называемая "продажа через приманку".

Поэтому, если Вы, например, собираетесь создать апсел-продукт для Вашего сайта, Вам бы следовало взять две или три секции из всей системы, превратить их в две полноценные темы и запаковать их в отдельный продукт. В самом конце продукта я бы дал указание на то, что всё то, о чём мы говорили, может быть подано в виде целой полномасштабной прибыльной системы... и направил бы читателя к более дорогому продукту.

Заметьте, при таком подходе никакого обмана нет, покупатели получили всю обещанную в рекламе информацию, я пообещал и доставил им качественный продукт, который дал в точности то, о чём им говорили при покупке. А вот крайний образец того, чего не следует делать. Не следует давать введение или краткое описание каждой секции, рекламировать всё как самую развитую и полную маркетинговую систему, когда-либо существующую, упаковывать всё в PDF, а потом вставлять большую рекламу после каждого абзаца, которая убеждает покупателей в том, что они должны потратить ещё столько же, сколько потратили, чтобы получить полную версию продукта.

Всё просто, выполните обещание, которое Вы дали, воспринимайте Ваш апсел-продукт как настоящий продукт, который доставляет настоящую информацию (или функциональную техническую информацию, если Ваш основной продукт что-то другое, чем информационный продукт). И Вы не разрушите Вашу репутацию в глазах покупателей ещё до того, как они купили основной продукт, не поступите неэтично по отношению к своим покупателям, продавая им то, что вообще ничего не стоит. И Вы совершите гораздо больше продаж. Что очень хорошо.

9е. Информационные продукты, Выполненные Правильно.

Хорошо, есть кое-что ещё, что я хочу обсудить здесь прежде, чем мы двинемся к деталям, и это цена. Мы уже говорили о том, как Вы можете обесценить себя просто через презентацию, но есть ещё одна опасность, о которой знают онлайн бизнесмены - и это обесценить самого себя.

Я не хочу надолго останавливаться на этом, это просто быстрый пункт, который надо объяснить, не вываливая на Вас всю психологию. То, что я хочу сказать, это если Ваш продукт совершенен, то Вы знаете, сколько он стоит. Не продавайте его за 60 рублей только потому, что Вы видели, что так делают другие. Так Вы только обесцените Ваш продукт, погнавшись за большим количеством продаж, обесцените потому, что в перспективе Вы только заставите продукт выглядеть дешёво. Да и продадите Вы меньше в любом случае.

Если Вы создаёте информационный продукт, который вобрал всю информацию, которой Вы владеете, и Вы действительно верите, что это ценно, не бойтесь продавать его по высокой цене. Например, учитывая мою предвзятость, конечно, но, тем не менее, можно смело утверждать, что информация в этом курсе новаторски представлена, подход свежий, использовано много вариаций её представления, чтобы сохранять вещи интересными, не говоря уже о действительно важных вещах, которые мы рассматриваем здесь.

Я совершенно серьёзно считаю, что этот курс своей цены стоит. Поэтому, если Вы чувствуете, что у Вас есть нечто достойное продажи и достойное высокой цены, продавайте без сомнений. Не разрешайте никому говорить Вам, что никто ничего у Вас не купит потому, что Ваши продукты не стоят больше доллара. Только Ваши собственные исследования и тесты могут дать Вам уверенный ответ на вопрос о правильной цене.

Фактически, могу рассказать Вам о случае, который имел место не со мной. В англоязычной части Сети у меня есть друг, владеющий сайтом для участников, с ежемесячной оплатой. Начинал он просто и скромно - с продаж месячного участия за десять долларов. Кстати, как он признается, на тот момент это была хорошая цена и многие покупатели оказались там именно потому, что он снимал меньше всех. Но это было не совсем то, к чему он стремился. Он вложилась весь в свой сайт и тот стал лучшим сервисом среди подобных, так что он повысил цену до пятнадцати долларов в месяц и добавил годичное участие стоимостью сто тридцать долларов.

Некоторые из его друзей принялись спрашивать, почему он поднял цену. Конечно, тогда он не имел чёткого ответа, но скажем, это был эксперимент. Он считал, что он обесценивает свой сервис, ведь хотя он уже не был самым дешёвым, он оставался одним из лучших. Его друзья, конечно, не соглашались. Смысл же этой истории в том, что когда он предложил своим покупателям платить больше, многие из них так и поступили. Не менее тридцати процентов участников перешли на годовые проплаты, хотя и сэкономили на этом немного.

Это позволило ему стать более универсальным, получая от пяти до шести тысяч долларов в день на протяжении нескольких дней. Повысились не только доходы от маркетинговой кампании, которую он тогда вёл, но также его месячный доход составлял теперь 200% от того, который был до повышения цены на 50%.

Схожий случай был и в моей практике. Повышение цены на информационный продукт "Полный Курс Копирайтинга" с 10 до 15 долларов, например, не уменьшило, а только увеличило продажи. Сергей Елизаров берёт по 10 долларов за изготовление 3D обложки для е-книги и других информационных продуктов, а за многие другие дизайнерские разработки и того дороже. А от заказчиков нет отбоя...

Не углубляясь в конкретные цифры, я уверен, что Вы поняли. Не бойтесь начинать с высокой цены на Ваш информационный продукт. Снимайте столько, сколько информация стоит, по Вашему мнению, и из этого исходите. Не зная этого принципа, когда начинал, я упустил огромное количество денег. Вы же его теперь знаете. Будьте уверены в себе, снимайте сколько Вы стоите, а не столько, сколько, как Вы полагаете, люди готовы платить Вам, а если Вы ошибётесь, Ваши исследования и тесты это покажут. И только это есть реальная причина для снижения Вашей цены.

9ж. Так Много Информационных продуктов. Как Быть В Курсе?

И наконец, прежде чем мы погрузимся в специфику собственно написания продукта, я хочу объяснить подробнее для тех из Вас, которые решились написать отчёт какой-либо формы, посвящённый онлайн маркетингу. Теперь так много информационных продуктов вокруг, как же Вам добиться того, чтобы Ваш продукт заметили?

Но я хочу сказать, что Вы можете без проблем получить Ваш информационный продукт и связать его с рынком. То, что информационных продуктов много, не значит, что они хороши. Это не делает всех их оригинальными, вдохновляющими или хотя бы полезными. Но почему тогда люди по-прежнему покупают информационные продукты, если они не столь хороши?

Всё просто. Существует четыре главных типа людей, читающих такие отчёты. Первый тип вообще нельзя взволновать, скорее всего, они сразу же отправят Вам эмейл, где сообщат, что Вы написали слишком много, а у них нет времени читать. Или намекнут, что всё это они уже слышали раньше, или всё уже знают и т.д. Эти люди уйдут, так ничего и, не почерпнув из отчёта, и начнут снова искать быстрый лёгкий ответ, как стать богатым за одну ночь.

Второй тип - это люди, которые прочитают отчёт целиком и разволнуются относительно того, как много денег они могут заработать со своим новообретённым знанием. А когда отчёт заканчивается, они просто исчезают и ничего не применяют на практике, а потом удивляются, почему это они ничего не заработали. Они списывают всё на сайт и решают, что не так что-то с другими вещами, а не с ними самими, а потом присоединяются к группе номер один в поисках самого последнего и великого информационного продукта, который сделает их богатыми.

Третий тип - это люди, для которых у меня всегда есть время. Они здесь и сейчас, они знают точно, с чем работают, они жаждут читать, слушать и собирать информацию, которая принесёт пользу их бизнесу. Они уйдут, последуют инструкциям, примут к сведению все подсказки и тактики, и применят всё в собственном бизнесе. Они замечательно выглядят, замечательно себя чувствуют, и, искренне надеюсь, заработают уйму денег и связей. Будут ли они всё ещё покупать продукты? Конечно, будут. Если новая тактика обещает им сочные результаты, они применяют её без сомнений, так они хотят быть первыми участниками прорыва и стать новой "историей успеха" для толпы. Они хотят получить нечто, что даст им преимущество над серой массой людей, которые толкают на рынке свои продукты.

Четвёртая и последняя группа - это люди, которые уже успешны. Вы знаете, есть люди, которые читают эти отчёты не потому, что им нужна новая информация или они хотят чему-то научиться, а потому, что они хотят немного вдохновиться и освежиться. Я тоже так поступаю. Нужно ли мне покупать материалы других людей, чтобы выучить всё то, что я и так почерпнул из личного опыта? Нет, но я так поступаю, так как мне нравится вдохновение, новые идеи, новая информация, точки зрения других людей, мне нравится узнавать, как можно быть ещё более успешным, и как предотвращать вещи, которые могли бы случиться, если бы я игнорировал всех других и решил бы, что я знаю всё. Но это лишь красивая фантазия, а не реальность.

Итак, если Вы создаёте информационный продукт об онлайн бизнесе, не сомневайтесь. Если это действительно Ваше призвание, и это Вам нравится, и Вы можете обеспечить людей правдивой и полезной информацией, то продолжайте. Даже если Вы уже видите огромное количество информационных продуктов вокруг себя, помните, что количество - это не качество.

Отлично... теперь, когда мы аккуратно отсортировали и представили Вам основы, Вы должны чувствовать себя более чем готовым к созданию и написанию Вашего информационного продукта. Помните, даже если Вы не собираетесь продавать это как основной продукт, то есть, будет ли это апсел-продуктом или даже коротким бесплатным отчётом, Вы должны всеми этими методами владеть. Маркетинг предполагает много писанины, и это хорошо, если Вы знаете, как это делается и как заставить людей читать Вас. Вне зависимости, пишете ли Вы короткий вирусный отчёт или полномасштабный аудио-видео тренировочный курс, который Вы собираетесь продавать за шесть сотен долларов, правила этой секции применимы.

10. Итоги

- Добро пожаловать в секцию этого курса " Информационные продукты ", где мы поговорим более детально и обширно об успехах, которых Вы достигли в предыдущей секции создания продуктов. Одна из причин, почему мы рассматриваем здесь информационные продукты, это то, что они быстры, легки и дешёвы в производстве, и каждый отдельный информационный продукт может принести уйму денег. Если Вы что-то знаете, Вы можете продать это знание. Это дано каждому.
- Во-первых, я хочу сказать, что даже если Вы не создаёте информационных продуктов, прочитайте, и Вы можете обнаружить, что у Вас появились идеи сопровождающих информационных продукты для Ваших будущих продуктов. Принципы одни и те же для всех продуктов вообще. Здесь всё так ясно, что Вам не придется долго ломать себе голову.
- Мы рассмотрим, почему большая часть информационных продуктов проваливаются, и не впадая в учительский тон, я дам Вам простой, быстрый и лёгкий пошаговый проверочный список по успешному созданию информационных продуктов, который весь наполнен качеством и продаваемостью.
- Когда кто-то говорит Вам слово информационный продукт, сразу же возникает ассоциация с е-книгой. Продолжайте чтение, и я покажу Вам, что вариантов гораздо больше.
- Давайте начнём с того, почему Вы вообще хотите создать информационный продукт. Для начала, он очень универсален с точки зрения создателя продукта, то есть с Вашей.

- Во-вторых, это требует совершенно небольшого инвестирования денег потому, что Вы платите за хостинг или возможно за графику для сайта, если Вы хотите, чтобы у Вас была профессиональная графика. С такими низкими затратами это один из самых идеальных и подходящих продуктов, который предприниматель может создать, когда он только начинает.
- В-третьих, легко изобретать идеи для информационных продуктов. Как мы упоминали ранее, если Вы знаете, как решить что-то или получить что-то, что Вы хотите, и Вы умеете писать, или хотя бы диктовать кому-то текст, Вы можете создать информационный продукт.
- Обсудим, что я имею в виду точно, когда говорю об информационных продуктах, также я покажу Вам, какие возможности они дают в зависимости от различных типов презентации.
- Многие люди создают информационные продукты, которые устарели или полностью лишены воображения, и это плохо сказывается на продажах.
- Концепция е-книги является надёжной и проверенной, но само содержание можно продавать и другими способами.
- Разрешите мне спросить, если бы у Вас был выбор, купили бы Вы е-книгу господина X стоимостью \$500, или Вы купили бы продукт, который раскрывает особые, доказанные, прибыльные методы продаж, представленные в виде восьминедельного интенсивного обучающего курса, предоставляемого для в аудио формате для большей лёгкости и большей скорости обучения, записанного на 5 CD, наполненного ценными бонусами, а также с подарком в виде личной консультации, чтобы гарантировать Ваше преуспевание?

- Я хочу показать, что если Вы создаёте информационный продукт, внимательно изучите все возможные способы доставки и представления. Не используйте только стандартный подход е-книги. Это не намного дороже, и Вы обнаружите, что так гораздо легче продавать продукт по хорошей цене.
- Правило номер один создания информационных продуктов. Разрешите себе назначить такую цену, которой продукт заслуживает, по Вашему мнению. Используйте новые, смешанные и альтернативные методы представления цены.
- Вы никого не обманываете. Вы создаёте премиальный продукт. Подумайте, почему семинары и консультации стоят сотни и тысячи долларов, в то время как их информация может уместиться в двадцатидолларовый продукт? Почему университеты берут сотни долларов за то, что Вы читаете там обыкновенные профильные книги стоимостью долларов тридцать, не больше? Это всё та же информация, платите же Вы за презентацию, имена, репутацию, опыт, гарантии, которые предоставляются отдельным курсом или семинаром.
- Ещё один важный момент. Информационный продукт не означает единичной продажи. Просто знайте, что у Вас есть выбор, аудио, видео и так далее, есть сайты для участников, в общем, способов представлять Ваши продукты существует много.
- Хорошо, значит, мы рассмотрели единичные продажи, платные сайты для участников, платные публикации и показали Вам, какие существуют способы упаковки информации помимо классического подхода е-книги. Теперь Вы знаете, насколько разными и универсальными могут быть информационные продукты, если подумать немного.

- Следующее правило создания информационного продукта. Не воспринимайте его как бонус. Назначайте ту цену, которой он стоит. Мы уже говорили, что Вы можете обесценить самого себя и Ваш продукт только из-за убогой, лишённой воображения презентации. Помните, создавая продукт, что Ваши мозги и знания ценны, действительно ценны. Не раздавайте их за два доллара, потому что кто-то так сказал или потому, что другие так делают. Только Ваши исследования могут установить истинную цену.
- Добавьте больше вариантов презентации продукта, и смело устанавливайте разные варианты высокой цены. Вы же не вкладывали Ваши усилия, знания и бонусы лишь для того, чтобы снимать пару долларов? Я в этом сомневаюсь.
- Повышение цены может увеличить продажи. Это хорошо видно на примере моего друга из англоязычной Сети, месяц участия на сайте которого стоил десять долларов. Он хотел иметь самый лучший сайт, и утверждает, что многие покупатели были таковыми потому, что его сайт был самым недорогим. Он весь вложил в этот сайт и решил, что он стоит большего, судя по положительным отзывам, которые он получал, поэтому он добавил к цене дополнительные \$5. Таким образом, с теми же деловыми методами, которые он выучил на основании собственного опыта, его доходы поднялись от \$150 до почти \$300. И это не считая тех клиентов, который перешли на годовичную оплату и платили по \$130 за годовое участие. Ничего не изменилось, кроме цены. То есть, увеличение цены на 50% увеличило продажи на 100%.

- Не беспокойтесь, если ответа на вопрос "Почему ты повысил цену?" у Вас нет, разве, что это в порядке эксперимента. Скоро Вы обнаружите, однако, что обесценивание своего продукта настолько же глупо, как попытки взять слишком много ни за что. Будьте уверены, снимайте столько, сколько это стоит, а не столько, как Вы полагаете, люди готовы платить. Может быть, Вы, и удивлены, но вернуть старую цену не проблема. В конце концов, Вы полностью контролируете Ваш бизнес.
- Также я хочу сказать тем из Вас, кто хочет писать отчёты по онлайн бизнесу, что для Вас всё ещё много места. Только потому, что уйма людей продаёт материалы, которые мало напоминают о серьёзном онлайн бизнесе, не значит, что Вы не сможете пробиться на этот высоко конкурентный рынок.
- То, что их много, не означает, что все они хороши, это всецело в Вашей власти войти на рынок и сделать Ваш информационный продукт лучшей работой, когда-либо выполненной. Работой, которая реально вдохновляет людей слушать Вас.
- Есть четыре типа людей. Первый обидеть нельзя вообще. Они покупают их информационный продукт, а через неделю или две шлют эмейл с просьбой о возмещении денег, хотя они даже не закончили, а чаще и не начинали читать информацию и предпринимать какие-то действия.
- Второй тип прочитает отчёт целиком, взволнуется, размечтается о деньгах, которые теперь можно заработать и о том, как новое знание сделает их богатыми.
- К несчастью, они ничего не делают, а потом удивляются, почему они ничего не получили. Они списывают всё на качество продукта, а потом отправляются на поиски нового.

- Третий тип людей - это тот, для которого у меня есть всё время мира. Они читают, учатся и предпринимают серьёзные действия. Они хотят быть успешными. Они идут, следуют инструкциям и забираются на вершину. Они получают всё, что хотели, а автор продукта получает хорошую репутацию и новый контакт.
- Чётвёртый тип уже успешен. Они уже всё знают, но ищут вдохновение и новых идеи в продуктах. Мне, например, бывает очень приятно потратить энное количество денег на материал, который меня вдохновляет, даже если я уже знаком со всеми идеями. И это одна из причин, почему рынком информационных продуктов следует заниматься плотно.
- Это может стать Вашим пропуском в будущее и даже если продукт, который Вы создаёте сейчас, не базируется на информации, эти четыре типа покупателей в любом случае Вам повстречаются.
- Хорошо, у Вас теперь есть мощная база знаний, которая относится ко всем бизнесам, а не к информационным публикациям. Но, прежде всего, я хочу, чтобы Вы запомнили, что вне зависимости оттого, что за продукт у Вас, снимайте столько, сколько он, по Вашему мнению, стоит.
- Только собственные исследования и тесты могут сказать точно, правильно ли Вы поступили. Ваш новый информационный продукт не должен влиться в море двухдолларовых продуктов, он должен быть сияющим образцом качества, дорогим, премиальным продуктом. Примите это к сведению, и Вы увеличите свои шансы на успех драматически.

11. Задачи Этой Секции.

- Объяснить некоторые особенные моменты написания собственного информационного продукта.
- Углубиться в то, что люди ждут от Ваших информационных продуктов и в то, как заинтересовать их чтением.
- Показать, как поддерживать интерес читателя к тексту.
- Сообщить Вам о базе знаний и о том, почему многие люди не зарабатывают ничего на продаже информационных продуктов.
- Как показать Вашим покупателям, что Вы ориентированы на бизнес, и как построить доверие, которое впоследствии обернется новыми деньгами.
- Объяснить моменты того, как Вы можете придать Вашему продукту некую особенность и выделить его тем самым из массы нудных шаблонных продуктов, которые лишь засоряют наши эмейлы и результаты поиска.
- Продемонстрировать, как Вы можете вставить другие продукты и сервисы в Ваш информационный продукт эффективно, не раздражая Ваших читателей до такой степени, что они не купят Ваши материалы во второй раз.
- Показать Вам некоторые дополнительные элементы, которые могут легко превратить Ваш продукт, рассчитанный на единичную продажу, в продукт поистине чудовищного размера, с несколькими разветвлениями, создающий множество потоков дохода.

12. Прибыльные Информационные Продукты 2.

Хорошо, начнём. А почему Вы вообще должны слушать меня? Что я такого знаю про написание информационных продуктов и про то, как заставлять людей читать их, что в них писать и т.д.? Ну что же, используя данные методы, только за 10 месяцев я без проблем написал 5 качественных информационных продуктов, доступные к покупке на моём сайте. Все они быстро поднялись от нуля в продажах до очень существенных сумм. И это только начало.

Понимаете, ранее, ещё не имея собственного сайта, но, работая над заказанными проектами, я провёл все мыслимые и немыслимые эксперименты и протестировал все возможные идеи, включая ценовые методы, послепродажные сообщения, генерацию последователей, рекламные письма, комиссии, бонусы, презентации, я даже тестировал само тестирование. Что бы Вы не назвали, я это протестировал.

Каждый раз, когда я и находил что-то удивительное, или что-то, что показало хорошие результаты, я продолжал и писал об этом. Я делал записи для себя или для клиентов о том, что именно я тестировал, где я тестировал, почему я думаю, что подобные результаты могут быть повторены, а почему нет. Это и ознаменовало начало моего написания информационных продуктов.

Как Вам заставить покупателей читать и доверять Вам? Как Вам добиться, чтобы они отмечали что-то и, собственно, предпринимали какие-то действия? Какое содержание безопасно включать, где и почему? Должен ли я раскрывать материалы других людей? Если да, то как? Как Вы видите, параметров тестирования много. У Вас может не быть степени в копирайтинге, Вы можете не быть не экспертом по языку или что-то типа того. Но ничто не побьёт опыт, приобретённый в реальном мире.

Это должно немедленно сообщить Вам две основные вещи. Во-первых, я могу этому парню доверять, он уже получил мои деньги, и он хочет, чтобы я купил его новые материалы, когда они будут реализованы, а также у него большой опыт жизни в реальном мире. Во-вторых, если я могу делать это, то и Вы можете тоже. Как я уже говорил, это чистый опыт, который я Вам собственно и собираюсь передать сейчас, поэтому Вы не проведёте годы, пытаясь заставить людей читать Ваши материалы или пытаться найти, что работает, а что нет. Вместо этого, лучше потратьте это время на зарабатывание больших денег, более быстро.

12а. Удерживайте Интерес, Чтобы Вас Читали.

Поэтому, без лишней суеты, давайте начнём и одна из первых важнейших вещей, о которой я сразу же подумал - Вы должны писать так, чтобы Вас читали. Делайте вещи разнообразными, насколько можете. Не сообщайте просто энное количество фактической информации. Это угнетает и неважно, насколько Вы правы или насколько Ваши идеи озаряют, если Ваши читатели утомлены до смерти, то этим Вы им никак не помогаете оживиться, а как следствие, они никогда не купят снова Ваши материалы.

Обращайте внимание на то, как Вы представляете информацию, структурируйте её, но сохраняйте интересной. Заголовки, подзаголовки и отмеченные галочками абзацы - это замечательно, это гораздо лучше выглядит на ясно структурированной странице, чем длинный массив скучного текста. Я знаю, что это звучит так, что это мог бы сказать школьный учитель, но всё действительно так и всё это работает в реальной жизни.

Представьте, если бы я взял курс, который Вы читаете прямо сейчас, убрал бы все маркеры и названия, запаковал бы всё в изысканный вордовский файл и так бы и продавал. Действительно ли Вы захотите читать более 90 страниц чистого текста? Я сомневаюсь, неважно, насколько сам продукт хорош.

Подкиньте читателям парочку историй, чтобы продемонстрировать то, о чём Вы говорите. Читателю гораздо легче уловить идею, если они могут её как-то представить, особенно если Вы подаёте её в виде реального жизненного опыта. Какие-то простые реальные шаги, но серьёзно, это очень важно. Если никто не читает Ваши продукты, неважно как много Вы продаёте, это пустая трата времени.

126. Знать, Прежде Чем Писать.

А вот весёлая часть. Знайте то, о чём Вы говорите и умно рассуждаете. Если Вы не знаете, это будет заметно, люди начнут смеяться, говорить другим людям и Ваша репутация рухнет. Удостоверьтесь, что Вы компетентны в Вашей области, прежде чем писать. Если Вы пишете о том, как правильно ловить рыбу, убедитесь, что сами это умеете.

Я видел столь много плохих образцов информационных продуктов. Не принимая во внимание объём, или качество сайта, или рекламного письма, а просто на основании самой содержащейся информации. Не удивительно, что люди путаются и теряют интерес, и не только в мире онлайн бизнеса.

Примеров на моей памяти множество, но один я быстро расскажу. Одна моя подруга приходит как-то вечером на кофе. Она участвует в онлайн игре, ну знаете, одной из тех, где тысячи людей играют сразу, и каждый пытается стать лучшим на сервере.

Ну вот, она начала говорить об игре, а потом сообщает, что купила какой-то мануал по этой игре, рассказывающий о том, как круто преуспеть, набрать множество очков, разбогатеть и выкупить все доступные призы.

Итак, она усаживает меня за компьютер, я пишу сайт, а потом она показывает мне информацию. Какой же паршивой она оказалась. Это была просто копия инструкции, которая прилагается к самой игре, и она не сообщала никакой полезной информации вообще. Я пытался сказать ей, что она к тому же должна иметь популярный узнаваемый домен, но это не главное. Сам продукт был низкопробный, и она просто не имела ни малейшего представления, о чём говорит.

Это пример из мира онлайн бизнеса, но все мы живём в реальном мире, и если бы все мы собрались где-то и начали говорить о паршивых продуктах, написанных людьми, которые не имеют ни малейшего представления, о чём они говорят, то мы провели бы там неделю. К сожалению, это ежедневная действительность онлайн маркетинга. Часто видишь людей, которые учат самым базисным вещам и продают это как продукты (Типа для тех, кто не умеет слать эмейлы, надо же им помочь).

Создание информационных продуктов - нелёгкая задача сама по себе, поэтому убедитесь, что знаете всю историю целиком. Если предположим, к Вам придут профессионал в Вашей области, лучший рыбак, самый известный актёр, больше всего зарабатывающий онлайн предприниматель, и захотят прочитать Ваш материал, постесняетесь ли Вы показать его им? Если так, то, пожалуй, стоит выполнить больше исследований и тестов, прежде чем приступить к созданию самого продукта. Ваши покупатели и Ваши карманы возлюбят Вас за это.

12в. Не Только Знайте, Показывайте.

Хорошо, знайте, то, о чём Вы говорите, это самая основа, и это очевидно. По этому, давайте коснёмся кое-чего, что, на сколько я вижу, постоянно выпускается из виду. По этому я задам Вам несколько вопросов, чтобы быть уверенным, что Вы тоже это увидели. Это важно, но редко когда применяется. Почему Вы показываете людям, как делать что-то? Занимались ли Вы этим ранее успешно? Можете это доказать? Работают ли Ваши методы? Можете это доказать?

Всё это сводиться к установлению доверия. Понимаете, в чём проблема, если кто-то появляется и покупает Ваш продукт, и он ничего не слышал о том, что Вы сделали в прошлом, все Ваши "истории успеха", отзывы относительно того, как работают Ваши методы, будут всего лишь бегло просмотрены, и неважно насколько Вы велики, когда они дочитают всё до конца, они будут сомневаться в том, работают ли Ваши материалы.

И это именно почему всё, что я пишу, наполнено примерами, предыдущим опытом, и сравнениями с реальной жизнью. Мне нравится показывать Вам, что этот материал работает, где он работает и как работает таким способом, который каждый может понять. Это легко делается, и вот что подразумевается: Ваши покупатели приходят к Вам, вручают Вам свои деньги, читают, интересуются, и, в конце концов, чувствуют, что действительно активно выучили нечто, что можно реально применить к объекту их интереса.

Есть столь много способов сделать это, как то: изображения Вашего банковского счёта, статистики сайта, количества подписчиков, успех Ваших продуктов, предыдущий и настоящий, истории из прошлого, рассказанные так, что люди могут их понять и сказать "Да, я прекрасно понимаю, что ты имеешь в виду", отзывы других людей, фотографии той большой рыбы, которую Вы

выловили, и продолжаете ловить на каждой еженедельной рыбалке... список можно продолжать до бесконечности. Используйте Вашу фантазию, предоставляйте доказательства интересным неизбитым способом, а люди отдадут Вам своё внимание и даже более того.

Не забывайте делать это в Ваших отчётах регулярно. Не важно, на сколько хорошо Ваше рекламное письмо, если и сам продукт не доказывает, что Вы знаете то, о чём говорите, интерес к нему со стороны Ваших читателей может оказаться слабым. Ваши долгосрочные потребители стремятся приобретать и тратить своё внимание только на качественные продукты.

12г. Наслаждайтесь.

Правило четвёртое. Просто ловите кайф от всего этого. Если уж пишете о чём-то, то это должно Вам нравиться. Если это так, это проявится и Ваши читатели узнают это. В комбинации с вышеописанными примерами, Вы можете взять стандартный скучный отчёт и превратить его в нечто увлекательное, вдохновляющее, быстро упакованное и интересное настолько, что Ваши покупатели просто влюбятся в Вас.

Как я уже говорил, хорошо быть профессионалом в своей области, а если Ваша работа Вам нравится, то полученные результаты окажутся гораздо лучше. Многие люди теперь изготавливают свои материалы просто для того, чтобы заработать на этом деньги, но по качеству работы и её представлению так очевидно, что она им не нравится. И помните, почему Вы, собственно, здесь? Чтобы приобрести для себя больше свободы, денег, знаний и прозрений.

Вам должно нравиться более само путешествие, чем ожидание немедленного достижения целей и подталкивание себя вперёд только потому, что Вы хотите заработать большую корзину денег. Я же лично больше люблю саму игру, мне нравится писать и говорить об этом, и вот почему я здесь. Нехорошо ломать себя и утомлять себя до смерти лишь для того, чтобы заработать лёгкие деньги, потому, что Вы попросту делаете деньги самоцелью. И, скорее всего, Ваши покупатели тоже будут не в восторге. Что не хорошо.

Наслаждение - это одна из основных причин создания продуктов и если Вам это нравится, Вы будете справляться со всем блестяще. Если же Вы уже занимаетесь данной отдельной деятельностью, Вы узнаете её лучше и получите ещё больше идей. Важнее всего, чтобы Вы не ограничивали себя или не сдерживали свой потенциальный доход, не выпуская новые онлайн маркетинговые продукты. Это неправильно, хотя возможно, такие чувства и возникают, если Вы в игре долгое время.

12д. Придайте Особенность.

Что бы Вы не писали, придайте себя некую идентичность, особенность. Нечто, что отличает Вас от серого фона других предпринимателей или конкурентов. Это заставит людей запомнить Вас и Вы будете выглядеть чем-то совершенно новым, современным, и люди захотят покупать у Вас и работать с Вами. Это также предполагает некоторую спланированность, что определённо есть плюс.

Людам не нравится увязать в случайной беспорядочной информации, которая валиться на них на каждом углу. Я уже говорил об этом в секции создания продуктов, поэтому детализировать не буду. Просто имейте это ввиду. Это настоящая основа хорошо узнаваемого и успешного информационного продукта.

12е. Вставляйте Корректно.

Правило 6. Мы затрагиваем вопрос, на который никто, кажется, не может дать однозначный ответ. Должны ли Вы вставлять другие продукты или сервисы в Ваш собственный информационный продукт, а если да, то как? Ну, на то есть простой ответ - да, Вы должны. Если Вы не делаете этого, Вы можете потерять драгоценных клиентов, которые могли бы так здорово наслаждаться Вашими продуктами. Это удержит их от покупки следующего продукта, а ведь Вы могли бы положить эту прибыль в карман.

Проблема в том, как вставлять другие продукты в свой продукт эффективно, не раздражая читателей? Ну, во-первых, это очень тонкая материя. Нечто наподобие повышающейся продажи, о которой мы говорили ранее. Столь много плохо склёпанных продуктов оказались лишь очередной формой рекламы. Поэтому, главная вещь, которую я хочу сказать Вам: создавайте продукт как настоящий продукт и делайте это хорошо.

Не создавайте продукт как рекламу. Бесплатный он или платный, если Вы начнёте говорить с кем-то относительно этой великолепной тактики, которой Вы мастерски овладели, и они найдут время, чтобы послушать или почитать Вас, а в конце вдруг окажется, что это просто обширная рекламная речь... не надейтесь стать очень популярным или оставить по себе хорошее впечатление.

Я видел множество методов и разных способов, которыми люди рекламировали свои материалы внутри платных и бесплатных информационных продуктов. Некоторые из них, как подсказывает простой здравый смысл, не приносили чего-либо существенного для самих писателей. Но с другой стороны, многие из них просто великолепны и дополняют продукты очень хорошо.

Вот то, что я предлагаю. В следующий раз, когда Вы пишете информационный продукт, платный или бесплатный, говорите о Вашем предыдущем опыте с другими продуктами. Это особенно легко в онлайн бизнесе, и показывает Вашим покупателям другие материалы, созданные Вами, не вызывая раздражение потому, что Ваш продукт оказался прикрытием для рекламы.

Повторю ещё раз, найдите способ дать ссылку на Ваши сайты и продукты в конце. Например, если бы я хотел встроить сюда некоторые другие из моих продуктов, я бы не писал целый мануал вокруг таких продуктов, или что там люди думаю о них, но можете быть уверены, что я бы упомянул их в конце или в примерах.

Ещё один метод, который работает весьма хорошо, заключается в том, чтобы написать секцию, посвящённую Вашим дополнительным продуктам, но Вы должны обязательно раскрыть в самом основном продукте обещанную тему и дать хорошую исчерпывающую информацию по ней тут же, иначе Ваш продукт превратится в ещё одну прославляющую рекламу.

Поэтому, вот Вам главное правило. Встраивать ли иные продукты в Ваши бесплатные и платные продукты? Да, но так, чтобы не нарушались основные задачи инфопродукта и была предоставлена обещанная информация. Причины, по которым многие люди этого избегают, это то, что они переживают о том, что подумают их покупатели. Фактически же, если продукт выполняет работу, которую он предназначен выполнять, и выполнение которой было обещано Вашим покупателям или читателям, Вы вполне можете направить их на партнёрские ссылки, ссылки на Ваш собственный сайт, что угодно. Только убедитесь, что продукт выполняет свою работу.

12ж. Добавьте Вашу Собственную Личность.

Правило 7 и, должно быть, наименее употребляемое из всех. Добавьте Вашу собственную личность в то, что Вы пишете. Люди любят, когда их развлекают, даже если они изучают серьёзные деловые материалы. Не бойтесь говорить с Вашими покупателями, как если бы они были Вашими друзьями потому, что не только Вам самим больше понравится писать и мысль потечёт легче, но и читатель получит гораздо более приятный опыт, и гораздо более вероятно запомнит Вас.

Однако, есть одна вещь с которой следует быть поосторожней, когда Вы пишете. Постарайтесь избегать сарказма и иронии, так как я могу Вам сказать по собственному опыту, разные люди понимают такие вещи по разному, что может привести к недоразумениям и даже проблемам, особенно если факты не ясны. Заинтересовывайте людей, но не смущайте их, потому, что они могут просто не понимать, о чём Вы говорите, даже если для Вас это очевидно.

12з. Говорите Нормальным Языком.

Наконец, старайтесь, чтобы Ваш язык был общепонятным. Разные вещи имеют разный смысл для разных людей. Поэтому старайтесь писать так, чтобы Вас поняло максимально большое количество читателей. В конце концов, эффективность Вашего делового сообщения напрямую зависит от того, какое количество людей поймёт Вас. И чем больше их будет, тем лучше.

Итак, когда пишете, не забывайте основывать Ваш текст на фактах, структурировать его, быть профессиональным и добавлять собственную личность. Но без использования сленга или выражений, которые люди могут неправильно понять... или того хуже, не понять вообще.

12и. Продавать Себя, Не Только Продукты.

Правило номер девять. Продажа информационных продуктов - это не единственная задача, связанная с информационными продуктами. Не забудьте также продать самого себя. Пусть Ваши читатели знают кто Вы, кем Вы были, что Вы видели или испытали. Так как, в долгосрочной перспективе, они не только будут верить гораздо больше в Вашу работу, но они также внутренне оценят Вас и будут воспринимать как более надёжный и достойный ресурс. Вряд ли стоит говорить, насколько это важно.

Итак, вот они все. Восемь базисных правил, которым Вы можете следовать, создавая Ваш информационный продукт, начиная от улучшения репутации и уровня доверия к Вам, и до того, как, собственно, заставить людей читать Ваш продукт, предпринимать действия и говорить о нём, а также как не утомлять Ваших читателей и представлять самого себя более эффективно.

Вот всё, что я могу сделать. Дать Вам базисные правила, которым Вы должны следовать. Я хотел бы рассказать больше, но не могу сделать это, так как не имею представления, о чём Вы собираетесь писать, что за продукт у Вас, и каков Ваш литературный стиль и манера изложения. Но в одном я уверен. Если Вы последуете этим правилам буквально, не отклоняясь вообще, то в результате получите хороший основательный продукт, базирующийся на Вашем знании избранной темы. И гораздо более вероятно, что Ваши покупатели его действительно прочитают, найдут всевозможные примеры предыдущего опыта, Ваших предыдущих продуктов, действительно запомнят Ваше имя и бренд, и будут готовы для покупки последующих продуктов.

12к. И Наконец.

Я хочу обсудить с Вами ещё раз, что можно сделать с продуктом, который уже продается какое-то время. Это замечательный случай заработать немного денег быстро, когда это Вам нужно. Речь идёт о реселлерских правах, то есть правах на перепродажу.

Если Вы действительно хотите знать, когда следует выставлять Ваш продукт на продажу с правами перепродажи на него, установите на него высокую цену и установите некоторые правила. Понимаете, люди, которые, в отличие от нас, не знают как создавать и реализовывать идеи новых продуктов, рыщут в поиске таких вещей. И не только поэтому... также люди не хотят мороки с созданием и продвижением собственных продуктов, или не хотят риска, или хотят, чтобы за них всё сделали, или хотят найти готовые к немедленному употреблению продукты, которые можно тут же добавить в свою корзину.

Если Вам нужен успешный продукт с правами перепродажи, метод прост. Установите, какими способами он может быть продан, чтобы не обесценить стоимость, запретите продажу с аукционных сайтов по той же причине, и если хотите, можете ограничить право на количество проданных копий (хотя такой практики в Рунете ещё не встречалось)... да вот и всё. Два продукта в одном. Дорогие реселлерские права и дорогой информационный продукт.

Но одно короткое предостережение. Вы можете подождать немного, прежде чем делать это, так как если кто-то действительно крутой захочет наложить руки на Ваш продукт, и он целиться в тот же рынок, Вы можете существенно потерять в доходах.

Ну что же, вот и всё. Как заключение и как основное правило создания информационных продуктов и производства их в максимально большом количестве. Всё это в любом случае не ракетостроение и многие вещи выглядят как простой здравый смысл. Если этот курс даёт Вам важную практическую информацию, если он работает, приносит Вам больше контактов, покупателей и зарабатывает много денег, то это и есть именно то, что нужно. Настолько всё просто.

13. Итоги.

- Я хочу рассказать Вам больше, откуда взялось то, что я пишу. Не важно, что Вы думаете, но эти методы были почёрпнуты из реальной жизни.
- Сейчас я пишу этот информационный продукт, но ранее, мне приходилось заниматься разработкой проектов для других людей. Работая над ними, я протестировал все свои методы от начала до конца.
- Каждый раз, когда я тестировал и находил что-то, что показывало заметные результаты, я продолжал и писал об этом. Что тестировалось, где тестировалось, почему я уверен в результатах и оправдалось ли это.
- Это послужило началом моего написания информационных продуктов, я просто сообщал свои заказчикам результаты тестов и общие маркетинговые знания. С помощью этого опыта я выучил больше, чем могла меня научить какая-либо книга, то, что я Вам передаю сейчас, было опробовано и испытано, а не просто собрано вместе, чтобы продать побыстрее.
- Как мне заставить их доверять тому, что я говорю, чтобы они сделали отметки и предприняли действия? Какое содержание следует включать и исключать, где и почему? Должен ли я продвигать мои другие материалы в содержании и как мне это делать?

- У Вас может не быть степени и медали в копирайтинге, просто опыт реальной работы, испытанные и протестированные методы и средства, которые я Вам сейчас демонстрирую. В конце концов, я хочу, чтобы Вы вернулись и купили ещё больше моих материалов позднее, я хочу, чтобы Вы рассказывали людям о положительном опыте, который Вы почерпнули в моих продуктах, и достигли Ваших целей в то же время.
- В этом отчёте всё настоящее, доказанное и сообщается Вам лишь по одной простой причине. И эта причина - заставить Ваш бизнес расти и развиваться быстро и прибыльно. Поэтому давайте продолжим разговор о специфике физического создания информационных продуктов.
- Правило номер один. Сохраняйте материал интересным. Обращайте Ваше внимание на способ представления, структурируйте содержание, используйте простые ясные мысли, а также отмеченные галочками абзацы для итогов.
- Варьируйте Ваши методы. Простой массив текста утомителен. Его надо дополнить разными вариантами оформления, диаграммами, графикой, заданиями, различными методами представления информации, например, аудио или видео. Главное, чтобы люди сели, запомнили Вас, и самое главное, не лезли на стенку от скуки, читая Ваш материал.
- Врезайте истории и примеры при каждой возможности. Не только, чтобы усилить доверие, но и чтобы люди продолжали читать, чтобы им было интересно, чтобы они стряхнули рутину.

- Правило номер два. Всегда знайте, о чём Вы говорите. Я видел столько убогих информационных продуктов, которые поставляли неправильную информацию, пока не нашёл свой собственный путь и не понял, что все они были неправильны и, собственно, непродуктивны. Не удивительно, что люди запутываются, пытаются всего-навсего основать собственный бизнес в сети и заработать денег.
- Создание информационных продуктов любого объёма и качества это нелёгкая работа, но она может быть чрезвычайно весёлой и вознаграждающей. Если Вы хорошо разбираетесь в предмете, Вы не только продадите больше, вызовете доверие и заработаете деньги быстрее, но также Вы добьётесь, что они будут возвращаться к Вам снова и снова. Если Ваш продукт нравится Вашим покупателям, и Вы действительно решили их проблемы компетентным материалом, это даст Вам много преимуществ в раскрутке и приобретении нужной репутации для последующих продуктов.
- Правило номер три. Докажите, что знаете, о чём говорите. Почему Вы показываете людям, как избежать чего-то? Покажите на примерах и продемонстрируйте, что Вы были в той ситуации и как Вы решили проблему и нашли лучшее решение.
- Объясните Вашему читателю, почему вещи происходят и как. Отчёт о том "как" весьма хорош, но теперь времена меняются так быстро, поэтому это не стоит многого, если нет объяснений "почему". Что позволяет Вашим потребителям адаптировать метод в будущем и делает Ваш продукт более жизнеспособным.

- Используйте снимки Вашего банковского счёта, если Вы заявляете, что зарабатываете тысячи и объясняете людям, как и им достичь этого, наполните материал реальным жизненным опытом и примерами, покажите позитивные отзывы, причём не в рекламном письме, а в самом продукте. Это очень важно, если Вы хотите, чтобы Ваши читатели действовали. Вы же не хотите, чтобы они уходили и говорили другим, что Ваши материалы не работают, если информацию они получили, но Вы не мотивировали их к действиям.
- Правило номер четыре. Наслаждайтесь тем, что Вы делаете и о чём пишете. Если Вам это не нравится, это будет заметно и Вы никого не заведёте. Помните, ради чего всё это, возвращаясь к первоначальным вопросам. Ради чего всё это? Догадываюсь, что многие скажут, что ради денег, но ведь также и ради свободы, радости, контроля, ради того, чтобы зарабатывание денег было не работой, а удовольствием. Это возможно только, если Вы получаете максимальное удовольствие от избранного предмета.
- Правило номер пять. Измените вещи. Придайте себе некоторую идентичность, чтобы люди могли запомнить Вас. Будьте творческими, заставьте людей заметить Вас, говорить о Вас и помнить Вас.
- Правило номер шесть. Врезайте в Ваши продукты Ваш другой материал. Помните: убедитесь, что Ваши продукты качественны и соответствуют рекламе. Если это так, нет никаких проблем с вставкой в них другого материала. Особенно хорошо это работает, если Вы говорите в продукте о предыдущем опыте, поэтому Вы можете вставлять Ваши материалы непрямым способом.

- Правило номер семь. Добавьте Вашу собственную личность. Люди любят когда их развлекают, когда удачно шутят, но не следует перегибать. Избегайте сарказма и заумностей, чтобы Вас понимали правильно, но добавьте свою личность, расскажите шутку, говорите так, как если бы Вы обращались с друзьями в расслабленной ненапряжённой манере. Каждый человек есть личность, и это хороший способ выделить Ваши продукты одновременно в памяти и деловой перспективе, не прикладывая слишком много усилий.
- Правило номер восемь. Продавайте самого себя и сам бренд Вашего продукта. Пусть Ваши читатели узнают, кто Вы, что Вы видели и испытали, и почему Вы авторитетны в избранном предмете. Это весьма поможет, если Вы хотите, чтобы люди слушали Вас и предпринимали действия на основании Ваших слов.
- Вот они, все основные восемь правил создания Вашего очень собственного продукта и получения от него максимального результата. Это прямо-таки железобетонные правила, которым Вы можете смело следовать при создании всех видов информационных инструментов и продуктов.
- И как заключение, а также как основополагающее правило создания информационных продуктов. Это не ракетостроение, в любом случае, и не нужно бояться, если что-то звучит как общеизвестные вещи. Если это работает, это важно, это приносит результаты, деньги, контакты и новых покупателей, то всё просто замечательно.