

Марк Хауэлл

«КАК ИЗБЕЖАТЬ ОШИБКИ ЦЕНОЙ 7 400 \$»

Электронная книга для владельцев коммерческих сайтов любого масштаба, маркетологов, предпринимателей и всех, кто интересуется Сетью INTERNET и электронным бизнесом.



© Mark Ho well, 2003.

© Перевод - Берестнев П. В. (www.berestneff.com), 2003.

© Дизайн и верстка электронной книги – Евгений Смирнов, 2007.

ВНИМАНИЕ !

Это **бесплатная** электронная книга. Приветствуется ее свободное бесплатное распространение, размещение на сайтах для свободной загрузки, раздача посетителям и подписчикам, а также включение в качестве бонуса за подписку на рассылку или бесплатный курс обучения и другие действия, выполнение которых не связано с оплатой каких-либо товаров и услуг.

Вы не имеете права делать всего **3 вещи**:

- продавать данную книгу за деньги;
- включать ее в состав какого-либо коммерческого предложения;
- изменять содержание данного документа, нарушать его цифровой формат, переиздавать и т.п. - книга должна использоваться как есть!

В остальном, Вы ничем не ограничены при раздаче данной электронной книги.

От переводчика

Уважаемый читатель!

Книга, которую Вы держите в руках, принадлежит перу знаменитого американского бизнесмена Марка Хауэлла, чей стаж предпринимательской деятельности перевалил на второй десяток лет.

Опытный воин, искушенный в боях за финансовое благополучие в реале, он столкнулся с теми же самыми трудностями, что и каждый из нас, когда попытался переместить свой успех в виртуальный мир.

Он совершил множество ошибок, характерных для новичков электронной коммерции, которые вылились ему в круглую сумму, указанную в заглавии его небольшой книги.

Он мог себе позволить заплатить данный штраф за свои оплошности ... в состоянии ли это сделать Вы и имеет ли это смысл?

Как и всякому американцу, одержимому разделением процесса труда на составные части, звенья, шаги и т.п., Хауэллу присущ алгоритмический подход к любому виду деятельности, что нашло прямое отражение в композиции его книги, которую Вы собираетесь изучить. Вместе с тем, что электронный бизнес требует гибкости подходов и творческого мышления, алгоритмический подход к его ведению имеет свои плюсы, в особенности для начинающих. Правильный алгоритмический подход важен вдвойне. Поэтому всем тем, кто только что решил начать осуществление собственного электронного бизнеса, тем, кто пытался заниматься электронной коммерцией и потерпел провал, изложенная в данной книге семиступенчатая система создания и развития собственного прибыльного предприятия на основе Всемирной Сети INTERNET, будет особенно интересна.

Конечно, изложенные в данной книге идеи и рекомендации, как бы ни складывались они в стройную систему и как бы ни были похожи на готовый рецепт, не во всем совершенны. Российские особенности формирования электронного пространства, открывающие горизонты цифровой экономике, имеют свои собственные черты, иногда совершенно не подходящие под выработанные на Западе шаблоны. Но это совершенно не означает, что подобные идеи необходимо отложить в сторону и опираться на нечто полностью самобытное. В конце концов, INTERNET - среда техногенная, компьютеры и кабели на Западе функционируют точно по такому же принципу, как и в нашей стране, поэтому Сеть имеет свои законы, которым чуждо понятие географического барьера. Несомненно, психология пользователя накладывает свой отпечаток на формирование электронного рынка, но законы его развития остаются во многом теми же, что и повсюду, поэтому при надлежащем подходе идеи, изложенные в настоящей книге, можно с большим успехом приспособить к нуждам собственного бизнеса и с большой эффективностью ими пользоваться.

В свете всего сказанного, предлагаемая Вам книга представляет собой самостоятельную ценность.

Приятного чтения!

Искренне Ваш,
Директор Виртуального Колледжа
электронной коммерции Павел Берестнев.
www.berestneff.com

Содержание:

Введение.....	5
Шаг первый. Определитесь с товарами и услугами.....	5
Шаг второй. Определите свой целевой рынок.....	7
Шаг третий. Создайте свой сайт.....	8
Шаг четвертый. Разработайте бюджет.....	11
Шаг пятый. Разработайте маркетинговую стратегию.....	12
Шаг шестой. Не сидите сложа руки.....	13
Шаг седьмой. Строго следуйте своему плану.....	14
Вместо заключения.....	15

Введение

Всем доброго времени суток, меня зовут Марк Хауэлл. Бизнесом я занимаюсь около 11 лет, и примерно 18 месяцев назад мое внимание сосредоточилось на всемирной сети INTERNET. Как и большинство предпринимателей, меня привлекла возможность заработать при помощи Сети солидные деньги за сравнительно короткий срок. В конце концов в этой идее нет ничего глупого - принимая во внимание, что в сети путешествуют миллионы людей, разве нельзя не рассчитывать, что на этом можно неплохо заработать? Таковы были мои первые мысли я и уверен, что большинство читателей согласятся, что и сами мыслят или мыслили подобным образом.

И вот, потратив на разработку своей идеи несколько сотен INTERNET-часов, испытав немало разочарований и заплатив за все свои попытки и усилия около 7400 \$ я обрел стабильный и постепенно растущий доход. Закономерно возникает вопрос - почему этот процесс обретения стабильного дохода занял так много времени и стоил так дорого? Ответ прост: все это время и все вложенные средства я потратил на поиски бизнеса, способного на самом деле принести выгоду, если бы я на начальном этапе своей работы обладал теми знаниями, которые у меня есть сейчас, я начал бы прилично зарабатывать уже в ближайшую неделю.

Вот почему я решил написать эту маленькую книжку, и сделал это исключительно для того, чтобы помочь Вам избежать обучения, которое будет стоить Вам слишком дорого. Конечно, дело Ваше - Вы можете выбрать метод проб и ошибок, но поверьте мне на слово - прочитав мою книгу, Вы сможете избежать практически всех абсолютно ненужных и бесполезных трат времени и денег и постигнуть открытые мной маркетинговые секреты.

Для начала позвольте задать Вам несколько вопросов:

- Хотите ли Вы иметь достаточное количество свободного времени и работать меньше 40 часов в неделю?
- Ищите ли Вы в INTERNET возможность развития приличного бизнеса?
- Желаете ли Вы достичь финансовой независимости?

Если Вы ответили утвердительно на любой из этих вопросов, не говоря уже обо всех трех сразу - Вы попали точно по адресу. В моей книге я открою Вам семь шагов успеха, изучая которые по предлагаемой книге, а не на собственном горьком опыте, Вы сможете избежать потери около 7 000 долларов.

Шаг первый

ОПРЕДЕЛИТЕСЬ С ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ

Прежде чем Вы собираетесь открыть собственное дело, Вам необходимы товары и (или) услуги, которыми Вы будете торговать. Абсолютное большинство людей, которые пытаются заработать деньги в INTERNET и терпят на этом крах совершают как минимум одну и ту же роковую ошибку - они начинают тратить деньги на разработку сайта, на хостинг, на программное обеспечение, оборудование и т.п. ДО ТОГО, как обзаводятся реальными товарами и услугами, которыми они бы торговали.

Соблазн Сети заключается прежде всего в излишней поспешности, а именно в том, что в INTERNET слишком много всего, все кажется предельно простым и выбор настолько огромен, что волей-неволей разбегаются глаза и новоявленные предприниматели хватаются сразу за множество направлений работы.

Я прочувствовал это на собственном опыте, придя в INTERNET лишь с общим представлением о том, чем и как я буду торговать и за первые шесть недель потратил на «развитие» собственного бизнеса порядка 4000 \$, не обдумав все как следует в оффлайновом режиме, наивно полагая, что в скором времени буду загребать деньги лопатой. Как я ошибался! А все дело заключалось в том, что я не принял заранее определенного и четкого решения какой товар я буду продавать.

Каким образом следует выбирать товар или услугу, которую Вам будет выгоднее всего продавать? (обратите внимание на то, что я сказал «Вам», ибо не все люди с одинаковым успехом продают одно и то же, равно как наиболее нравящийся Вам товар не всегда является наиболее выгодным с точки зрения его реализации). Здесь я бы Вам посоветовал следовать нескольким правилам.

Правило первое

Выбирайте те товары и услуги, о которых у Вас уже имеются определенные знания.

Вам не требуется быть профессионалом в данных познаниях, но обладая определенными навыками работы с товаром или услугой Вы избавите себя от большого количества проблем. И если Вы имеете возможность регулярно пополнять свои знания - Вы на правильной дорожке. Все сказанное в итоге дает Вам возможность принятия обоснованных решений, например, о программном обеспечении, которое Вам потребуется, методах оплаты, которые более целесообразно и выгодно будет принимать, о наилучшем дизайне и оформлении Вашего сайта, о Вашем целевом рынке и т.п.

Правило второе

Не выбирайте для продажи товары и услуги только потому, что кто-то Вам сказал, какие они замечательные, будьте осмотрительны.

Мало ли кто что Вам сказал - люди будут говорить Вам что угодно, чтобы заполучить Ваши деньги. Я до сих пор жду обещанного одной компанией подарка ценой в 49\$ за то, что заказал их книгу в апреле 1998 года. Работайте и думайте своей головой, прежде всего проверьте компанию, с которой собираетесь работать. Имеет ли компания заслуживающие доверия положительные отзывы? Предоставляет ли реальные гарантии? Продает ли она реальные товары и услуги или торгует лишь идеями? Поберегите свои деньги и приобретайте товар для перепродажи, основываясь на данных собственных исследований, а не на чьих-то посторонних притязаниях.

Правило третье

Выбирайте товар, в котором нуждаются покупатели, а не который нравится Вам.

Продавая товар, действительно способный помочь людям в решении их проблем, Вы находитесь на правильном пути к реализации Ваших стремлений. Маркетинговая работа существенно упрощается если люди нуждаются в том, что Вы продаете. Существует

огромное количество так называемых возможностей развития бизнеса, которые могут Вам стоить дешево или не стоить ничего вообще, но среди них лишь единицы могут быть реально востребованы на рынке. Всегда подбирайте товар, в котором нуждается рынок, но никогда даже не пытайтесь сформировать рынок под какой-либо товар.

Правило четвертое

Исходите из обычной арифметики.

Окончательную цену своего товара Вам следует пересчитать как минимум 3-5 раз. Вам необходимо покрыть Ваши расходы - в частности, хостинг, оплата доступа в INTERNET, оплата обработки платежей с пластиковых карт, телефонных звонков и т.д. - в итоге Ваша валовая прибыль должна покрывать все Ваши расходы и плюс к этому принести прибыль. Всегда заостряйте внимание на так называемой «точке перелома» - количестве продаж, которые Вам необходимо провести только для покрытия Ваших расходов.

Например, если Ваши расходы составляют 300 \$ в месяц, а Ваш товар стоит 30 \$, Вам необходимо совершить десять продаж в месяц для покрытия расходов, т.е. для достижения «точки перелома». Каждая последующая продажа - Ваш доход. (Здесь хочу дать Вам один ценный совет - не тратьте время зря, пытаясь заниматься продажами слишком дешевых товаров - Вам потребуется совершать несколько десятков продаж ЕЖЕДНЕВНО лишь для того, чтобы оставаться в живых, а это означает, что для этого Вам необходимо как минимум 30 000 посетителей на Вашем сайте ежемесячно).

Следуя указанным четырем правилам в выборе товара, который Вы продаете, Вы обеспечиваете себе залог успеха в INTERNET-бизнесе.

Шаг второй

ОПРЕДЕЛИТЕ СВОЙ ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК

После того, как Вы выбрали товар, которым собираетесь торговать, Ваша следующая задача - определить свой целевой рынок. Ваш целевой рынок составляют люди, которые испытывают реальное желание или реальную потребность в приобретении товара, который Вы продаете.

Почему очень важно знать свой целевой рынок? Да по той простой причине, что не каждый житель нашей любимой планеты нуждается в том, что Вы продаете. Если бы такое имело место Вы бы не ударяя палец о палец обеспечили бы на всю жизнь себя и все свое потомство на все времена, но, к сожалению, такого никогда не происходит. В итоге для того, чтобы люди, которые действительно нуждающиеся в продаваемых Вами товарах и услугах, могли их у Вас приобрести, нужно приложить определенные усилия.

Помните третье правило выбора товара для продажи? Если людям Ваш товар не нужен не имеет значения, как Вы его рекламируете и продвигаете - крах неизбежен. А для того, чтобы определить свой рынок, необходимо ответить на ряд вопросов.

Первое - кому нужно то, что Вы продаете?

Женщинам, мужчинам или и тем и другим? Для какой возрастной категории предназначен товар? Какой у Ваших покупателей должен быть уровень дохода? Имеет ли значение в данном случае их семейное положение?

Второе - почему покупателям нужен Ваш товар?

Позволит ли он им чувствовать себя лучше физически или душевно? Могут ли Ваши товары и услуги каким-то образом улучшить их жизнь?

На самом деле, существует гораздо большее количество вопросов, отвечая на которые можно достаточно четко очертить границы своего целевого рынка. Здесь я рекомендую Вам провести собственное исследование данной проблемы - просто опросите своих друзей и знакомых, а также членов Вашей семьи, пусть они приведут Вам порядка десяти причин, почему люди будут или не будут покупать Ваши товары и услуги.

Другой способ определить целевой рынок - наблюдение за подобными Вашим товарами и услугами. Где они рекламируются - на каких сайтах, телепрограммах и в каких журналах и других печатных изданиях? Все ли средства информации, в которых рекламируются товары и услуги, подобные Вашим, адресованы социальным группам одинаковой возрастной принадлежности или, например, с одинаковым уровнем дохода?

Существует еще один способ определения и уточнения целевого рынка, который приемлем для тех предпринимателей, которые уже совершают продажи. Проведите исследование среди своих клиентов. Если у Вас уже наработана более или менее определенная клиентская база, Вы можете, например, составить определенную анкету, в которой записать указанные выше вопросы и предложить клиентам заполнить ее. В данном методе есть определенная доля большей эффективности, ибо Вы можете, например, предложить клиентам определенные скидки на последующие продажи, если они заполнят Вашу анкету. Здесь, кстати, достигается двойная выгода - Вы одновременно собираете нужную Вам информацию и повышаете количество продаж за счет скидок. (Кстати, всегда держите эту идею в памяти и осуществляйте ее всякий раз, когда Вам понадобится «подрегулировать» Ваш рынок и увеличить продажи).

Шаг третий

СОЗДАЙТЕ СВОЙ САЙТ

Когда Вы определили товар, который будете продавать и установили, кому Ваш товар нужен и кто будет его покупать - пришло время создавать собственный сайт.

Из данного раздела Вам необходимо усвоить всего лишь одну простую истину - сайт должен создаваться с мыслями о процессе продажи. Поняли, нет? Повторю еще раз - сайт должен создаваться с мыслями о процессе продажи. Для INTERNET-маркетинга характерна высокая конкуренция и Ваша основная задача при работе в Сети - привести посетителя на сайт и провести его через все процедуры процесса продажи прежде, чем он Ваш сайт покинет. Как этого достичь? Необходимо воспользоваться старой рекламной формулой: «ВИЖД+И» (в оригинале - AIDA + C, т.е. Attention — Interest — Desire — Action + Close - прим. перев.), расшифровка которой выглядит следующим образом:

- **внимание;**
- **интерес;**
- **желание;**
- **действие;**
- **итог.**

Согласен с тем, что формула выглядит слишком просто и кажется неправдоподобно элементарной, но должен заметить, что один из способов нецелесообразной траты денег на развитие INTERNET-бизнеса - стремление к высшему качеству. Для совершения продаж через Сеть Вам совершенно не нужен сайт из 200 страниц с крутой анимацией, видеороликами и навороченным звуком. Сайты, выполненные на уровне достаточно простого дизайна и отвечающие ВИЖД + И формуле пользуются невообразимо большим успехом.

Расшифруем указанную формулу и рассмотрим как ее надлежит использовать.

1. Внимание

Вы должны завладеть вниманием посетителя Вашего сайта, а на это у Вас времени не больше 10 секунд. Когда кто-либо заходит на Ваш сайт, Вы не знаете точно откуда он или она пришли к Вам - с поисковых машин, по ссылке с другого сайта, по рекламному объявлению, которое Вы разместили или через письмо по электронной почте, которое Вы отправили. Вы не знаете в каждом конкретном случае, что побудило пользователей зайти на Ваш сайт, но Вы должны прочно усвоить следующее: у посетителя есть хотя бы малейшая доля интереса к тематике Вашего сайта, в противном случае он сам сознательно никогда бы на него не пришел. А вывод из всего этого следующий - после того, как пользователь попал на Ваш сайт, у Вас есть всего несколько секунд, чтобы привлечь его внимание и удержать на сайте, в противном случае он уйдет и вряд ли когда-нибудь вернется. Так что сделайте все, чтобы привлечь внимание посетителя.

2. Интерес

Если Вам удалось завладеть вниманием пользователя и удержать его на сайте, следующая Ваша задача - разбудить в нем интерес к содержимому сайта.

Расскажите посетителю о том, какую проблему Вы можете решить и какие нужды удовлетворить, но не предлагайте вначале никакого решения. Здесь самое главное – дать посетителю понять, что Вы хорошо знакомы с данной проблемой или потребностью и разделяете мысли посетителя. Отождествитесь с его чувствами и эмоциями. И убедите пользователя в том, что Вы испытали на собственном опыте то же самое и способны позаботиться о решении проблемы. Это на самом деле важно, т.к. порождает у пользователя интерес, ибо он обязательно в этом случае скажет сам себе примерно следующее: «Этот человек действительно знает мою проблему (мои нужды) и способен решить ее. Возможно, он может мне помочь».

3. Желание

Породив у посетителя интерес, необходимо плавно перевести данный интерес в устойчивое желание. У потенциального клиента имеется проблема, которую нужно решить или потребность, которую необходимо удовлетворить. И неважно, каким образом конкретно Вы собираетесь создавать желание в сознании посетителя, ибо все способы здесь сводятся к одному - демонстрации преимуществ и выгод Ваших товаров и услуг. Не следует перечислять и

расшифровывать все возможности и преимущества Вашего товара - гораздо более эффективным и вполне достаточным будет описание того, какие выгоды сулит преимущества Вашего товара. Например, большинство современных автомобилей оборудованы тормозной системой повышенной надежности - но Вы же не купите автомобиль по рекламному объявлению, которое просто отмечает, что автомашина оборудована такой тормозной системой. Куда гораздо более привлекательным будет рекламное объявление о том, что путешествие на такой машине будет гораздо безопаснее для Вас и Вашей семьи, чем на других автомобилях, потому что данный автомобиль оборудован тормозной системой повышенной надежности. Важно подчеркнуть не саму возможность, а выгоды, которые она принесет. Понимаете важность указанного момента? Следует продавать не технические возможности, а приносимые ими выгоды.

4. Действие

Теперь следует поговорить о самом процессе совершения продажи, ибо вы привлекли внимание посетителя, выработали в нем интерес, превратили интерес в желание и теперь пришло время клиенту действовать. Вам необходимо, чтобы клиент прошел через процесс совершения продажи, в противном случае Вы зря потратили время и деньги. Если Вы усвоили первые три части ВИЖД+С - формулы и правильно их реализовали, Ваш посетитель готов стать Вашим клиентом и теперь Ваша задача - объяснить ему, что он должен делать. Не думайте, что пользователь сам знает, что нужно делать дальше, объясняйте ему каждый шаг. Сделайте процесс предельно простым, расположите ссылку «Заказать» и кнопки с указанием направлений движения. Обеспечьте конфиденциальность процесса, чтобы не лишаться продаж из-за смущения или стеснения некоторых клиентов. Очень важно, чтобы все выглядело так, как будто Вы берете Вашего посетителя за руку и ведете его доступным его пониманию путем через все стадии процесса продажи, чтобы посетитель не растерялся, не зная, что делать, когда пришло время покупать Ваш товар.

5. Итог

Итоговая стадия наступает, когда все препятствия и противодействие со стороны потенциального клиента преодолены и он покупает Ваш товар. Самый лучший способ организовать красивую и качественную заключительную стадию процесса продажи - обеспечение гарантий. Устраните все возможные риски клиентов при пользовании Вашим товаром. Некоторые предприниматели считают, что обеспечение гарантий (особенно гарантии возврата денег) - занятие недопустимое, ибо ведет к резкому снижению доходности бизнеса. На самом же деле статистика и маркетинговые исследования показывают, что хорошему бизнесу не по карману отсутствие предоставления гарантии возврата денег. Другой способ организации завершающей стадии продажи - «подсластить» ее каким-нибудь подарком, бонусом. Вы должны придать своему предложению как можно большую ценность, чтобы цена казалась бросовой. Предложите покупателю книгу или отчет в подарок, дополнительные ограниченные по времени бесплатные услуги и т.п. и не забывайте при этом предлагать всем покупателям стать постоянными клиентами.

Далее приведем еще несколько советов по организации и дизайну Вашего сайта.

Обеспечьте быструю загрузку Ваших страниц, сведите графику к минимуму - разместите только действительно необходимые рисунки и сделайте их объем как можно меньшим. Помните, как Вы покидали сайты из-за того, что страница загружалась недопустимо долго - такая реакция характерна абсолютно для всех пользователей Сети и следует помнить об этом

(особенно остро эта проблема стоит при использовании для подключения к Сети телефонных соединений - прим. перев.)

Сделайте навигацию на сайте простой, так, чтобы пользователь мог легко найти интересующую его информацию. Вы хотите, чтобы Ваши посетители пробыли на сайте как можно дольше и впоследствии на него возвращались - так сделайте, чтобы посетители понимали, что Вы хотите им преподнести.

Используйте удобоваримую цветовую гамму, заострите при этом внимание на комбинации цветов текста и фона. Не используйте броские и резкие цвета, самое главное, чтобы чтение информации не утомляло глаз и было приятным.

Организируйте построение сайта надлежащим образом, размещение по возможности большего количества информации на заглавной странице - далеко не лучшая идея. Для каждого товара или услуги создайте отдельную страницу и упорядочьте разделы. Исходите из того, что пользователь не знает Вашего ассортимента так хорошо, как Вы сами.

Предлагайте что-либо стоящее, разместите на сайте действительно полезную информацию, в том числе - бесплатную справочную информацию по использованию Ваших товаров и услуг. Давая хорошие бесплатные советы Вы вызываете повышенное доверие и лучшее отношение со стороны клиентов, а это увеличивает шансы превратить посетителей в клиентов.

Создайте у посетителя впечатление экскурсии по Вашему сайту, водите его за руку и рассказывайте о Ваших товарах и услугах, о тех выгодах, которые может обеспечить их использование. Если Вы не обеспечите этого - Вы ничего не заработаете.

Шаг четвертый

РАЗРАБОТАЙТЕ БЮДЖЕТ

Если Вы собираетесь добиться успеха в бизнесе, самое важное, чему Вы должны научиться - считать Ваши деньги. Большинство новоявленных предпринимателей терпят крах из-за недостаточной разработанности бюджета, в результате чего оказывается, что они тратят больше, чем выручают. Данный раздел призван помочь Вам избежать краха в первый же год и содержит две заповеди, которым надлежит неукоснительно следовать, если Вы собираетесь добиться успеха.

Первое - приобретайте только то, что действительно необходимо Вашему бизнесу.

Вам совершенно не нужно все доступное программное обеспечение, которое можно достать, компьютер, который Вы имеете, если он нормально работает в Сети, Вас вполне устроит, а вместо офисного стола вполне сойдет имеющийся у Вас в наличии. И заручитесь себе на носу - заказывайте что-либо только после того, как ознакомитесь с реальной необходимостью в этом и с ценой будущего приобретения.

Второе - имейте финансовый резерв.

Обещайте мне, что Вы будете перечислять 10 % своей прибыли на специальный накопительный банковский счет, которым не будете пользоваться без крайней необходимости -

он поможет спасти Ваш бизнес в тяжелые для него времена, которые рано или поздно наступают у всех.

Могу привести пример из собственного опыта. Первый бизнес в моей жизни, который я организовал в 1988 году (он приносит мне прибыль и в настоящее время) заключался в работе с товарами по цене 2000 \$ за единицу и полагать, что в этом бизнесе не будет тяжелых времен было бы, по меньшей мере, глупо. Поэтому с прибылей моя компания постоянно создавала неприкосновенные резервные фонды и наступали времена, когда к ним приходилось обращаться. Без таких фондов мой первый бизнес очень быстро бы потерял стабильность и сошел с дистанции.

Другая сфера, в которой контроль за расходами просто необходим - реклама. Покупая рекламу, нужно решать вопрос о ее целесообразности путем сопоставления ее цены и ожидаемой численности аудитории, которую она должна охватить. Самая дорогая реклама - далеко не всегда самая эффективная и здесь нужно быть очень осторожным и осмотрительным.

И последний аспект расходов, за которыми нужно неусыпно надзирать - Ваш личный доход. Я не встречал людей, которые, едва начав ведение бизнеса, способны полностью обеспечить себя и все свои потребности - такого просто не бывает. Сначала необходимо платить Вашему бизнесу, создавать финансовые резервы и прочно вставать на ноги - тогда со временем Ваше дело будет платить Вам.

Я не могу дать здесь Вам точного процентного соотношения всех перечисленных статей бюджета - в различных сферах бизнеса они различны. Вам необходимо взять бумагу, карандаш и калькулятор и не торопясь просчитать стоимость Ваших товаров, Ваши расходы, в том числе оплату хостинга, телефонных переговоров, банковских операций и т.п., ничего при этом не забывая и не упуская. Все это Вам понадобится для осуществления следующего шага.

Шаг пятый

РАЗРАБОТАЙТЕ МАРКЕТИНГОВУЮ СТРАТЕГИЮ

В данном разделе содержится ценная информация, которая поможет Вам приблизиться к Вашим идеалам и которой я готов с Вами поделиться.

Если Вы помните четвертое правило выбора товаров и услуг, которыми собираетесь торговать (если не помните - стыд Вам и позор, вернитесь на первый шаг и выучите все изложенное там наизусть), Вам совершенно нетрудно будет вычислить, какое количество продаж следует совершать через сайт для достижения «точки перелома». Вернемся к примеру, в котором Ваш товар стоит 30 \$, а Ваши месячные расходы составляют 300\$ и добавим ко всему этому то обстоятельство, что для достаточного самообеспечения Вам необходимо зарабатывать 2400 \$ чистого дохода в месяц, что означает, что для достижения Ваших целей валовая прибыль должна составлять 2700 \$ в месяц ($300 + 2400 = 2700$). Для того, чтобы достичь данной цифры Вам необходимо совершать 90 продаж в месяц ($2700\$ / 30 \$ = 90$), если же Вы не можете этого обеспечить, Вам в INTERNET-бизнесе не выжить. И вот здесь начинает работать наука INTERNET-маркетинга в самом чистом виде и Вам надлежит трудиться в поте лица, ибо Ваши действия способны либо уничтожить Вас, либо принести ожидаемый результат.

Итак, для того, чтобы заработать 2700 \$, Вам необходимо совершить 90 продаж в месяц. Исходя из того, что исследования и статистика свидетельствуют о том, что из 100 посетителей

коммерческого сайта 1 совершает покупку предлагаемого товара, необходимо обеспечить 9000 посетителей на сайт ежемесячно. 9000 посетителей в месяц предполагают в среднем 300 посетителей ежедневно. В дополнение к этому следует принять во внимание и то обстоятельство, что далеко не каждый увидевший Вашу рекламу решит посетить Ваш сайт.

Различные формы промоушинга способны обеспечить различный трафик на сайт. Баннерная реклама при условии использования качественных баннеров, как правило, приводит на сайт 2 % из тех людей, которые видели баннер, максимальное число, которое удается достичь некоторым предпринимателям благодаря специфике их бизнеса составляет 12 %, но такое бывает очень редко. Если Ваш баннер приводит на Ваш сайт 2 % людей, которые его увидели, принимая во внимание вышеприведенные цифры это означает, что Ваш баннер должен быть показан 15000 раз ежедневно. Достичь такого показателя достаточно трудно и среди всех порталов, занимающихся баннерной рекламой, лишь единицы могут обеспечить указанную цифру, и скорее всего это будет достаточно дорого стоить.

Другой формой продвижения сайта являются электронные рассылки. В Сети существует огромное количество рассылок, в которых Вы можете с успехом размещать свою рекламу. Рассылки способны принести большой результат, т.к. они более узко ориентированы с точки зрения тематики. Здесь возможны различные варианты рекламной деятельности - Вы, например, можете финансировать выпуск рассылки, в обмен на это Ваше рекламное объявление будет размещаться в начале любого письма, а можно просто купить рекламное место.

По средним сетевым расценкам размещение рекламного объявления в рассылка с количеством подписчиков 100000 и более стоит всего порядка 30 \$, а рассылка специального письма, исключительно посвященного Вашему предложению, всем подписчикам стоит порядка 100 \$. Таким образом, правильно подобрав рассылку, Вы можете быстро донести Ваше предложение до 100000 потенциальных клиентов при сравнительно небольших затратах. Если Вы умеете правильно писать специальные рекламные электронные письма, Вам будет нетрудно добиться 10% отклика на Ваше письмо, а это означает 10000 посетителей на Ваш сайт и с учетом того, что покупки совершает 1% посетителей - совершение 100 продаж, т.е. на 10 продаж больше, чем Вам требуется для того, чтобы заработать Ваши желаемые 2700 \$.

С учетом всего сказанного следует помнить, что не каждый рекламный деятель может гарантировать определенный результат, следует лишь пользоваться рекомендациями науки маркетинга и постоянно пробовать, что окажется лучшим именно для Вас. Попробуйте поработать с различными видами рекламных объявлений, заголовков, рекламных электронных писем, ценовых политик, гарантий и т.п. Недавно я попробовал разослать электронное письмо с рекламой своего сайта 978 подписчикам одной из моих рассылок В результате я получил 10 аффилиатов, т.е. всего лишь 1 % результативности - не так хорошо, как хотелось бы. После этого я продолжил совершенствование данного письма и постоянно пробовал его на предмет процента откликов и в итоге получил ожидаемый результат.

Шаг шестой

НЕ СИДИТЕ СЛОЖА РУКИ

Знаете из-за чего терпят крах большинство новичков в сфере INTERNET-маркетинга? Из-за платных курсов маркетинга и покупки программного обеспечения, при помощи которых они не могут добиться ожидаемого результата, приходя в конечном итоге к усталости и разочарованию. В итоге они сдаются, покидают INTERNET-бизнес и вдобавок к этому

рассказывают всем о том, что заработать деньги при помощи Сети невозможно. А на самом деле они просто использовали совершенно не те инструменты, которые нужно применять для правильного развития INTERNET-бизнеса и извлечения прибыли.

Я, как и большинство консультантов в области электронного бизнеса, вовсе не хочу, чтобы Вы разочаровались и упали духом, а совсем наоборот - желаю, чтобы Вы достигли успеха и процветания и позволю себе утверждать, что следуя моим советам Вы сможете добиться того, чего желаете, но вместе с тем, хочу подчеркнуть, что книга, которую Вы сейчас читаете представляет собой вовсе не какой-нибудь законченный курс маркетинга или маркетинговую систему, а содержит лишь общие принципы работы в правильном направлении. Для того, чтобы вникнуть в детали маркетингового искусства, Вам нужно не сидеть сложа руки, а постоянно повышать уровень своих знаний и квалификации, но для этого совершенно не обязательно прибегать к услугам платных консультантов и преподавателей, - в Сети полным-полно бесплатной и качественной информации на этот счет. При этом наиважнейшее - претворять те знания, которые Вы получили и получаете, на практике. Действуйте и запомните - провалы есть составляющая часть успеха и если бы все делали все правильно с самого начала, в INTERNET существовали бы лишь миллионеры.

Шаг седьмой

СТРОГО СЛЕДУЙТЕ СВОЕМУ ПЛАНУ

Вам наверняка приходилось слышать деловую мудрость «планируйте работу и работайте над планом». Если Вы хотите выжить в бизнесе, Вам необходим четкий и гибкий план всех Ваших дальнейших действий. Иногда план срывается таким образом, что не может помочь предпринимателю в точном предписании, того, что делать дальше, но зато может четко указать на то, чего делать ни в коем случае нельзя. В частности, не стоит менять ассортимент каждую неделю - выберите один товар или услугу, создайте для него сайт, при помощи которого посетитель может пройти через все стадии процесса продажи, и рекламируйте его (конечно, это слишком упрощенная схема работы, но суть должна быть Вам понятна).

Я, например, действую следующим образом. У меня есть блокнот, в который я записываю все приходящие мне в голову идеи, касающиеся товаров и услуг, которые я продаю, их рекламы, промоушинговой деятельности и т.п. Данный блокнот я регулярно перечитываю - это дает мне мотивацию к действию и позволяет поддерживать в форме творческое маркетинговое мышление. Некоторые вещи постоянно забываются (не знаю, возможно, Вы обладаете феноменальной памятью, но я таковой не располагаю), а мой блокнот позволяет мне постоянно держать их перед глазами и время от времени приводить в стройную систему. Путем записей и их систематизации также неплохо делать регулярные расчеты, позволяющие легко увидеть, какие меры и когда необходимо предпринимать, чтобы не отклоняться от правильного пути достижения поставленных финансовых целей.

Иными словами - составьте план и строго следуйте ему. План время от времени должен обновляться с учетом происходящих событий, кроме того, не все запланированное оказывается ожидаемо эффективным - что-то приходится вычеркивать, а что-то добавлять. Не следует думать, что все изложенное на бумаге будет работать на практике так же красиво и совершенно, как написано.

Вместо заключения

Написание данной небольшой книги я начал с повествования о том, что все мои усилия по обретению знаний действующих и приносящих прибыль маркетинговых принципов обошлись мне в 7400 \$. Согласитесь, что далеко не каждый может позволить себе потратить такие деньги только для того, чтобы методом проб и ошибок обрести какие-то знания, и, смею Вас заверить, что я - не исключение, хотя мой опыт и говорит об обратном. Просто я мыслил таким же образом, как и подавляющее большинство из нас - покупая различные маркетинговые платные курсы и программное обеспечение, я постоянно надеялся, что вот-вот мне попадет тот из них, в котором заключена чудесная формула успеха.

Каждое из моих приобретений, конечно, давало мне определенные знания и в чем-то помогло, но ни одно из них не предоставило мне того, что я так долго и упорно искал. Я провел в поисках сотни INTERNET-часов, разыскивая нечто, что действительно будет работать и принесет мне ожидаемый успех и прибыль.

После моих безуспешных трат, у меня, конечно, остались различные инструменты, утилиты, большое количество книг и отчетов, но ничто из этого не принесло мне тех знаний, которых я жаждал. Обладая всем этим я чувствовал себя как человек, у которого есть автомобиль, но который не умеет им управлять. И вот именно здесь я убедился в том, что подчеркивал ранее - для ведения успешного бизнеса в Сети Вам совершенно не нужен ни новый компьютер, ни новейшее и дорогостоящее программное обеспечение. Успех достигается путем начинания с того, что Вы имеете, самое главное при этом - знать, что делать и постоянно претворять свои знания на практике, не прибегая к излишним затратам. Для этого вполне достаточно творческого развития и конкретизации общих принципов достижения маркетингового успеха, изложенного в данной книге.

**Хотите еще более 10 Аудио-записей
Совершенно Бесплатно?**

www.e-youcan.com/audio.shtml

**А Как на счет Электронных книг по
Личностному росту, Копирайтингу,
Маркетингу?**

www.e-youcan.com/freebook.shtml

**Более того... Это еще не Все!)=)
Дистанционные e-mail-курсы:**

**1. ТОЭ - секретная формула проведения
маркетингового исследования в INTERNET за 6 дней!**

www.toe.e-youcan.com

2. Я знаю, где Ваши 15 минут славы!

www.15minutes.e-youcan.com

СПЕЦИАЛЬНАЯ ПОДПИСКА

**на «Скрытые тайны эффективного использования
товаров с правами перепродажи»**

www.inforesale.e-youcan.biz