

Майкл Расмьюсен

10 приёмов работы

любого

аффилиата

<http://www.berestneff.com>

**Издательство Виртуального Колледжа
электронной коммерции**

<http://www.berestneff.com>

Содержание:

Получите Ваш подарок!	3
Вместо введения.....	4
Прямо в яблочко!.....	5
Прием № 1 – Запись и публикация презентационных видеороликов ...	6
Прием № 2 – Запись и публикация презентаций в формате видео с монитора Вашего компьютера (скринкасты).....	7
Прием № 3 – Создание автоматической серии писем с помощью почтовых автоответчиков (автореспондеров).....	8
Прием № 4 – Написание и раздача бесплатных специальных докладов с полезной информацией.....	9
Прием № 5 – Истории успеха с наглядными доказательственными материалами.....	10
Прием № 6 – Ведение собственного блога	11
Прием № 7 – Статейный маркетинг	12
Прием № 8 – Использование контекстной рекламы	13
Прием № 9 – Создание и распространение бесплатных электронных книг	14
Прием № 10 – Предоставление собственного подарка за покупку по Вашей ссылке	15
Вместо заключения.....	17
Прочитали? Поделитесь с другими!.....	18

Получите Ваш подарок!

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



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

Получите прямо сейчас **совершенно бесплатно!**

Для получения подарка проследуйте по ссылке

==> <http://www.berestneff.com/magistral.htm> <==

и заполните расположенную там форму подписки.

Для Вашей пользы и прибыльности!

Майкл Расмьюссен

10 приемов работы любого аффилиата – Специальный доклад

Вместо введения

И снова здравствуйте, мой дорогой Интернет-бизнесмен и, как я надеюсь, мой постоянный читатель!

С Вами снова Майкл Расмьюссен с очередным очень полезным специальным докладом, на страницах которого я вновь приоткрою Вам собственные проверенные и действенные секреты достижения успеха в онлайн, основанные как на моем личном опыте, так и на опыте моих коллег, и зарекомендовавшие себя только с лучшей стороны достаточно долгой практикой.

О чем у нас пойдет речь на этот раз?

Сегодня я хочу поделиться с Вами десятью очень эффективными приемами работы в партнерских программах, приемами, которые реально работают, и которые – если Вы станете правильно и постоянно их использовать – обеспечат Вам стабильные и растущие заработки честно причитающихся Вам комиссионных.

Вы можете спросить меня – а зачем Вам вообще все это нужно? Резонный вопрос... слушайте сюда.

Посмотрим фактам в глаза – далеко не каждый из тех, кто затевает свой собственный онлайн-бизнес (или собирается им заняться) располагает необходимым временем, силами и навыками на изготовление собственных информационных товаров и построение стройной системы их продаж.

Печально, но факт.

Зато практически каждый может с большим успехом зарабатывать отличные деньги, участвуя в партнерских программах других предпринимателей и продвигая продаваемые ими товары и услуги.

Вопреки распространенному заблуждению, заработок в партнерских программах – это не «волшебный способ по-быстрому срубить кучу бабла», а достаточно серьезный и ответственный бизнес, который нужно уметь правильно организовать и отладить для того,

чтобы он стал обеспечивать требуемую прибыль. Поэтому я настоятельно рекомендую Вам отнестись с предельной серьезностью ко всему тому, что будет изложено на последующих страницах.

В конце концов, это в Ваших же интересах.

Согласны?

Отлично!

Тогда приступаем.

Прямо в яблочко!

В свое время я прочитал достаточно любопытную электронную книгу, представлявшую собой сборник интервью со знаменитыми онлайн-предпринимателями, известными на весь мир. Одним из тех, кто дал интервью для этой книги был Марк Джойнер – известный специалист по онлайн-бизнесу вообще и в частности – по вирусному маркетингу.

Я полагаю, что Вы слышали это имя.

Насколько мне помнится, главная тема всех интервью, опубликованных в данной книге, звучала следующим образом: «Что Вы станете делать и как будете действовать, если Вам придется начинать создание собственного бизнеса с полного нуля и Вам будет нужно выйти на уровень нужной прибыльности в течение ближайших 30 дней?»¹

Так вот, Марк Джойнер сразу сказал, отвечая на этот вопрос, что если бы он был поставлен в подобные условия, то ни за что не стал бы начинать свою работу с создания собственных информационных товаров. Он заявил, что вместо этого занялся бы продвижением товаров и услуг других предпринимателей за комиссионное вознаграждение, участвуя в их партнерских программах, т.к. в описанной ситуации это будет гораздо проще, быстрее и эффективнее.

Это высказывание Марка долгое время не давало мне покоя, и иногда я размышляю над ним и сегодня. И вот что я Вам скажу – несмотря на то, что я весьма и весьма неплохо зарабатываю на продаже своих собственных информационных товаров, достаточно ощутимый поток прибыли я регулярно получаю, занимаясь продвижением товаров других авторов, путем участия в их партнерской программе.

Проще говоря, я веду комбинированный бизнес, сочетая доход от продажи собственных товаров с доходом от продажи партнерских.

С моей точки зрения, данная модель является оптимальной, и я очень рекомендую Вам построить Ваш бизнес именно по образу и подобию данной модели. Хотя в любом

¹ Уже продвигу шквал писем в мой адрес с вопросом о том, была ли эта книга издана на русском языке, и где ее можно взять? Сразу хочу отметить, что книга была издана на английском (ибо с какой стати англоязычным предпринимателям издавать ее на русском? ☺), я этой книги, к сожалению, в глаза не видел, переводом ее не занимался, и где ее взять – не имею ни малейшего понятия. – Прим. перев.

случае продажа товаров и услуг посредством участия в партнерках является отдельным и очень прибыльным занятием (если, конечно, Вы знаете, что и как надо делать и не сидите сложа руки), а для новичка, который только начинает создание собственного бизнеса часто оказывается просто идеальным вариантом.

Итак, рассмотрим 10 самых эффективных и проверенных практикой приемов обеспечения комиссионных в партнерских программах из всех тех, которые имеются в моем предпринимательском арсенале.

Прием № 1 – Запись и публикация презентационных видеороликов

Лично я обожаю этим заниматься – разрабатывать и записывать недолгие видеоролики, являющиеся, по сути, эффективной и наглядной презентацией предлагаемого мной партнерского товара, а затем публиковать данные видеоролики на популярных порталах, таких как YouTube.Com и им подобных.

Разумеется, можно смело утверждать, что это самая что ни на есть настоящая и неприкрытая реклама, но... эти видеоролики работают, и работают просто восхитительно!

Еще одно большое преимущество данных видеороликов, бесспорно, состоит в том, что их можно создавать очень быстро и без особых усилий с Вашей стороны. Кстати говоря, если Вы испытываете какие-либо трудности при работе с видео либо по тем или иным причинам (стеснение, смущение, заикание и пр.) не можете или не хотите вещать вживую с экранов мониторов пользователей – это не есть повод отказываться от использования в своей работе данного приема.

Сейчас объясню почему.

Если Вы понятия никакого не имеете о том, каким образом передать записанный видеоролик с видеокамеры на компьютер – Вам всего-то нужно найти руководство на эту тему в Сети, а таких руководств в онлайн уйма, причем основная их масса совершенно бесплатна. Как только Вам удалось «перетащить» видео в компьютер, дальше все будет еще проще – Вы можете найти наемного специалиста (в онлайн либо в оффлайне), который за вполне приемлемую цену выполнит необходимую работу по подготовке видео к загрузке на популярные видеопорталы.

Если же у Вас возникают какие-либо трудности с тем, чтобы проговорить свою презентацию в объектив видеокамеры – Вы можете найти человека, который сделает это за Вас. Просто передайте ему сценарий, объясните, что и как нужно говорить – и дело в шляпе. ☺

Безусловно, создание и публикация видеороликов такого типа не является таким же источником стабильного и постоянно возрастающего трафика, как, скажем, публикация бесплатного контента или контекстная реклама, но эти видеоматериалы работают и приносят очень хорошие результаты.

И, вне всякого сомнения, данная модель заслуживает того, чтобы Вы уделили ее воплощению в своей работе Ваше драгоценное время и внимание.

Прием № 2 – Запись и публикация презентаций в формате видео с монитора Вашего компьютера (скринкасты)

Коль скоро мы заговорили о видео, нужно отметить, что запись Вашей персоны, убеждающей потенциального покупателя приобрести то, что Вы предлагаете – не единственный формат эффективной видеопрезентации. Существует специальный софт, который позволяет Вам записывать все, что происходит на экране Вашего монитора в формате компьютерного видео.

Почему бы на Вашем экране не происходить презентации (скажем, в формате PowerPoint) с подробным объяснением того, какую клиентскую проблему должен решить предлагаемый Вами партнерский товар и того, каким образом он ее решает?

Причем с Вашими голосовыми комментариями? ☺

Эта методика также работает очень хорошо. Можно, конечно, написать потенциальному клиенту с десяток писем по электронной почте, излагая ему собственные рекомендации и комментарии по данному поводу в виде обычного текста, но, согласитесь: видео с Вашего компьютера, озвученное Вашим живым голосом, произведут на покупателя гораздо большее впечатление, чем старый добрый печатный текст, не правда ли?

О чем же следует говорить в подобной презентации?

Если товар, который Вы рекомендуете, на самом деле хорош и заслуживает того, чтобы покупатель потратил на него свои потом и кровью заработанные деньги, у Вас должно быть много того, о чем Вы бы хотели рассказать ему в своем видеоролике.

В частности, Вы можете рассказать потенциальному клиенту:

- ✓ об основных выгодах, обеспечиваемых данным товаром;
- ✓ о том, чем этот товар лучше всех остальных, продаваемых на том же самом целевом рынке;
- ✓ о Вашем опыте использования данного товара и полученных результатах;
- ✓ о том, чем лично Вам понравился данный товар;
- ✓ и так далее...

Думаю, основную идею Вы уловили.

Каким образом записываются подобные видеоматериалы?

Для того, чтобы выполнить такую запись, Вам понадобятся, по большому счету, две вещи: программа Camtasia Studio и микрофон. Микрофон можно купить в местном компьютерном магазине, а если Вы никогда ничего не слышали о Camtasia, тогда Вам сюда² –

<http://techsmith.com/camtasia.asp>

Прием № 3 – Создание автоматической серии писем с помощью почтовых автоответчиков (автореспондеров)

Наверняка Вам известен очень распространенный прием продвижения товаров и услуг на информационном рынке – создание специализированной серии писем, несущей подписчикам потенциальный контент и вместе с тем постоянно демонстрирующей ему рекламу того или иного коммерческого предложения.

Да Вы и сами наверняка были или в данный момент являетесь подписчиками подобных серий, верно?

Как правило, такие серии выполняются в виде курса обучения по тому или иному вопросу. Каждое письмо серии представляет собой отдельный урок, в текст которого искусно вкраплена реклама коммерческого предложения, напрямую относящегося к тематике рассматриваемого вопроса.

Так вот, подобные автоматические серии писем очень хорошо работают не только для продвижения и обеспечения продаж собственных информационных товаров и услуг. Раскрою Вам очень важный секрет: они замечательно работают и для продвижения товаров и услуг тех предпринимателей, в партнерских программах которых Вы участвуете за комиссионное вознаграждение!

Схема создания и работы подобных автоматических серий писем предельно проста.

Вы пишете (или заказываете у фрилансера – это в данном случае абсолютно не важно) какой-либо курс обучения по одному из вопросов той темы, которому посвящен продвигаемый информационный товар. Затем Вы оформляете каждый урок в виде самостоятельного письма, добавляете к письму свой файл подписи с рекламой продвигаемого Вами товара и заряжаете всю полученную прелесть в почтовый автоответчик (автореспондер), настроив последовательность и периодичность отправки писем потенциальному клиенту.

Далее Вы помещаете на своем сайте форму подписки на данный бесплатный курс обучения и обеспечиваете страницу подписки целевым трафиком. Потенциальные клиенты, заинтересованные в получении Вашего бесплатного курса, оформляют на него

² Сразу хочу предупредить – на этом сайте все на английском языке (также, как и сама программа). Тем не менее, знайте, что этот факт не мешает всему Рунету активно пользоваться данной программой и соответственно не является препятствием для ее использования и Вами, если, конечно, Вы хотите добиться нужного результата и готовы ради него потрудиться. – Прим перев.

подписку, начинают получать и изучать уроки, наблюдая в каждом уроке и рекламу товара или услуги, которую Вы продвигаете.

Для того, чтобы эта схема эффективно работала на Ваш и Ваш бизнес, необходимо соблюсти два очень важных условия.

Во-первых, Ваш курс обучения должен представлять собой хорошую порцию бесплатного и реально полезного подписчикам контента. Если нужной подписчику бесплатной информации в Вашем курсе не окажется – соответственно, он тут же отпишется, не станет читать Ваших уроков, а значит, не увидит и демонстрируемой там рекламы, то есть ничего не купит, оставив Вас без продаж и без комиссионных.

Наличие в таких письмах качественного контента – определяющее условие, нарушение которого сотрет в порошок все Ваши усилия в данном направлении.

Во-вторых, количество писем в такой серии не должно быть меньше 12 – по статистике для успешного обеспечения продажи потенциальному клиенту необходимо преподнести одно и то же коммерческое предложение 7 – 12 раз.

В идеале количество писем должно быть несколько больше указанной цифры – тогда Ваши шансы на успешное обеспечения партнерских продаж существенно возрастут. Лично я предпочитаю использовать последовательности писем, состоящие из 15 – 17 штук.

Прием № 4 – Написание и раздача бесплатных специальных докладов с полезной информацией

Применение данного приема мы наблюдаем в онлайн практически на ежедневной основе. Да Вы наверняка и сами неоднократно получали приглашение скачать и прочитать какой-либо бесплатный доклад, и с большим удовольствием этим предложением пользовались, не так ли?

Один из самых ярких примеров, которые мне сейчас приходят на ум, это специальные доклады «Смерть Internet-маркетинга» Майкла Файлсейма и «Смерть продающих текстов» Михеля Фортина. Ах, да... «Перерождение Internet-маркетинга» от Джона Риза случайно не забыли?

Кстати, если Вы не читали этих прекрасных книг – возьмите их вот с этой страницы (они абсолютно бесплатны) –

<http://www.berestneff-blog.ru/archives/2008/12/25/174.html>

Эти великолепные специальные доклады, едва появившись на страницах Всемирной Паутины, практически мгновенно облетели всю Сеть, неся на своих страницах помимо всего прочего и рекламу ресурсов их авторов.

Ответьте мне, пожалуйста, на такой вопрос: чем вызвана буквально световая скорость их распространения по Internet? Ответ очевиден: так произошло потому, что каждый из этих докладов содержит огромное количество ценной для читателей информации, да к тому же каждый из этих докладов – совершенно бесплатен.

Это важное условие – наличие в бесплатной электронной книге или специальном докладе полезной для читателя информации (причем крайне желательно – в большом количестве) сегодня сплошь и рядом нарушается. Предприниматели «штампуют» и пытаются распространять бесплатные электронные книги и доклады, удивляясь, почему они очень медленно распространяются (или не распространяются вообще) и почему они не приносят абсолютно никаких результатов.

А причина на самом деле совершенно банальна: в этих документах, как правило, нет ровным счетом ничего полезного для читателя, так как они представляют собой, по большому счету, сляпанные на скорую руку классические образцы информационного мусора.

Когда же на свет появляется по-настоящему полезная и ценная бесплатная электронная книга или специальный доклад, пользователи Всемирной Паутины, заинтересованные в изложенной там информации, уделяют этим документам самое что ни на есть пристальное внимание. В результате авторы и распространители данных документов зарабатывают отличные деньги, несмотря на то, что сам доклад или книга являются бесплатными.

Поэтому я советую Вам написать специальный доклад объемом в 20 – 30 страниц, наполненный отличной, интересной и полезной Вашим читателям информацией, набитый ей, что называется, под завязку, и начать распространять его на бесплатной основе.

Первое, чего Вы добьетесь с помощью этих действий – это резкий приток целевых подписчиков в Ваши рассылки... точно так же, как это было у авторов упомянутых выше специальных докладов. К тому же в таких документах обычно создаются специальные страницы с рекламой каких-либо коммерческих предложений. Вы вполне можете порекомендовать на данных страницах товары и услуги, которые продаете за комиссионные, снабдив описания Вашими партнерскими ссылками и обеспечив таким образом достаточно ощутимый всплеск продаж и поступление комиссионных на счета Ваших партнерских аккаунтов.

Прием № 5 – Истории успеха с наглядными доказательственными материалами

Ничто не сравнится по силе и эффективности при работе в партнерских программах, как наглядные и достоверные доказательства того факта, что продвигаемый Вами товар обеспечивает покупателю достижение той цели, ради которой приобретается.

Совершенно элементарный пример: если Вы продвигаете за комиссионные обучающий курс на тему о том, как делать деньги в программе GoogleAdSense, пройдите сами данный курс обучения, выполните то, что в нем говорится, на практике и покажите своим подписчикам и посетителям результаты, которых Вы добились, снабдив эти

доказательства Вашими партнерскими ссылками и приглашениями приобрести данный курс и повторить Ваши достижения.

Будет еще лучше, если до приобретения данного курса Вы пытались зарабатывать в этой программе, но у Вас ничего не получалось или получалось очень слабо, а теперь, когда Вы изучили эту информацию и применили ее на практике – Ваши достижения взлетели на новые высоты.

Обязательно отразите этот факт в своей рекомендации с приведенными доказательствами.

Одним словом, главное, что нужно сделать в подобных материалах – это доказать, что предлагаемый Вами товар реально приносит нужные результаты. А каким образом лучше всего это доказать? Ответ очевиден: показать, причем лучше всего – на собственном опыте!

Как говорится, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.

Сеть кишмя-кишит продавцами информационных товаров, чьи произведения не способны принести покупателю тот результат, о котором громогласно объявляют продавцы в своих продающих текстах и который они обещают клиентам. Люди это прекрасно знают и посему относятся к большинству коммерческих предложений информационных товаров весьма и весьма скептически.

И их, согласитесь, вполне можно понять. Поэтому для того, чтобы развеять их сомнения и убедить в правоте и справедливости Ваших утверждений, нужно использовать фактические и наглядные доказательства.

Помимо всего прочего, предъявление публике подобных доказательств резко выделит Вас из толпы тех, кто только обещает, но ничем не подтверждает своих обещаний. Посему используйте данный прием в своей работе как можно шире – и у Вас будут покупать!

Прием № 6 – Ведение собственного блога

Знаю-знаю...

Перспектива заниматься продвижением партнерских товаров и услуг на собственном блоге не выглядит заманчивой и обнадеживающей. Но знаете, что? Если у Вас есть блог, который реально читают Ваши подписчики и потенциальные клиенты, Вы можете извлечь из его ведения весьма и весьма немалую пользу.

И с точки зрения заработка комиссионных – в том числе.

Ключ к успеху в данном направлении работы аналогичен любым прочим приемам, применяемым в информационном бизнесе. Если Вы желаете, чтобы Ваш блог читали, чтобы верили всему тому, что Вы говорите и соответственно – прислушивались к Вашим рекомендациям и щелкали по Вашим партнерским ссылкам – на Вашем блоге должна

публиковаться такая информация, которая заслуживает внимания и времени Вашей целевой аудитории на ее изучение.

Отличным примером могут послужить блоги таких известных предпринимателей, как Джон Карлтон и Рич Шефрен – их онлайн-дневники просто переполнены классным контентом, который потрясающе информативен и уникален. Нигде больше этой информации в Сети не найти.

Соответственно, читатели этих двух блогов души не чают в их авторах и с превеликим удовольствием прислушиваются к их советам и рекомендациям, в том числе и к рекомендациям товаров и услуг, которые они продают через партнерки.

Кстати, на тот случай если Вам интересно... Ваш покорный слуга, Майкл Расмьюссен, чей доклад Вы сейчас читаете, также является страстным поклонником только что упомянутых блогов³.

И когда я вижу, как кто-то из авторов подобных блогов рекомендует мне ознакомиться с каким-либо коммерческим предложением, я очень серьезно воспринимаю такие рекомендации и незамедлительно перехожу по предложенной мне ссылке. Почему?

Просто потому, что я доверяю мнению этих людей.

Точно так же должны поступать в своей работе и Вы – публиковать на своем блоге заслуживающий внимания контент. И тогда целевая аудитория будет Вам доверять, в частности – доверять Вашим рекомендациям товаров и услуг других предпринимателей, в партнерских программах которых Вы участвуете.

Прием № 7 – Статейный маркетинг

Это еще один очень эффективный и продуктивный прием продвижения партнерских товаров и услуг, тесно взаимосвязанный с только что рассмотренной работой на собственном блоге. Между этими приемами на самом деле очень много общего.

Работает же статейный маркетинг следующим образом.

После того, как Вы написали хорошую, качественную, полезную и содержательную статью собственного сочинения, первое, что с ней следует сделать – опубликовать ее на собственном блоге (или на собственном сайте, если Ваш личный сайт – это не блог). Но этим работа не исчерпывается, и Вы можете получить массу дополнительной отдачи от собственной статьи, если правильно ей распорядитесь.

Например, Вы можете отыскать тематические рассылки, авторы которых работают с такой же целевой аудиторией, как и Ваша, и предложить им опубликовать данную статью в очередном выпуске своей рассылки. Если Ваша статья на самом деле полезная и информативная – ее обязательно опубликуют, ибо свежий контент нужен любому издателю.

³ По моему глубочайшему убеждению, неплохим примером блога с хорошим контентом является и мой онлайн-дневник «Лаборатория онлайн-бизнеса» - <http://www.berestneff-blog.ru> – прим. перев.

Плюс к этому, Вы можете предложить авторам других блогов перепечатать Вашу публикацию или дать ссылку на нее, разместить свою статью на сайтах популярных статейных архивов...

Лично для меня статейный маркетинг – любимое направление работы в собственном бизнесе, причем во всех направлениях: как для продвижения моих собственных товаров, так и для продвижения товаров и услуг других предпринимателей через их партнерки. Написав собственную статью, я получаю в свои руки поистине неограниченные возможности по раскрутке и продвижению собственного бизнеса.

Не верите?

Судите сами:

- ✓ написанную статью можно опубликовать на собственном блоге;
- ✓ ее можно разослать подписчикам своей рассылки;
- ✓ ссылку на нее можно включить в файл подписи в своем почтовом клиенте, а также на тематических форумах;
- ✓ ее можно опубликовать на статейных архивах;
- ✓ разрешив перепечатку данной статьи при условии сохранения ссылки на источник, можно добиться, чтобы она одновременно появилась на большом количестве сайтов, посещаемых нашей целевой аудиторией;
- ✓ статью можно предложить для публикации авторам и ведущим других рассылок по смежной с нашим проектом тематике;
- ✓ и так далее – список можно продолжать, наверное, до бесконечности.

А если писать собственные статьи на регулярной и постоянной основе – все эти возможности приносят отдачу, нарастающую буквально в геометрической прогрессии!

Поэтому если Вы до настоящего времени не пробовали применять в своей работе статейный маркетинг – я настоятельно рекомендую Вам этим заняться!

Прием № 8 – Использование контекстной рекламы

На самом деле контекстная реклама является не только одним из самых мощных инструментов заработка в партнерских программах, но также и одним из самых популярных. И если Вы научитесь правильно и грамотно работать с контекстной рекламой – я могу Вам на сто процентов гарантировать, что Вы станете зарабатывать на продаже товаров и услуг других предпринимателей за комиссионные намного больше, чем зарабатывает основное большинство информационных бизнесменов, создающих и продающих собственные информационные товары!

Как следует над этим подумайте!

А ведь последние удерживают у себя 100 % прибыли...

Ключ к успеху в данном направлении работы состоит в том, чтобы правильно подобрать ключевые слова для Ваших рекламных объявлений на контекстных площадках, а также правильно составить сами рекламные объявления. Что касается ключевых слов, то общая рекомендация звучит здесь следующим образом: нужно отыскать узконаправленные ключевые фразы, которые используются не очень большим числом пользователей поисковых систем, но зато их вводят пользователи, ищущие именно то, что Вы предлагаете.

И именно по таким ключевым словам и фразам следует размещать свои объявления, и чем больше таких ключевых слов и фраз Вы найдете и станете использовать, тем лучше будут Ваши результаты.

Еще один хороший вопрос в данной связи – куда лучше всего направлять целевых посетителей с этих рекламных объявлений? Абсолютное большинство предпринимателей, использующих данную схему работы, направляют их сразу по своим партнерским ссылкам на сайт продавца... у меня же собственное мнение на этот счет.

По моему глубочайшему убеждению, этих посетителей нужно направлять не напрямую на сайт продавца, а на страницу, специально созданную на Вашем сайте, где будет размещена форма подписки на какую-либо из Ваших серий писем, в первом письме данной серии и будет содержаться, помимо всего прочего, Ваша партнерская ссылка. Ибо при таком подходе к работе Вы сможете одновременно и обеспечивать продажи товаров и услуг, которые продвигаете, и получать в свои руки имена и адреса электронной почты потенциальных клиентов для их дальнейшего информационного сопровождения.

Прием № 9 – Создание и распространение бесплатных электронных книг

Данный прием очень похож на прием № 4, в котором мы говорили о создании и раздаче бесплатных специальных докладов, с той только разницей, что здесь я веду речь о более широком применении имеющегося в Вашем распоряжении контента путем «упаковки» его в формат электронной книги.

И если специальный доклад – это документ, подробно и пошагово раскрывающий какую-нибудь узкую тему, то электронную книгу вообще Вы можете создать большим количеством самых разнообразных иных способов.

Понимаете, о чем я?

Специальный доклад – это, как правило, электронная книга в любом случае. Но не любая электронная книга является специальным докладом.

В частности, Вы можете взять несколько своих статей по той или иной определенной теме, расположить их в логическом порядке, добавить введение и заключение – и Ваша электронная книга готова. Также Вы можете создать электронную

книгу, упорядочив имеющиеся в Вашем распоряжении ссылки на полезные ресурсы и снабдить каждую ссылку подробным описанием...

Словом, создать собственную бесплатную электронную книгу можно большим количеством самых разнообразных способов.

«Хорошо, - скажете Вы, - А причем здесь заработок в партнерских программах?»

Все предельно просто.

Идея та же самая, что и у способа № 4 – помимо всего прочего, Вы помещаете в собственную электронную книгу анонс того коммерческого предложения, которое продвигаете за комиссионное вознаграждение. При этом Ваша рекомендация должна быть самым тесным образом связана тематически с содержанием Вашей электронной книги и снабжена, разумеется, Вашей партнерской ссылкой.

Ключ к успеху здесь, опять же, состоит в том, чтобы предоставлять в своей электронной книге ценную и полезную для читателей информацию. Только в этом случае Ваши электронные книги будут читать, а читатели станут прислушиваться к Вашим рекомендациям и покупать то, что Вы предлагаете по своим партнерским ссылкам.

Прием № 10 – Предоставление собственного подарка за покупку по Вашей ссылке

Применение данного приема мы также наблюдаем сплошь и рядом – по всей Всемирной Паутине. Стоит начаться какому-нибудь значимому релизу нового информационного товара, как партнеры продавца начинают наперебой предлагать своим подписчикам купить этот товар именно по их ссылке и получить за это какой-либо ценный подарок.

Как правило, применение данного приема происходит, когда продавец предлагает аудитории какой-либо дорогой товар, соответственно за каждую совершенную им продажу партнер получает весьма внушительную сумму комиссионных. Посему партнеры и практикуют в этом случае предоставление различного рода дорогих подарков – чтобы «откусить» как можно большую часть от лакомого пирога приличных сумм комиссионного вознаграждения.

Но, с моей точки зрения, совершенно не обязательно ограничивать применение этого приема лишь дорогими коммерческими предложениями с высокими суммами комиссионного вознаграждения. Вы можете применять данную тактику к абсолютно любому коммерческому предложению, которое продвигаете, невзирая на цену товара и размер Вашего вознаграждения.

Главное здесь – правильно подобрать подарок (а лучше создать его самому с нуля), и Вы никогда не останетесь в убытке.

Приведу весьма распространенный пример. Допустим, Вы занимаетесь продвижением некоего курса о том, как правильно создавать видеоролики и эффективно

их использовать на популярных видеопорталах типа YouTube с целью обеспечения продаж своих информационных товаров.

В этом случае можно сделать примерно следующее.

Вы находите 10 предпринимателей, которые эффективно используют данный прием и зарабатывают на этом отличные деньги. Затем Вы берете у каждого из них интервью и пишете на основе полученных материалов специальный доклад по теме создания и применения таких видеороликов, а затем предлагаете этот доклад в качестве подарка каждому, кто сделает покупку продвигаемого Вами курса по Вашей партнерской ссылке.

Согласитесь, что подобный подарок будет очень полезен и ценен для каждого, кто желает приобрести этот курс. Ибо он содержит анализ конкретных примеров использования описанной в курсе методики, а подобный материал – всегда бесценное дополнение к любому обучающему информационному товару!

Кстати говоря, данный прием обладает еще одним очень важным и эффективным преимуществом – он позволяет Вам добавлять элемент срочности к тем коммерческим предложениям (из продвигаемых Вами), в котором на срочность нет никакого намека.

Да, Ваш подписчик может купить товар по Вашей партнерской ссылке в любое удобное ему время.

Но... если он хочет получить Ваш специальный бонус – он должен сделать покупку, скажем, в течение ближайшей недели!

Идею уловили?

Все гениальное на самом деле очень просто.

Вместо заключения

Я очень надеюсь на то, что, прочитав данный специальный доклад, Вы лишний раз убедились в том, что работа в партнерских программах – это на самом деле очень серьезный бизнес. И он может (и должен!) быть весьма и весьма прибыльным, если Вы знаете, какие тактики и методики применять в своей работе и станете делать конкретные практические шаги навстречу своему успеху.

То есть, навстречу заработку внушительных сумм комиссионного вознаграждения.
☺

Сколько всего существует приемов, способов и методик эффективного продвижения и обеспечения продаж партнерских товаров и услуг?

Если честно – я не могу ответить на данный вопрос. Да и вряд ли кто-то из других предпринимателей и специалистов сможет это сделать. Их существуют сотни, если не тысячи, но Вам для достижения первых успехов и их закрепления такого обилия вовсе и не нужно.

В своем специальном докладе я снабдил Вас 10 самыми эффективными из тех приемов работы, которые лично я применяю по сей день. Начните их применять, не ленитесь – и очень скоро Вы заработаете свои первые комиссионные, которые сподвигнут Вас на дальнейшую деятельность, а там Вас будет уже не остановить!

Если информация из данного специального доклада окажется Вам полезной – я буду заслуженно считать свою задачу выполненной.

Итак – за работу!

А я пока с Вами прощаюсь.

До новых встреч на страницах других моих специальных докладов, где я снова стану делиться с Вами своими секретами, нюансами и тонкостями ведения эффективного онлайн-информационного бизнеса!

Свидимся... нет, скорее «считаемся» на новых страницах!

Искренне Ваш друг,

Michael Rasmussen

Майкл Расмьюссен.

<http://www.MichaelRasmussen.com>

Прочитали? Поделитесь с другими!



Наверняка у Вас есть друзья, знакомые, подписчики, покупатели и т.д. – словом, люди, которым эта книга смогла бы здорово помочь!

Окажите им услугу – поделитесь с ними данной электронной книгой – скиньте им ее на e-mail, выложите для загрузки на своем сайте и пр. –

они будут Вам очень благодарны!