

**МАССОВЫЕ ПРОДАЖИ
ФИЗИЧЕСКИХ ТОВАРОВ
ЧЕРЕЗ
ОДНОСТРАНИЧНЫЕ САЙТЫ**

**МАССОВЫЕ ПРОДАЖИ ФИЗИЧЕСКИХ ТОВАРОВ
ЧЕРЕЗ ОДНОСТРАНИЧНЫЕ САЙТЫ ЛАЙТ-ВЕРСИЯ**



Автор: Никита Фофанов

Автор: Никита Фофанов

Массовые продажи физических товаров через одностраничные сайты

Здравствуйтесь, дорогой друг! Я вас поздравляю с началом чтения книги «Массовые продажи физических товаров через одностраничные сайты»! Для начала я представляюсь.



Меня зовут Никита Фофанов, я эксперт по продажам физических товаров через простые одностраничные сайты. Также я являюсь бизнес-тренером и автором уникальной методики продажи физических товаров в Рунете. Именно этой методикой я с вами и поделюсь.

Методика новая, на рынке Рунета она появилась не так давно. По сути, я первооткрыватель. Впервые я запустил эту методику в Рунете в феврале 2011 года, и она успешно проявила себя. На продажах с одностраничных сайтов я заработал достаточно большую сумму денег.

Все, о чем я пишу в этой книге, произошло не по мановению волшебной палочки. Работать я начал рано, еще в студенческие годы. Конечно, мне, как начинающему специалисту, никто не обещал золотые горы. Я, как и всякий подрабатывающий студент, зарабатывал мало. Заплатить за девушку в кафе хватало, но на что-то большее приходилось долго копить.

Я работал системным администратором – это позволило получить хороший профессиональный опыт. Когда денег стало не хватать, я устроился на вторую работу. Можно было, конечно, попросить денег у родителей. Почему нет? Я же еще учился! Но я старался не делать этого, потому что знал: добиться успеха с такой установкой нельзя. Деньги приходят только к тем, кто готов много и упорно трудиться.

Итак, я работал на двух работах, делал на заказ сайты и успевал учиться. Конечно, это отнимало много времени и сил, но все равно я постоянно искал новые возможности заработать. У меня небогатые родители, они не могли обеспечить мою финансовую независимость и карьеру. Тогда я начал делать первые шаги в бизнесе, точнее – в инфобизнесе, пробуя зарабатывать с помощью партнерских программ. Результат был не всегда положительный ☹

Как-то раз, будучи студентом пятого курса, я заглянул в гости к старому другу. Он рассказал, что купил в Китае партию дешевой техники, которую теперь собирается реализовать в России. В этот момент я подумал: «А почему бы и мне не попробовать заработать денег таким же способом? Достаточно покупать дешевые китайские товары у компаний-производителей и перепродавать их в России».

Но легко сказать – трудно сделать. Для старта бизнес-проекта не хватало денег. В один прекрасный момент в голову пришла еще одна гениальная мысль. Не нужно продавать одновременно 20-30 наименований товара. Достаточно одного! Я создал простой одностраничный сайт для продажи часов Iron Samurai. Запустил рекламу – и часы начали заказывать! Товар неожиданно стал очень популярным, эффектные недорогие часы понравились покупателям.

Позже я расширил ассортимент, создал еще несколько одностраничных сайтов, нанял людей. Прошло всего лишь полгода, и вложенные в бизнес 50 тысяч рублей обернулись более чем двухмиллионным капиталом. Я убедился: моя схема не просто работает – она работает очень хорошо! Тогда, вспомнив о своем опыте в инфобизнесе, я подумал: «А почему бы мне самому не начать обучать других людей?» Решение было принято, я начал обучение.

Мои ученики стали делать деньги на часах, на гаджетах и игрушках из Китая. И все больше людей хотели научиться этому простому и прибыльному бизнесу.

Естественно, взявшись за дело в первый раз, я просто не мог его бросить. Потому что уверен: никто не знает этот бизнес так хорошо, как я.

На сегодняшний день в моих тренингах приняло участие более 5000 человек, из них более 3000 запустили продажи с одностраничных сайтов по моей технологии. Свыше 400 человек вышли на доход от 100 000 рублей, семеро стали миллионерами.

Сегодня мой бизнес состоит из двух направлений: продажа физических товаров и обучение большой армии моих учеников зарабатывать в Интернете.

Введение

Когда я начинал бизнес на одностраничных сайтах, я продавал совсем немного товаров. На самом деле, товаров вполне может быть мало: например, три или пять. Этого уже будет достаточно.

Сразу поделюсь с вами одним очень важным моментом, который вы должны запомнить: **вам нужно расширять бизнес не в глубину, а в ширину**. Что это значит? Допустим, вы протестировали какой-то товар и решили заказать его в Китае или в России (естественно, поставщиков я вам дам). Не гонитесь за количеством – не заказывайте сразу очень много товара!

Начать лучше с 50, 100 единиц и развивать это все в прогрессии. То есть, если в первый раз вы заказали 100 единиц, потом заказывайте 200, 400 и так далее. Старайтесь находить как можно больше разнообразных товаров и потихоньку наращивать свой оборот. Если вы начнете, например, с двух разных товаров и закажете по 50 штук того и другого, то суммарно получите около 100 штук. Не спеша, планомерно вы будете расширять ассортимент, прибавлять единицы нового товара и наращивать оборот.

Теперь перейдем к бизнес-процессу и выясним, как все это работает. Схема очень простая: она состоит всего лишь из шести шагов, которые сможет повторить каждый.

Первое — это мозговой штурм или поиск товара. На этой ступени вы определитесь с идеей товара, который будете продавать. Как это сделать, я расскажу чуть позже.

Второй шаг: для каждого товара, который вы выбрали, нужно создать простой одностраничный сайт. Сразу скажу, что для этого не нужно быть веб-программистом или дизайнером. Одностраничные сайты создаются по шаблону в текстовом редакторе. Его может сделать как школьник, так и пенсионер. Такой сайт очень простой, и редактировать его тоже совсем просто.

На третьем шаге вы запускаете тестовую рекламную кампанию. Вы выберете несколько товаров, запустите для них рекламные кампании и протестируете, как эти товары продаются.

Допустим, вы вложили в рекламу одного товара 1 000 рублей и получили от 5 до 10 заказов (может быть, конечно, и больше). Ваш вывод: товар продается хорошо. Если же вы не получили заказы либо они очень дорогие, смело откидывайте этот товар и переходите к другому. Это этап тестирования, его пройти необходимо. В книге я дам вам несколько идей товаров, которые хорошо продаются. Их можно запустить в продажу и получить прибыль.

Важный момент в этом бизнесе – то, что вам изначально не нужно иметь товар. На первом этапе вы делаете тестовую закупку. Если товар продается хорошо, вы закажете его в Китае или в России (и тех, и других поставщиков я вам предоставлю). Когда товар придет к вам, вы заново запустите рекламную кампанию, наберете заказы и обработаете их.

Часто ко мне обращаются с таким вопросом: что делать с теми заказами, которые поступили на этапе тестирования? Например, у вас заказали 10 единиц товара, которого пока нет в наличии. Здесь можно пойти двумя путями.

Первый вариант — попробовать найти этот товар, который стоит подешевле, в России (может быть, даже в вашем городе) и перепродать его.

Но есть и второй вариант. Свой бизнес я начинал с продажи часов. Так получилось, что часов у меня в наличии не было, но я все-таки набрал около ста заказов. После этого я заказал часы в Китае, они пришли через три недели. Я лично обзвонил всех заказчиков, извинился перед ними и объяснил: «Из-за того, что поставщики задержали товар, у меня его не было в наличии». Только один заказчик возразил: «Мне ваш товар уже не нужен». Остальные отнеслись к ситуации с пониманием. Когда я отправил часы заказчикам, получил лишь десять процентов возврата – из ста штук всего десять вернулось обратно. Это хороший результат.

Но так поступать я все-таки не рекомендую. Лучше сначала протестировать, подождать какое-то время, пока товар придет от поставщика, а потом запустить снова рекламную кампанию.

Четвертый шаг: после того как вы нашли товар, который продается, мы покупаем его у поставщика. Этот шаг я подробно опишу в главе «Поставщики».

Следующий шаг – обработка и отправка заказов. Его я подробно опишу в главе «Упаковка и отправка», потому что у многих возникают вопросы: «Что такое наложенный платеж? Как происходит оплата? Как упаковывать товар? Какие коробки использовать?» и т.д.

И самый долгожданный шаг – это получение денег. На этапе, когда ваши посылки будут выкуплены клиентами, вы получите деньги. Здесь можно выступить в качестве физического или юридического

лица. Если вы не являетесь индивидуальным предпринимателем или у вас нет ООО, можете не переживать по этому поводу: первое время можно получать деньги как физическое лицо.

Обратите внимание: **чтобы вести этот бизнес, не нужно много времени.** Если вы будете уделять ему часа два в день, этого будет достаточно. Конечно, первый этап – более сложный. Вам нужно найти товар, сделать сайты-одностраничники. Но если на первом этапе это занимает довольно много времени, то потом – все меньше и меньше. А в будущем работу по созданию сайтов-одностраничников, закупку товара и отправку его клиентам можно легко переложить на чужие плечи.

Если вы проживаете не в России, а, например, в СНГ, Европе или Америке, вам сразу будет проще поставить все на аутсорсинг. Это недорого. Вы сможете изначально заказывать товар из того же Китая и отправлять в Россию, и тут же отдать эту работу на аутсорсинг. Аутсорсинг – это когда вы делегируете какой-то компании задачу по отправке товара.

В принципе, можно попробовать запустить продажи в других странах, кроме России. Но если не получится, работайте по России, благо интернет позволяет. Просто используйте аутсорсинг.

По бизнес-процессам, я думаю, все понятно. Давайте двигаться дальше.

Поиск идеи товара

Первое, что вы должны предпринять для поиска идеи товара, – провести небольшой **мозговой штурм**. Для начала сделайте самое простое – посетите всевозможные скидочные сервисы. В Рунете их достаточно много, их легко найти через поисковую сеть yandex.ru или google.com.

Для начала обратите внимание на **товары, которые продавались раньше**. На всех скидочных сайтах есть раздел «прошедшие акции». Отметьте для себя те товары, которые успешно продавались месяцем или двумя ранее. Смотрите также на сезонность. Например, если продажи каких-то товаров хорошо шли прошлой осенью или летом, воспользуйтесь идеей и попробуйте продать эти товары со своих одностраничных сайтов.

Следующее — это **поиск идей в разделе «Хиты продаж» интернет-магазинов**. Конечно, интернет-магазинов различной тематики очень много. Я рекомендую вам посетить несколько магазинов, ссылки на которые есть в конце главы. Загляните в них и внимательно посмотрите, какие товары продаются там хорошо. Обязательно зайдите в раздел «Хиты продаж». Смотрите и кропотливо выписывайте. Возможно, что потом эти товары будут хорошо продаваться у вас.

Не проходите мимо **интернет-магазинов подарков**. Вы и сами наверняка пытались найти с помощью Яндекса оригинальный подарок для кого-то из близких. Особенно интересны молодежные подарки. В специализированных интернет-магазинах вы сможете найти много замечательных идей.

Далее – это **магазины оригинальных подарков**, они есть почти в каждом городе. Это очень удобно: вы сможете не только увидеть вещь на экране компьютера, но и потрогать, рассмотреть ее со всех сторон. Наберите в строке поисковика «Магазин оригинальных подарков в городе» и найдите адрес. Придите и внимательно осмотрите всю витрину.

А с мозговым штурмом, я думаю, и так все понятно. У вас наверняка сейчас, на данном этапе, возникло множество вопросов, касающихся того, что именно продавать. Примеры я, как и обещал, приведу в книге. Сейчас просто поймите, где можно найти идеи.

Какие товары хорошо продаются? Во-первых, **оригинальные**. Что это означает? Какое-то время я продавал оригинальные часы Iron Samurai. Это был необычный, нестандартный товар, и он очень успешно продавался. У меня был рекорд – однажды за один час я получил на эти часы сразу 30 заказов! Как я их рекламировал, расскажу в следующих главах.

Вот еще одна идея – перчатки для сенсорных телефонов. Зимой эта вещь, можно сказать, необходимая. Управлять сенсорным телефоном в перчатках очень удобно. Это товар массовый, он рассчитан как на мужчин, так и на женщин. Возрастная категория – широкая. Учитывая все эти признаки, можно сделать вывод: продажи этого товара пойдут успешно. И таких вариантов очень, очень много.

Хорошо продаются товары, которые **решают проблемы людей**. А проблем, как вы сами понимаете, много. Предположим, кто-то много лет не может бросить курить. Значит, хорошо бы найти прибор,

который помогает избавить человека от курения. Курильщик купит его с удовольствием, так как прибор решит трудную проблему.

Один из критериев выбора товара для продажи – это **сезонность**. Что это значит? То есть зимой будут хорошо продаваться различные прикольные штуки, полезные в холодную погоду: например, меховые наушники со встроенным mp3 плеером. Летом появится большой спрос на футболки. У меня был такой опыт: я продавал светящиеся футболки, которые работают как эквалайзер. Если рядом раздавалась музыка (например, я был в клубе или включал радио в машине), срабатывал эквалайзер и на футболке возникал необычный эффект свечения.

Особенно удачное время начинается накануне праздников. Самые интересные подарки можно продавать перед Новым годом. Главное – в рекламе надо «давить» на то, что это не просто оригинальная вещь, а замечательный новогодний подарок, который принесет близкому человеку положительные эмоции: трогательный подарок любимой, прикольный подарок другу. А когда праздник пройдет, придется пофантазировать и предложить заказчикам меховые наушники или другие полезные вещи для зимы.

Идею также можно искать, **ориентируясь на поставщика**. Мы будем заказывать с таких китайских сайтов как taobao.com, alibaba.com. Для того чтобы вы уже сейчас могли что-то найти, я вам подскажу: в России работает посредник известного китайского сайта taobao.com, это rutaobao.com. Вы можете перейти на rutaobao.com (сайт на русском языке) и там по категориям посмотреть те товары, которые вас интересуют.

Также обратите внимание на разнообразные гаджеты – их полно в Китае. Китай в этом плане очень технологичная страна, там производится очень много оригинальных товаров. Но не забывайте и про российских поставщиков! Например, посмотрите сайты propt.ru или z29.ru. Там куча идей!

Важно! Не завышайте цену. Товар надо продавать не дороже 2500 рублей. Именно эта цена – до 2500 рублей хорошо работает на сайте-одностраничнике. Конечно, бывают и исключения. Например, на массажер для похудения можно установить цену и 5500 рублей (этот товар решает проблему у людей). Но есть опасность, что вы будете вкладывать больше денег в рекламу и отправку этого товара клиенту.

Запомните: **сначала тестируем, потом покупаем**. Вы не должны сразу иметь товар в наличии. Да, я это уже говорил, но еще раз повторю, так как это крайне важно. В бизнесе вообще необходимо сначала найти клиента. Не пытайтесь разогнаться, не нужно сразу же открывать офис, регистрировать ИП. В этом деле нельзя торопиться. Лучше начинать постепенно.

У товара есть так называемый **«период продаваемости»**. Если вы закажете сезонный товар в январе, а пока он до вас дойдет, уже наступит весна, перчатки для сенсора или меховые наушники уже никому не будут нужны. Поэтому важно всё продумывать заранее.

Итак, приведу примеры товаров, которые продавал я сам:



Часы Iron Samurai



Хомяк повторяшка



Нож-визитка Card Sharp

Следующий момент – **правильное позиционирование товара**.
Например, эти часы на картинке ниже



Часы шаргалка

изначально я позиционировал как MP3-плеер. «Хочешь часы с MP3-плеером?» Но так этот товар не продавался, поэтому я попытался его позиционировать (то есть представить) немного по-другому.

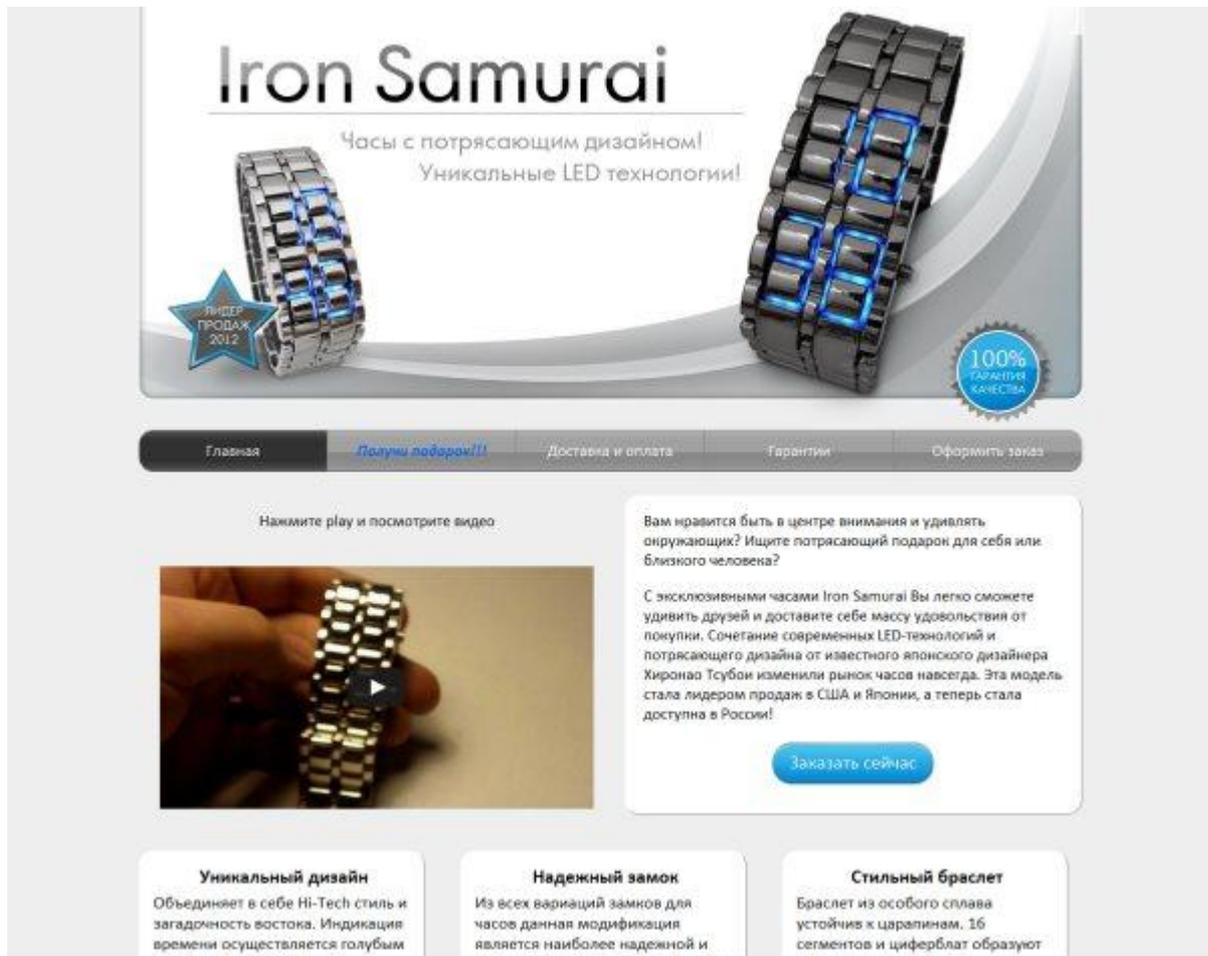
Я стал подчеркивать в рекламе, что у этих часов есть встроенная электронная читалка, то есть туда можно загружать txt файлы и пролистывать их. Я начал позиционировать этот товар как часы-шпаргалку для студентов или школьников. Что скрывать, у каждого студента или ученика возникают моменты, когда на экзамене приходится списывать. Я с помощью этого товара решил их проблему.

Всегда думайте, как позиционировать товар! Одна и та же вещь может раскупаться мгновенно или не продаваться вовсе. В случае с часами я просто изменил заголовок. Раньше это были часы-плеер, а сейчас – часы-шпаргалка. Позиционирование товара поменялось, и продажи сразу пошли вверх. Думайте над позиционированием!

Я думаю что с поиском идей товаров Вам все понятно, пора переходить к главе, где мы поговорим об одностраничных сайтах.

Создание одностраничного сайта

Давайте перейдем к следующему шагу – создание одностраничного сайта. Объясняю для тех, кто еще не понял, что это такое. Это обычный сайт, который продает всего один товар.



Пример одностраничного сайта

Шаблон и видео-инструкции по созданию сайта вы можете получить здесь http://litewebinar.ru/first_pod/ за два года я создал много различных шаблонов, стараясь постоянно увеличить конверсию одностраничника. Конверсия – это количество ваших заказов по отношению к числу посетителей сайта. Для одностраничников конверсия намного выше, чем для интернет-магазинов.

Если в Рунете конверсия интернет-магазинов от 1% до 3%, у меня на одностраничнике, где продавались часы, была конверсия 6%.

В чем бизнес на одностраничных сайтах отличается от интернет-магазинов? Я приведу небольшой пример. Предположим, имеется некий интернет-магазин. Как пользователи находят там товар? Человек открывает поисковую сеть, например, Яндекс, вводит какой-то запрос (предположим, он хочет купить телефон), и в результатах поиска либо же в контекстной рекламе он видит интернет-магазины с интересующим его товаром. Пользователь переходит на сайт этих интернет-магазинов и выбирает модели интересующего его товара.

Но бывает так, что пользователь либо не находит нужную модель, либо находит, но другую, при этом его не устраивает описание товара. Естественно, человек уходит с этого интернет-магазина и начинает все заново: опять вводит в Яндексе запрос, попадает на другой сайт и так далее.

В чем, в данном случае, минус интернет-магазинов? Во-первых, вы полностью ориентируетесь на ключевые запросы. В этом случае вы либо сами должны быть гением контекстной рекламы, либо вам придется искать хорошего специалиста. Еще один минус в том, что у интернет-магазинов очень дорогая реклама. В том же Яндексе на широкие запросы (такие как телефон, видеокамера, фотоаппарат и т.д.) очень большая конкуренция. Следовательно, и цена перехода крайне высокая – почти около доллара. Это очень дорого, вы просто не окупите вложения в рекламу.

Отличие интернет-магазина от одностраничных сайтов в том, что мы не используем контекстную рекламу. Мы ею вообще не пользуемся! Мы рекламируем товар через специальные тизерные и баннерные сети. В чем там преимущество? В том, что не человек ищет товар, как в примере с интернет-магазином, а товар сам находит человека. Пользователь сидит в социальной сети либо на каком-то сайте, читает статью и натывается на наш тизер. Тизер создан так, что у человека просыпается интерес к этому товару.

Если это оригинальный товар, то там указано необычное название или нестандартный способ его применения. Я приводил в качестве примера сенсорные перчатки. Давайте придумаем оригинальный заголовок для тизера. «Устал снимать на морозе перчатки, чтобы позвонить или набрать смс? Сенсорные перчатки специально для тебя!» – что-то в этом духе.

Пользователь видит это объявление, у него есть проблема («Да, на морозе снимать перчатки, чтобы воспользоваться мобильным телефоном, неприятно»). Человеку становится интересно («Неужели можно решить эту проблему?»). Он кликает и попадает к нам на сайт!

Если ваш товар решает проблему, в заголовке это обязательно нужно указать. «Хочешь бросить курить? Замучился искать способ отказаться от никотина?»

Когда мы «давим» на проблему или задаем какой-то вопрос, человек на подсознательном уровне пытается на него ответить. В результате он кликает по тизеру и попадает на наш сайт.

Наш сайт-одностраничник построен таким образом, что у человека нет причины раздумывать, что именно приобрести. Выбор один: либо купить, либо не купить. В интернет-магазине он может перейти на другой товар или вообще в другой магазин. Здесь же сайт построен так, что человек сам хочет остаться. Это происходит благодаря необходимым элементам: интересный «цепляющий» заголовок, видео, которое тоже «цепляет», необычная фотография. Есть еще один важный элемент – таймер. То есть на сайте указано определенное время, в течение которого человек может оформить этот заказ. Все люди любят халяву! Пользователь видит сообщение о скидке, он хочет ее быстрее, еще быстрее урвать. Спонтанно у него рождается желание сделать покупку. Таким образом, когда человек попадает на наш сайт, у него автоматически просыпается желание купить у нас этот товар. Ведь товар ему интересен.

Конверсию одностраничного сайта можно поднимать постоянно. Если регулярно менять заголовок, тестировать его, экспериментировать с таймером, ставить то меньше, то больше времени – все это все будет влиять на конверсию.

Конечно, на сайте должны быть отзывы – классные отзывы! Они всегда привлекают внимание. В отзывах тоже можно призывать человека купить определенный товар. Главное, чтобы ему сразу захотелось испытать результат, полученный тем, кто написал отзыв.

Отзывы отлично работают, если вы продаете, например, товары для похудения. 10-15 отзывов «как я быстро похудел/похудела» сделают больше любой рекламы. Или, если это отбеливатель для зубов, отзывы должны сообщать, как быстро появился результат.

Думаю, сейчас вы уже поняли, что такое одностраничный сайт и почему он так хорошо продает. Теперь **вам нужно обязательно зарегистрироваться на сервисе e-autopay.com**. Данный сервис мы привяжем к кнопке «Оформить заказ» нашего одностраничника, и будем с его помощью собирать заказы.

Сервис платный, но он предполагает 10 дней бесплатного тестового периода. О том, как привязать сервис к сайту-одностраничнику, вы можете узнать в видео, которое можно получить тут http://litewebinar.ru/first_pod/

Когда вы привяжете сервис e-autopay.com, обязательно сделайте тестовые заказы. Вы должны убедиться, что заказы приходят к вам на почтовый ящик и корректно отображаются в самом сервисе e-autopay.com (то есть в нужной кодировке, нет никаких проблем). Попробуйте сделать 1-2 тестовых заказа. Все должно быть отточено.

Мои ученики не раз обращались ко мне с вопросом: вроде бы, все сделали правильно, запустили рекламу, а продаж нет. А потом выясняется самое элементарное – на сайте не работает кнопка «Оформить заказ»! Не допускайте таких ошибок.

Реклама

Я считаю эту главу самой важной в этой книге. Поэтому читайте ее очень внимательно и записывайте для себя идеи.

Первый рекламный инструмент — это **тизерные сети**. 80 % заказов у меня идет именно с тизерных сетей. Первое, что я советую, — это использовать тизерную сеть marketgid.com. На ней лучше всего начать тестировать товар.

Вы создали одностраничный сайт, зашли на тизерную сеть marketgid, зарегистрировались там, далее запускаем рекламу, подробнее о запуске вы можете узнать в подробной видеоинструкции, которую можно получить по этой ссылке http://litewebinar.ru/first_pod/

Именно там тестируете товар. Естественно, вы не получите сразу сотни заказов, но у вас будет хотя бы 2-3 заказа. Этого достаточно, чтобы понять, что ваш товар продается.

Marketgid — это самая оптимальная тизерная сеть для тестирования товара. На первом этапе лучше начинать с нее. Если вы чувствуете, что товар у вас уже начал продаваться, вызывает у людей интерес, можете протестировать его сразу в нескольких тизерных сетях. Если у вас солидный рекламный бюджет, и вы готовы выделить по 500-800 руб. на каждую тизерную сеть, можете запускать рекламу хоть в пяти тизерных сетях, это еще лучше. Но если у вас рекламный бюджет ограничен, то начинайте тестировать в marketgid.

Первый товар, который у меня был, — это часы Iron Samurai. Я начал тестировать их с marketgid. В первое время заказ получался очень дешевым, в день было 10–15 заказов. Потом я начал

масштабировать — подключать другие рекламные каналы, другие тизерные сети и т. д.

В чем суть тизера? Все очень просто: это цепляющая картинка и броский заголовок. Аналог тизерной сети – таргетированная реклама ВКонтакте. Вы можете увидеть ее ВКонтакте слева от вашей стены.

Ультрамодные
часы
top100re.ru



Пример тизера – таргетированная реклама в ВКонтакте

Хорошие тизерные сети для старта: Cashprom, МаректГид, AdLabs, TeaserNet, BodyClick, они работают по той же системе: у них есть сайты-партнеры, на которых размещаются тизеры, где крутится реклама. Пользователь читает статью на каком-либо сайте или блоге, натывается на тизер, который его цепляет, переходит на ваш одностраничный сайт и покупает товар. Как видите, принцип работы прост – в тысячу раз проще в сравнении с контекстной рекламой! Вам не нужно подбирать множество ключевых запросов, создавать сотни объявлений. На самом деле, можно начать с 5-10 тизеров. Этого будет достаточно, чтобы понять, что товар успешно продается.

Следующий рекламный канал — это **реклама ВКонтакте**. Есть два способа. Первый из них — это таргетированная реклама ВКонтакте о которой я уже писал <http://vk.com/ads>.

Любой зарегистрированный пользователь сети ВКонтакте, переходя по ссылке, попадет в настройки рекламной кампании. Этот способ рекламы тоже очень простой, но он подходит для товара, который уже хорошо продается. У меня, например, очень хорошо продавались часы «Спидометр». С таргетированной рекламы я получал где-то 30-50 заказов в час.

Как я поступил? В Marketgid и других тизерных сетях я создал по 5-6 тизеров, подключил специальный сервис веб-аналитики и выяснил, какой тизер приносит мне больше всего заказов. Я просто продублировал этот тизер и сделал таргетированную рекламу. Оплата у меня была за показы.

Я создал тизер – и понеслось! Я просто не успевал класть деньги на рекламу, там 1000 рублей уходят за несколько минут. А потом постепенно приходят заказы (некоторые пользователи просто кликают по объявлениям и не сразу заказывают).

Рекламные компании в тизерных сетях и таргете лучше всего запускать днем, примерно с 10:00 до 00:00 по Москве. Но не позже, потому что ночью заказы идут слабо.

Второй способ — **реклама в пабликах и группах**. Вы договариваетесь с пабликами, группами и размещаете у них свой рекламный пост с ссылкой на ваш одностраничный сайт. Если marketgid сработал хорошо и другие тизерные сети тоже себя проявили отлично (вы получаете заказы), то пришло время масштабировать. Вы хотите в день получать не 10, а 50 заказов на один товар? Без проблем. Подключаете паблики и группы, и у вас будет такой результат.

Вам нужно будет найти паблики и группы, близкие по тематике товара. Если, скажем, это отбеливатель для зубов, то вы примерно представляете вашу целевую аудиторию (вероятно, это девушки: школьницы, студентки). Вы находите соответствующие группы и договариваетесь с администратором группы о размещении рекламы. Почти все соглашаются – рекламные паблики на этом и живут. Если отказы и бывают, то очень редко. В основном отказывают крупные паблики.

Один из способов поиска пабликов – это новостная лента. Наверняка, многие подписаны на разные паблики, которые, в свою очередь, дают рекламу других пабликов. Проследите за новостной лентой, прокрутите ее на 24 часа. Вы наверняка обнаружите много разных пабликов различных тематик. Выписывайте то, что вам нужно, и связывайтесь с администратором паблика.

Завершу разговор о рекламе в пабликах и группах вопросом использования сервисов sociate.ru и trendio.ru. Данные сервисы позволяют автоматизировать процесс размещения рекламы. Это очень удобно: там можно сделать выборку пабликов вплоть до возрастной категории покупателя, пола, страны. Вы пишете рекламный пост, добавляете ссылку, картинку и отправляете на модерацию. Когда вы пройдете модерацию, выбираете паблики, в которых хотите появиться, указываете время, и администраторы пабликов разместят ваш пост. Сервисами удобнее пользоваться, если вы размещаете рекламу в трех и более пабликах. Это сильно упрощает процесс, так как переговоры с администраторами уже не нужны.

Сейчас я хочу ответить на наиболее частые вопросы по рекламе:

— Какая примерная цена размещения в пабликах?

Где-то от 300 рублей за один час размещения. 300 рублей вам вполне хватит, чтобы получить нормальные тестовые заказы. Иногда цена составляет 500, 600, 1000 рублей за размещение. Я рекомендую для теста разместиться примерно за 500 рублей.

— В какое время лучше размещать рекламу?

Лучше размещать в вечернее время, в 19:00-20:00 по Москве. В это время начинается самая движуха в пабликах.

— Таргетинговая реклама ВКонтакте очень дорогая, клик может доходить до 12-15 рублей! Есть ли решение?

Вам не надо платить за клик, вам нужно платить за 1000 показов. За 1000 показов ставите цену 2-3 рубля. Если вы подберете объявление грамотно, то у вас будет высокий CTR и низкая цена перехода.

Поставщики

Начну с поставщиков из России.

Я вам уже рассказывал про сайт для поиска идей propt.ru. Минимальный заказ от 10 000 рублей. Если идея взята оттуда, то вы можете без проблем заказать товар у них. Это быстро, и вы уже скоро начнете получать первые деньги.

Второй поставщик – это купонные сайты. Проводится какая-то акция. Вы видите, что цена очень низкая, переходите на сайт продавца (обычно это интернет-магазин) и пытаетесь с ним связаться. Возможно, вы сможете договориться о поставках. Я видел на купонных сайтах часы, которые даже на propt.ru стоят 250 рублей, там продавались за 150 рублей. Можно договориться, купить какую-либо партию и начать продавать.

Также поставщиков вы можете искать элементарно через Яндекс. Самая простая схема: вводите название товара и добавляете слово «оптом». Естественно, цены будут не такие сладкие, как в Китае, но, может быть, вы найдете какое-либо оптимальное соотношение. Тем более, вы на своем одностраничнике можете играть ценой. Если товар на 100-200 рублей дороже, чем у одного или другого поставщика, то просто поднимите цену на одностраничнике. Я думаю, что 200 рублей незначительно повлияют на уровень заказов. Часы Iron Samurai я начинал продавать за 499 рублей, а потом поднял цену до 799 рублей. Удивительно, но количество заказов увеличилось!

Теперь о поставщиках в Китае. Мы будем пользоваться двумя сайтами. Если вы заказываете мелкую партию, пользуйтесь сайтом taobao.com. Перевести информацию сайта taobao.com на русский язык можно через браузер Google Chrome. Так вы более-менее разберетесь, что к чему. Запросы на taobao.com вводятся на китайском, пользуйтесь переводчиком translate.google.ru.

Вы будете использовать taobao.com исключительно для поиска товара, заказывать товары самостоятельно вам не придется. Делать заказ будут партнеры – позже я расскажу про них.

Также отличная идея gutaobao.com — это посредник в России. Вы можете посмотреть там товар и перейти на taobao.com. Там есть такая функция: «Этот товар на taobao.com». Нажимаете ссылку, переходите на taobao.com, после чего копируете ссылку и отправляете партнерам.

Также для заказа и поиска товара стоит использовать сайт alibaba.com. Там можно без проблем «продавливать» поставщиков по ценам. Товар может стоить от 1\$ до 30\$. Чем большую партию вы закажете, тем ниже будет цена.

Вполне реально выйти и на производителя. Как это делается? У меня есть хороший друг, который занимается видеонаблюдением. Он запустил свое производство в Китае. Разработал логотип, сделал бренд, связался с заводом, начал заказывать у них товар по цене от 3000\$. Завод производит видеорекамеры под его брендом, он только сообщает, какие характеристики ему нужны. Так мой друг создал под своим брендом удаленное производство в Китае.

Выйти на производителей несложно. Взять хотя бы отбеливатели – они предлагаются по 7 юаней (где-то 35 рублей). Это цена указана на taobao.com без доставки. Недавно я узнал, что эту цену тоже выставил посредник, а стоимость от производителя еще ниже. Если же выйти на завод, то отбеливатели можно покупать рублей по 15-20.

Если вы серьезно задумываетесь о том, чтобы поставлять большое количество товара, лучше выходить на производителя. Это можно сделать через сайт alibaba.com или через партнеров, имена которых я дам. Вы просто пишете им письмо: «Я хочу выйти на производителя этого товара». Но лишний раз напрягать партнеров не нужно, они и так очень сильно загружены.

Партнеры помогут вам сделать заказ. Все они говорят по-русски, общение происходит через скайп. Ваша задача – просто заполнить бланк заказа и написать партнерам, которых вы можете взять по ссылке: <http://goood-day.ru/dopkitay.zip> далее отправить бланк заказа одному из партнеров.

Вариантов доставки груза два: поезд и самолет, подробнее о ценах и сроках Вам расскажут наши партнеры, пишите им!

Хочу сказать что не каждый груз доступен для пересылки. Самолетом невыгодно отправлять грузы объемные и легкие, так как сумма доставки рассчитывается как по объему, так и по весу. К примеру, груз объемом 1 куб.м и весом 100 кг будет расцениваться как груз весом 168 кг. Соотношение таково: 1 куб. м = 168 кг. Поэтому такие грузы лучше отправлять поездом.

Расчёт на каждый товар будет индивидуальный. Кстати, мы работаем с транспортной компанией, которая сама растамаживает груз.

По поводу логистики еще раз хочу повторить: бизнес надо развивать не в глубину, а в ширину. Нужно выбрать несколько товаров и заказать их по 20-50 штук, постепенно наращивая объем. Не стоит пытаться продвигать только один товар. У меня была такая ошибка, и она привела к плачевным результатам. Это неверный подход к бизнесу. Нужно каждый раз стараться найти как можно больше идей.

Упаковка и отправка товаров

Первое, что нужно сделать, – это обзвонить клиентов. Лучше и проще организовать общение через skype, звонки получаются очень дешевыми. Оформите подписку, например, на 400 минут в месяц, – она стоит в районе 450-500 рублей.

Привяжите к skype ваш мобильный телефон, чтобы вам смогли перезванивать клиенты. Также определитесь с тарифом звонков на стационарные и мобильные телефоны, чтобы вы могли звонить как на городской номер, так и на сотовый. В нашем деле обязательны быстрый интернет и хорошая гарнитура, так как при неисправной связи и вы, и клиент будете сильно нервничать и ни о чем не договоритесь. Для примера приведу скрипт разговора:

– Здравствуйте, Вас беспокоят из интернет-магазина. Вы оставляли заявку на приобретение (на товар)? (ждем ответ ДА).

– Цена с учетом доставки составит (увеличиваем на 250 рублей за доставку «Почтой России») и говорим X руб. Отправлять будем первым классом, поэтому товар дойдет до Вас за 7-10 дней. Вы подтверждаете свой заказ? (ждем ответ ДА).

– Давайте уточним Ваш адрес: город, улица, дом, квартира.

– Отправляем Вам сегодня, через 7-10 дней посылка придет. Извещение должны положить в Ваш почтовый ящик. Но бывает так, что извещение не доходит. В этом случае дней через 10 сходите в Ваше почтовое отделение и выкупите посылку, она уже будет там.

P.S. При получении клиент, помимо суммы, указанной за наложенный платеж, платит почтовый сбор – 30-40 рублей. Некоторые заказчики спрашивают, поэтому этот момент надо знать!

Это пример скрипта, его можно оптимизировать, можно что-то добавить. Если вы хотите улучшить, пробуйте, тестируйте.

Если клиент не оставляет номер телефона, напишите ему письмо на электронную почту и узнайте о его согласии или несогласии.

Клиенту лучше звонить три раза. Первый раз вы подтверждаете заказ. Далее вы ему отправляете товар и отслеживаете его по почтовому трекинг-номеру через сайт «Почты России». Когда посылка оказывается в месте вручения, вы еще раз звоните клиенту и говорите: «Здравствуйте, ваша посылка успешна доставлена в почтовое отделение №XXXXXX, приходите и получите». Личное общение значительно уменьшает количество возвратов.

В третий раз вы должны позвонить в случае невыкупа через неделю после того, как позвонили во второй раз, чтобы попытаться дожать: «Почему вы не забрали посылку? Она пришла на почту».

Повторю, так как это очень важно: **вам нужно дожать покупателя!** Помните: если вы не будете звонить клиентам, а просто тупо отправлять посылки, то 30-40% товара вернется вам обратно. Не доводите до этого, не делайте так! Все интернет-магазины работают через телефонную связь, все дожимают клиентов. Заказываешь с Ozon.ru – звонят, с других магазинов – тоже звонят. Потому что клиенты о своем заказе просто забывают.

Старайтесь звонить сразу после получения товара. Например, вы получили 10 заказов – и быстренько обзвонили покупателей. Не медлите, клиент должен быть «горячим»!

Упаковывайте заказы в коробки «Почты России» 1-го класса. Если товар небольшой, можно отправлять его в пластиковых пакетах – в этом случае доставка обойдется вам намного дешевле, чем отправка в коробках.

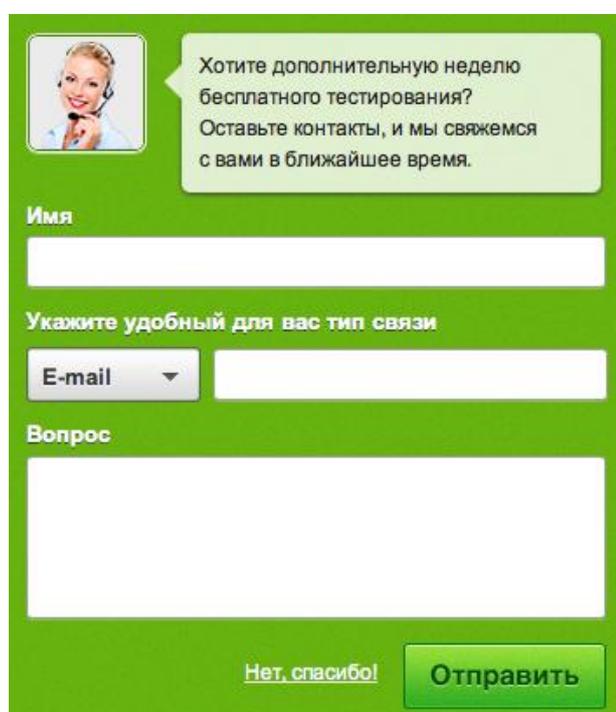
Если вы вышли на хорошие объемы, то можно заказывать коробки оптом на сайте tara-tovara.ru. Компания работает, начиная от суммы 3000 рублей. Цены у них классные! Правда, коробки не цветные, как на «Почте России», это простые картонные коробки. Но их обклеивают скотчем 1-го класса и отправляют, так что в этом ничего страшного нет.

После того как коробки куплены, нужно напечатать необходимые для отправки бланки. Бланки мы печатаем через сервис, про который я уже писал, – e-autopay.com. Для каждого отправления понадобится два бланка. Первый – это «Ярлык ф.7», он клеится на коробку. Второй – «Форма 113», он кладется внутрь коробки. А в почтовом отделении коробка обклеивается специальным желтым скотчем и отправляется клиентам.

Масштабирование бизнеса

В этой главе я хочу рассказать о том, как можно масштабировать бизнес на одностраничных сайтах. Если вы уже начали зарабатывать на одностраничных сайтах, то данная глава поможет как минимум удвоить ваш заработок.

Первое, что я советую сделать, – это подключить онлайн чат, наверняка вам он знаком:



Хотите дополнительную неделю бесплатного тестирования? Оставьте контакты, и мы свяжемся с вами в ближайшее время.

Имя

Укажите удобный для вас тип связи

E-mail

Вопрос

[Нет, спасибо!](#)

Пример онлайн чата

Подключение такого онлайн чата сильно поднимает конверсию. Главное условие – вы или ваш помощник должны быть онлайн.

Когда вы запускаете рекламу в тизерной сети, вы знаете, что там идет огромный трафик. У тех людей, которые попадают на сайт, возникает много вопросов, и главный – стоит ли покупать ваш товар. Им удобнее мгновенно написать вам вопрос, чем позвонить. Если они увидят онлайн чат и сразу напишут, у них появится к вам доверие. Вы

быстро и логично ответите на их вопросы, умело развеете сомнения и, соответственно, они купят товар. А вопросы могут быть разными, например, такими: «Как заказать?» или «Какая цена доставки?»

Следующий шаг, который поможет вам зарабатывать больше, – это **принцип отслеживания рекламы**. Он позволит увеличить эффективность ваших рекламных кампаний и ваших рекламных объявлений.

Предлагаю вам два способа. Первый способ подходит для тех, кто не хочет заморачиваться с веб-аналитикой, с кодом на сайтах и т.д. Я знаю, что некоторые люди придерживаются принципа: «Работает? Хорошо!» Они масштабируют свой бизнес за счет того, что находят новые рекламные каналы, заказывают больше товара и т.д. Но ведь не все такие: кто-то любит ковыряться, кому-то интересно веб-аналитику изучать. Вот поэтому я и говорю о двух способах: для тех, кто хочет попроще, и для тех, кому нравится посложнее.

По сути, эти два способа работают почти одинаково, но второй дает более широкую статистику. Поэтому для себя вы должны сразу определить, что вам больше подходит. Второй способ годится для тех, кто уже слышал про веб-аналитику, кому интересно в ней разбираться. Но если же вы ничего не знаете и только раздумываете: «А может, изучить...» – тогда не стоит. Выбирайте простой способ отслеживания.

Первое — это создание копии одного товара.

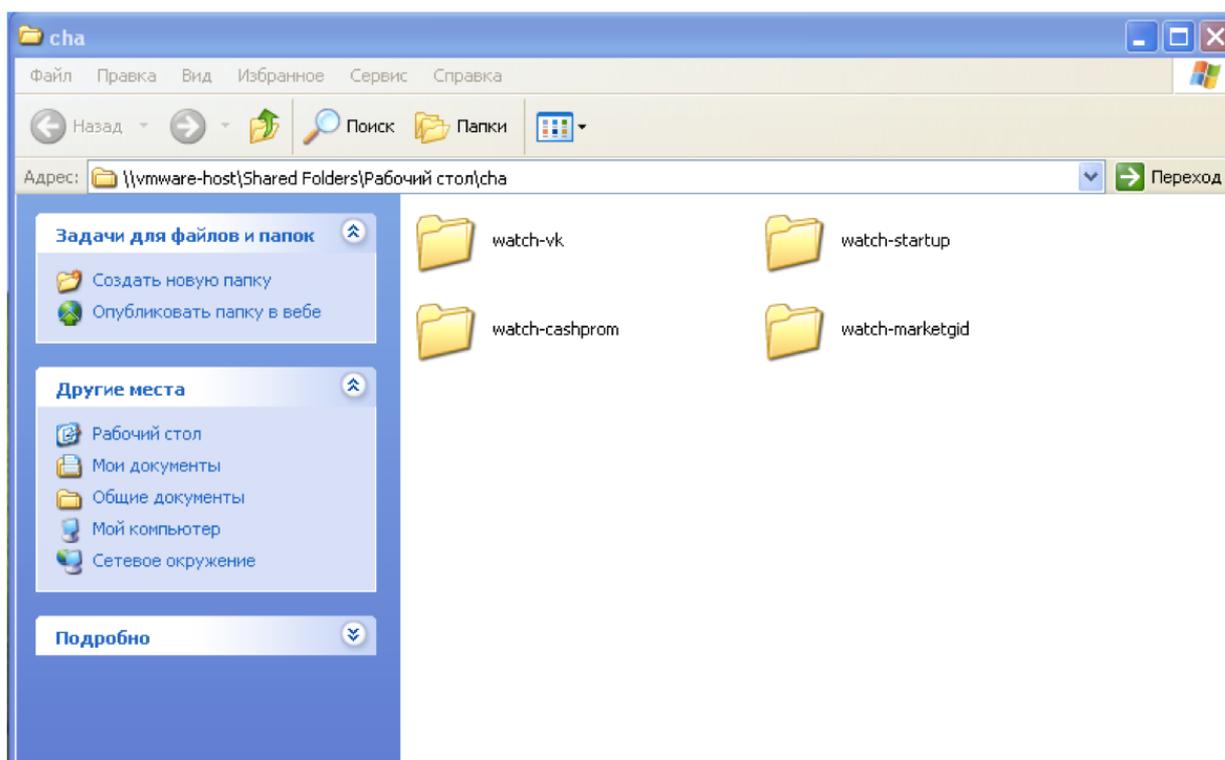
  Выкл	47 Iron Samurai (Акция SellBerry)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/47	создать копию товара
  Выкл	48 Iron Samurai (Акция)	499 руб 16.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/48	создать копию товара
  Выкл	49 Iron Samurai (startup)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/49	создать копию товара
  Выкл	50 Iron Samurai (marketgid)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/50	создать копию товара
  Выкл	51 Iron Samurai (vk)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/51	создать копию товара
  Выкл	52 Iron Samurai (happy-seller.ru)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/52	создать копию товара
  Выкл	53 Iron Samurai (youtube)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/53	создать копию товара
  Выкл	54 Iron Samurai (adfog)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/54	создать копию товара
  Выкл	55 Iron Samurai (gvsm)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/55	создать копию товара
  Выкл	56 Iron Samurai (new)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/56	создать копию товара
  Выкл	57 Iron Samurai (watch)	799 руб 26.63 USD	физический	http://boss.e-autopay.com/order1/57	создать копию товара

Копия товаров в e-autopay.com

Например, у вас есть какой-то товар. Я делал скриншот на примере часов. У меня имеется один товар, у которого в e-autopay.com есть имя «Iron Samurai».

Что вы делаете? Вы просто создаете в e-autopay.com копии товаров с разными именами. Например, «Iron Samurai» и в скобках указываете «ВК», то есть реклама ВКонтакте. Далее копия «Iron Samurai», в скобках «Marketgid» и т. д.

Второе — вам нужно создать копии папок с одностраничника.



Создание копии папок с одностраничными сайтами

Если у вас раньше была одна папка на товар, то теперь вы создадите несколько папок. Как их лучше назвать – смотрите сами. Папки, которые вы видите на картинке, я назвал в зависимости от наименования рекламного инструмента.

Третье – вы отслеживаете за счет этого эффективность. В разных рекламных каналах вы запускаете рекламу на разные папки на вашем домене. Например, <http://vashdomen.ru/watch-vk> – ссылка для рекламы в Вконтакте, <http://vashdomen.ru/watch-marketgid> – ссылка на рекламу в тизерной сети marketgid. За счет этого вы понимаете, какой канал сработал лучше. Если позже в статистике заказов e-autopay вы видите «Iron Samurai» (marketgid) — 10 заказов, а «Iron Samurai» (ВК) — 5 заказов, то, понимая сколько вы вложили денег в тот или другой рекламный канал, можете сравнить

эффективность. Например, вложили 500 рублей и получили 5 заказов – хорошо, вложили 500 рублей и 0 заказов – плохо.

Второй способ отслеживания – через сервис веб-аналитики, мы будем использовать Яндекс.Метрику.

Сервис Яндекс.Метрика <http://metrika.yandex.ru>

В отличие от первого способа отслеживания Яндекс.Метрика позволяет нам увидеть вашу целевую аудиторию. Очень важно понимать, кто покупает ваши товары. Например, когда я продавал часы, меня интересовало, люди какой возрастной категории и какого пола, мужского или женского, покупают эти часы. Так я примерно определил, что это мужчины от 18 до 25 лет.

Для каждого товара вы тоже будете создавать ссылки, как и в первом способе. Но вам не нужно создавать кучу папок и кучу товаров в e-autoray.com – у вас просто будет меняться ссылка. Эта ссылка будет подставляться в разные рекламные каналы, потом через сервис веб-аналитики вы будете смотреть, какой канал лучше сработал.

Ссылка создается с так называемыми UTM метками, которые легко подставляются в специальный сервис gaurl.ru

GAURL.RU Расширенный компоновщик URL О сервисе

Шаг 1. Целевой URL. Целевой URL *

Шаг 2. Рекламная кампания. Источник кампании * (источник перехода: Google, Yandex, Newsletter и т. д.)
Средство кампании * (средство маркетинга: CPC, e-mail и т. д.)
Название кампании * (продукт, льготный код или рекламный слоган)

Шаг 3. Дополнительное описание. Условие поиска кампании: (определяет оплачиваемые ключевые слова)
Содержание кампании: (используется для различения объявлений)
 Сгенерировать QR-код

Поля, отмеченные знаком * обязательны для заполнения.

Результаты

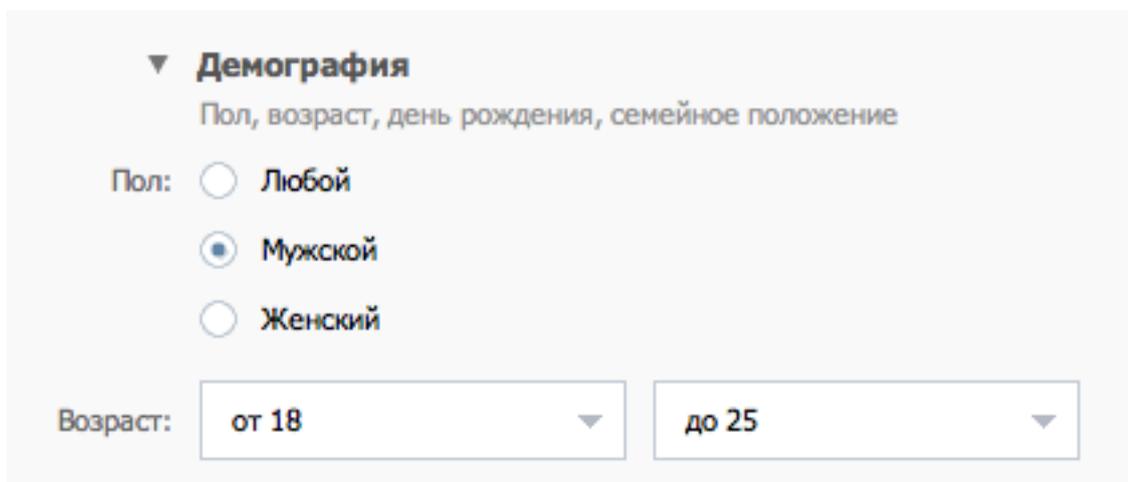
Полный тэгированный URL

Компоновщик URL <http://gaurl.ru>

По ссылке с UTM метками Яндекс.Метрика понимает, с какого рекламного инструмента пришел трафик на сайт. На картинке ссылка создана под паблик в Вконтакте, который называется «Успех».

Когда я понимаю свою целевую аудиторию, мне проще запускать рекламу в таргетированной рекламе, так как целевая аудитория там

очень просто настраивается. Если вернуться к примеру с часами, то целевая аудитория – это мужчины от 18 до 25 лет.



▼ **Демография**
Пол, возраст, день рождения, семейное положение

Пол: Любой
 Мужской
 Женский

Возраст:

Пример настройки таргетированной рекламы

Если подойти к веб-аналитике более глубоко, это даст вам очень большой толчок в вашем бизнесе. Вы сможете понять не только целевую аудиторию, но и выяснить, в какое время у вас лучше всего покупают, определить, на каком месте на сайте «притормаживает» ваш клиент. В Яндекс.Метрике есть такая функция «Вебвизор». Очень удобно: можно посмотреть в видеозаписи, что делает человек на вашем сайте.

— Можно ли нанять человека, для работы с Яндекс.Метрика?

Да, возможно найти через сервис [free-lance.ru](https://www.free-lance.ru) какого-нибудь специалиста по веб-аналитике, и пусть он отслеживает эффективность кампании. Но пока, на первом этапе, вам хватит и первого способа отслеживания.

Технология upsell

Upsell – это дополнительная продажа клиенту сопутствующего товара, после того как он закажет основной товар. Upsell (апселл) в среднем увеличивает сумму чека на 30%. Например, если Вы продаете планшет, продайте к нему чехол, тогда upsell максимально дополнит основной товар. Я на часы Iron Samurai апселлил другие симпатичные часы – апселл был 28-32%.

Обычно upsell – это товар, на который есть скидка. Вторые часы мы продавали со скидкой 70%, и это выгодно, так как, добавляя второй товар, мы не платим за рекламу, упаковку, отправку!

Специальное Предложение!
только 20 минут
нажмите play и посмотрите видео

Итого



997 рублей

799 рублей
299 рублей

1296 рублей

Добавить в посылку

Предложение действует только 10 минут. Если оно вам не интересно, то просто покиньте данную страницу. Мы вышлем вам только LED часы Iron Samurai без спортивных LED часов Adidas

Пример использования upsell

Когда к «Палитре теней 120 цветов» апселлишь «Говорящего хомяка», процент апселла очень маленький, 10-15%. Наша задача сделать upsell максимально прибыльным для нас. Вывод: апселлим сопутствующий товар, конверсия будет выше!

Если у Вас всего один товар, то к нему можно апселлить второй такой же, только со скидкой – например, в два раза дешевле.

Для того, чтобы настроить upsell, вам не нужно искать какие-то сторонние скрипты. Все делается очень просто через сервис e-autoray.com. Если на нашем сайте человек нажимает кнопку «заказать», у него открывается форма, где он вводит свои данные. На его почту уходит письмо со ссылкой о подтверждении заказа. При нажатии на ссылку откроется страница со специальным предложением. Это и есть наш апселл.

Технология Cross-sell

Cross-sell – это продажа клиенту сразу нескольких продуктов из разных категорий. Если у вас в наличии есть только, допустим, два, максимум три товара, используйте upsell. Товары должны друг друга дополнять. Но если у вас уже есть линейка товаров, которые продаются параллельно, вы сможете зарабатывать по-настоящему большие деньги, и для Вас это будет просто.

Для того чтобы cross-sell работал, должно быть минимум 5 товаров в наличии. Также cross-sell можно использовать для того, чтобы распродать те товары, которые есть на складе и сейчас плохо продаются.

1 → 2 → 3 → 4

Выберите способ оплаты **Другие товары со скидкой** Итоговая корзина (Изменить заказ) Данные для доставки

Прямо сейчас Вы можете добавить к Вашему заказу следующие товары со СКИДКОЙ:

Нож кредитка Cardsharp



Обычная цена: ~~870.00~~ руб
В комплекте: **699.00** руб



[+ Добавить в корзину](#)

При добавлении этого товара
* **Вы сэкономите: 171** руб.

Палитра теней



Обычная цена: ~~1990.00~~ руб
В комплекте: **499.00** руб



[+ Добавить в корзину](#)

При добавлении этого товара
* **Вы сэкономите: 1491** руб.

[Продолжить \(перейти в корзину\) >>>](#)

Пример cross-sell

Как работает cross-sell. Клиент пришел на Ваш сайт, ввел данные для заказа, нажал кнопку «Оформить заказ» и на его экране открылась страница cross-sell. Предложенные товары не обязательно должны дополнять основной товар. Главное – дать клиенту выбор из 3-5 товаров. Используйте технологию cross-sell для еще более успешных продаж.

Заключение

Вот и подошла к концу книга. Надеюсь, она была вам полезна. Главное – внедрить на практике полученные знания. Помните, что все цели и мечты вы можете на самом деле реализовать за один-два месяца. Я раньше тоже сомневался: «Как можно построить бизнес так быстро?» Можно все, нужно просто действовать!

Друзья, я хочу порекомендовать вам одну очень хорошую книгу. Книга называется «Кто украл мой сыр», автор – Спенсер Джонсон. Она, кстати, маленькая, вы ее прочитаете за 30-40 минут.

Эту книгу я впервые прочел перед открытием своего бизнеса, тогда у меня не было ничего, кроме долга в 300 тысяч рублей. Но, прочитав книгу, я понял: если тупо бежать к своему «куску сыра», то он будет на 100%.

И тогда я начал бежать – то есть упорно работать. Я старался не рассуждать, правильно ли я делаю, – нет, я просто делал. У меня никогда не возникало мысли: «То ли я делаю или не то». Никаких сомнений! Я просто «фигачил». «Фигачил» день и ночь для того, чтобы у меня что-то было.

Я достиг цели – я добился того, что имею сейчас. Ушли все долги, я стал покупать все вещи, которые мне нравятся, я начал путешествовать, я смог жить самостоятельно. То есть, после прочтения этой книги, я сделал очень-очень много шагов.

Надеюсь, и моя книга, которую вы только что прочли, поможет вам сделать успешный шаг в будущее.

С Уважением, Никита Фофанов.