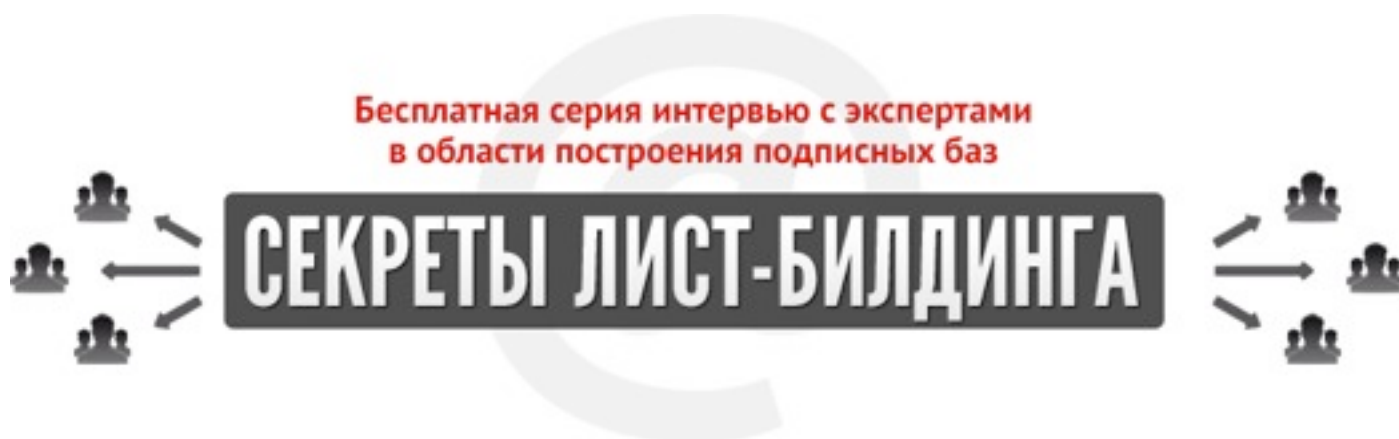


* Остальные интервью серии «Секреты лист-билдинга» вы можете скачать, кликнув по ссылке: <http://russianmarketing.ru/listbuildingsecrets/>



Интервью с Алексеем Лукьяновым (<http://www.velanry.ru>)

Юсуф: Здравствуйте! С вами Юсуф Губайдуллин.

Добро пожаловать в заключительное интервью по секретам лист-билдинга. Передо мной находится Алексей Лукьянов. Привет!

Алексей: Привет, Юсуф!

Юсуф: Я особенно рад интервьюировать Алексея, потому что он зарекомендовал себя, как эксперт по лист-билдингу. У него был курс по бесплатному набору подписчиков, который взбудораживал весь Рунет. Но сегодня я хочу расспросить Алексея о тех техниках лист-билдинга, которые он тестировал недавно и которые позволяют набирать подписчиков через свою же собственную подписную базу. Если у вас есть какое-то определенное количество подписчиков, вы можете расширять эту базу, делать все больше и больше.

Мог бы ты рассказать немного подробнее, с чем именно ты экспериментировал? Какие это принесло результаты?

Алексей: Без проблем! Сначала я расскажу, как я пришел к этому, чтобы было понятно. Дело было примерно год назад. На тот момент я набирал подписчиков через Subscribe. У меня получалось около 1000 подписчиков и уходило 5 дней в неделю.

Юсуф: Т.е. 1000 в месяц?

Алексей: Да, 1000 в месяц. Потом мне надоел Subscribe, потому что там надо было писать статью, создавать рассылки, т.е. много рутины. Я себе задал вопрос: есть ли какие-то другие методики лист-билдинга, которые позволят мне быстрее набирать базу или затрачивать меньше времени. Думал, затем купил несколько курсов разных авторов, поизучал. В один прекрасный момент увидел на SmartResponder две цифры. Если зайти туда, то можно увидеть, что они сейчас публикуют, сколько авторов и количество подписчиков вообще. Думаю, ты видел эти цифры.

Первая мысль, которая ко мне пришла. На тот момент было меньше 100 000 рассылок и несколько миллионов подписчиков. Я понял, что если я каким-то образом получу доступ к этим авторам, если они меня пропиарят, то я получу доступ к этим миллионам подписчиков. Соответственно, не ко всем, но к какой-то части из них. Прежде чем я подошел к лист-билдингу через свою базу, я сначала пробовал лист-билдинг через авторов рассылок. Я выходил на них с различными предложениями, пытался как-то с ними сотрудничать, чтобы они пропиарили меня в своих рассылках и я получил подписчиков. На текущий момент могу сказать, что это из самых лучших вариантов набора подписной базы.

Если какой-то партнер тебя пиарит, причем на твою подписную страницу, то ты получаешь очень быстро большое количество подписчиков.

Поработав с партнерами, набрав таким образом несколько тысяч подписчиков. У меня получилось набрать даже более 10 000 подписчиков за два месяца. Я начал думать дальше. Первую цифру на SmartResponder окучил, не всю, конечно. Что получилось сделать за 2 месяца, я сделал. Дальше у меня начались появляться идеи, что любой подписчик, который приходит к тебе в базу, у него есть друзья, коллеги, и он может порекомендовать твою рассылку, твой блок или какой-то продукт. Думаю, ты с этим согласишься.

Юсуф: Да, конечно.

Алексей: Плюс, на тот момент стали появляться всякие вирусные скрипты и от Алексея Захаренко, и от Антона Ельницкого, различные скрипты типа социального замка. Наверное, ты слышал, что человеку дается какой-то бонус, он кликает на like, и этот бонус ему разворачивается. В итоге где-то с сентября, когда я задумался об авторах рассылок, до конца года я с ними работал. В январе-феврале я начал уже развивать тему лист-билдинга через свою базу. Кстати, еще одним моментом, который меня к этому подтолкнул – это была твоя страница отдачи, где ты раздавал, помоему, семь интервью с людьми, которые набрали посещаемость – 1000 человек в день.

Юсуф: Да, там были очень простые социальные кнопки типа «Порекомендуйте». На самом деле я очень удивился, что даже обычные призы в действии без какого-либо бонуса сработали очень хорошо. Было очень много подписчиков с помощью вирусного эффекта.

Алексей: Мне понравилась сама идея того, что можно делать подписчиков практически без усилий. Ты, наверняка, знаешь, что в инфобизнесе главное – это контент, который ты даешь людям. По сути, ты делаешь свое любимое дело, ты развиваешь свой инфобизнес, давая какой-то контент в платных или бесплатных материалах, а люди за это себя пиарят сами по себе.

На текущий момент я набрал более 30 тыс. подписчиков.

Юсуф: Всего или с помощью этих техник?

Алексей: С начала года, использую только эти техники (Subscribe я запросил), набрал 30 тыс. Если взять тех, кто отписался, число за 40 зайдет.

Если вы хотите заниматься лист-билдингом через свою базу, то самый первый шаг – это создание хорошего подписного курса, потому что знакомство с вами, как с человеком, начинается после того, как человек подпишется на подписной курс. Т.е. он зашел на вашу подписную страницу или попал на ваш блог, увидел форму подписки и ввел данные. Здесь самый важный момент: первое впечатление – это первое впечатление.

Юсуф: Да, первая транзакция.

Алексей: Если первое впечатление прошло плохо, то даже уже придется очень трудно задаривать, задабривать какими-то скидками, кучей бесплатного контента. Поэтому самый первый шаг к лист-билдингу через свою базу начинается с качественного подписного курса. Именно с того контента, который посетитель получает после подписки.

Юсуф: При этом он необязательно должен быть большим. По опыту, если давать очень-очень много материалов, то люди точно все не изучат. Желательно, чтобы было какое-то вступительное видео, которое мотивировало изучить все эти материалы либо самый смак – давать в самом начале, чтобы люди почувствовали эту ценность. Если смотреть по статистике, то большинство людей до конца точно не досмотрят или начнут смотреть только первый урок и то до середины. Этот нюанс нужно обязательно учитывать. Кроме того, нужно мотивировать людей изучить, а самый главное применить этот материал. Тогда эффект будет очень хороший.

Алексей: Да, ты прав. Помимо того, что ваш курс должен быть качественный, он должен решать две задачи. Первое – это замотивировать человека на действия. Если он ничего не сделает, он не получит результат. Соответственно, он не проникнется к вам доверием и не станет ничего у вас покупать. Он так посмотрит, скажет: «Вроде ничего, хорошо, прикольно, но результата я не получил». Поэтому вы должны замотивировать человека на действия. Помимо того, что вы должны дать ему контент, необходимо мотивировать его на действия. Это можно сделать какой-нибудь личной историей. Если показываешь свой пример и говоришь: «Смотри, какие результаты я получил». Это достаточно хорошо работает и мотивирует подписчика, когда он видит твои результаты или результаты твоих клиентов, то он понимает: «Да, классно! Надо это внедрить».

Следующее. Немножко пройду по критериям подписного курса, которые помогают сделать классное первое впечатление для человека.

Юсуф: Чтобы немножко удержать внимание наших читателей, которые думают: «Для чего этот подписной курс? Каким образом он мне поможет привлекать подписчиков с помощью своей же базы?» Какую важность составляет создание хорошего качественного подписного курса на то, что в будущем нам будет легче раскручиваться среди своих же собственных подписчиков, т.е. мотивировать и приглашать других друзей?

Алексей: Очень просто! Сейчас в инфобизнес идут много людей. Поток исчисляется уже тысячами. Каждую неделю, каждый месяц приходят новые люди. Среди этих авторов новых рассылок очень много людей, которые дают плохой подписной курс, т.е. он ничем не выделяется, не запоминается. Человеку трудно выделить конкретного инфобизнесмена среди других. Если ваш курс не решает этих задач, то человек не может вас вспомнить, кто вы, зачем, откуда вообще, почему знаете мой e-mail.

Юсуф: Я думаю, что сама главная причина в том, что если курс является некачественным, то никто рекомендовать его не захочет, даже если за это дается большой бонус. Если курс хочется и так порекомендовать, а тут идет еще какая-то мотивация или какая-то работа с тем, чтобы этот человек передал ссылку на подписную форму своим друзьям, он это сделает с удовольствием, потому что он и так кайфует от этого материала. Тут тоже есть такой момент.

Алексей: Поэтому основная задача – выделиться среди толпы, запомниться человеку, дать ему результат и уже на фоне развитых отношений дальше продавать что-то человеку платно или за рекомендацию.

Критерии на самом деле простые. Первое – это видео-формат, потому что PDF-отчеты уже не работают. Их делают все, кому не лень. Если вы сделаете очередной PDF-отчет, даже если он будет клевый, то люди на фоне того информационного шума, который есть сейчас, помимо работы, коллег, друзей, социальных сетей, плюс какие-то рассылки, ваш PDF-отчет где-то утонет.

Второе – это короткие видео. Юсуф уже сказал, что необязательно делать 5-часовой курс. Можно сделать 10-минутное видео, но если оно дает действительно какой-то результат, то этой продолжительности может хватить. Также можно разбить на 2-3 видео.

Юсуф: Если они по 2-3 минуты, то посмотреть не влом. Если видят, что уже 20 минут, то появляются мысли: «20 минут на это тратить!».

Алексей: Да-да. 2-3 минуты: человек скажет «Хорошо, 2 минуты я могу выделить, а 20 нет». Поэтому короткие видео.

Следующее. Как я уже сказал, ваш продукт должен решать какую-то проблему и давать конкретный четкий результат. Не просто описываете «То-то можно сделать», а какой-то законченный результат.

Если вы примените эти фишки, то, я думаю, ваш подписной курс вырастит на несколько позиций, и, соответственно, вам будет проще делать дальше.

Теперь я расскажу о том, какие методики можно использовать для самолист-билдинга.

Первая стратегия – у тебя есть блог, ты настраиваешь его на максимальную конверсию, т.е. устанавливаешь кнопки социальных сетей, формы комментариев от социальных сетей, формы подписки куда-нибудь справа внизу. Делаешь все, чтобы ваши подписчики могли кликать на like, а у нового человека, который пришел, было несколько возможностей подписаться на вашу рассылку. Вы все это настраиваете. Потом на постоянной основе даете контент в базу. Человек переходит на блог, кликает на like и к вам приходят посетители. Лично я с каждой статьи получаю от 50 до 100 и более подписчиков просто потому, что люди переходят и лайкают, и комментируют через социальные сети.

Вторая стратегия – ваши лучшие посты вы вставляете в серию писем. Зачем это делается? Люди – стадное животное. Большинство людей любят идти за толпой. Допустим, ваш средний пост набирает 50 like, а какой-то набрал 70 или 100, вы заряжаете этот пост в серию писем. Человек подписывается, и ему автоматом эти письма приходят. Он переходит, видит кучу лайков, его это мотивирует лайкать тоже и приводить к вам новых подписчиков. Здесь еще есть второй момент. Количество лайков, которое он видит, повышает его доверие к вам. Новый подписчик переходит на статью, которую ты опубликовал, может быть, год назад, но они видят 150 или 300 лайков. Еще один плюс доверия к вам, как к человеку. Если таких статей будет 5-6, считается, у вас 5 плюсики есть.

Третья методика – страница отдачи для подписного курса. Об этом мы уже говорили. Ваша задача – не просто: «Привет, Вася! Вот тебе ссылки с Яндекс-Народа или вашего сайта. Качай. Спасибо за подписку!» Нет. Я думаю, Юсуф, твои подписчики уже видели эти страницы отдачи. Там есть видео-приветствие, контент, есть формы комментариев от социальных сетей. Все равно в инфобизнесе придется создавать подписные курсы. На одном подписном курсе далеко не уедешь, поэтому ты можешь сказать своей старой базе: «Я создал новый подписной курс. Я готов провести по нему тренинг для вас». Обратная связь, естественно, только через формы комментариев на странице отдачи. Люди задают вам вопрос, и ты им отвечаешь по-новому подписному курсу. Таким образом, ты запускаешь свою страницу отдачи в социальных сетях. Все отправляется на подписную страницу. Когда человек кликает на like, у него в социальной сети идет ссылка на подписную страницу. Надо именно так настраивает. Этот тренинг для своей старой базы ты проводишь, таким образом, запускаешь. Новые подписчики, которые будут приходить, тоже будут попадать на страницу отдачи и лайкать и комментировать. Не все, но достаточное количество людей это делают с большой охотой. Если у вас нет еще страницы отдачи, то вы обязательно это делаете.

Четвертая стратегия – взаимная рекомендация подписных курсов друг друга. Тут уже сдвоенная стратегия. Проходишься по каталогу SmartResponder, списываешься с авторами рассылок в своих и смежных темах и говоришь: «Давай ты порекомендуешь мой подписной курс, а я твой». Только один этот метод мне принес порядка 10 тыс. подписчиков.

Юсуф: Это очень эффективно. Получается такая карусель. Все меняются подписчиками.

Алексей: У тебя есть 5 тыс. Ты нашел партнера на 5 тыс. Вы обменялись. У вас у обоих стало по 5500. Получается такой эффект синергии.

Пятая стратегия – вирусные скрипты. Сейчас их используют все, кому не лень. Например, вы делаете какой-то бонус и отдаете людям либо за тот же like, либо за подписчиков, если брать скрипт Алексея Захаренко. Какой-то качественный бонус за то, что человек поднапряжется и приведет к вам подписчиков.

Шестая стратегия – различные вебинары, флешмобы, конкурсы за ту же рекомендацию. Вы можете предоставлять доступ на любой вебинар, который вы ему проводите, за like или рекомендацию. Тоже самое с конкурсами, какими-то флешмобами. Вы опять же людей мотивируете, даете им какой-то пряник, обещание приза, если это конкурс или обещание тренинга, вебинара. Они вас лайкают и приводят к вам новых подписчиков.

Седьмая стратегия – партнерские акции. Если у тебя есть база в 5000 подписчиков, ты можешь провести, например, взаимную рекомендацию с человеком. Далее, через 3 месяца, вы набрали базу. У него база обновилась, у тебя база обновилась. Ты можешь ему уже второй раз написать. В любом

случае каждое новое знакомство – это отношения надолго. Не надо думать, что вы с ним запартерились один раз и 1000 лет с ним больше не общаетесь. Любой инфобизнесмен, с которым вам удалось познакомиться и, тем более, что-то провести, может помочь вам в будущем еще десятки и сотни раз. Поэтому вы делаете какие-то партнерские акции. У вас есть какой-то платный продукт, у него есть платный продукт. Соответственно, он гонит трафик на ваш продажник. Вы гоните трафик на его продажник. Плюс, ставите скрипт экзит-трафик. По-моему, у тебя, Юсуф, он где-то был бесплатный вариант на блоге?

Юсуф: Да. Но все-таки там не было дополнительных функций типа звукового сообщения «Подождите!». Есть в интернете решения.

Алексей: На самом деле я с помощью того скрипта набрал 3000 подписчиков с семи таких партнерских пиаров без всяких аудио, фото и каких-то мигающих сообщений.

Восьмая стратегия - это организация платной рекламы в рассылке. Сейчас на SmartResponder есть такая функция, что можно поискать авторов, которые продают рекламы. Многие люди, почему-то боятся это делать: «Я базу убью или еще что-то». Если делать грамотно, не каждые 3 дня посылать что-то, а 1-2 раза в месяц продавать рекламу в своей рассылке, то у вас появляются деньги на заказ платной рекламы в других рассылках.

Юсуф: Или в социальных сетях.

Алексей: Где угодно! В контексте, еще где-то. Допустим, вы написали человеку о взаимной рекомендации, он говорит: «Нет, я не хочу». Вы ему говорите: «Хорошо. Давай тогда ты у меня купишь рекламу в рассылке?». Кто-то купит, кто-то не купит, но в любом случае вы получаете деньги. Потом на эти деньги вы получаете себе подписчиков.

Девятая стратегия – приглашение подписчиков в свою партнерку. Социальные сети все больше развиваются. Через год будет еще круче, поэтому ваши подписчики могут рекомендовать ваши товары. Почему бы и нет? Но для этого нужно сделать какую-то видео-инструкцию, чтобы объяснить. Если у вас не инфобизнес, то 90 % людей не знают, что такое партнерка, как сделать себе Яндекс-кошелек и как вообще рекламировать ваши партнерские ссылки, где их брать и что делать. Поэтому вы делаете видео-инструкцию, письмо в серии писем и говорите: «Приходите ко мне партнерку». Дать им какой-то бонус, сказать: «Если вы сделаете три продажи, то я дам вам один тренинг бесплатно». Если вы все это объясните, то люди с охотой будут идти в вашу партнерку и пиарить вас через социальные сети или еще как-то.

Десятая рекомендация – банальный бонус за ссылку в интернете. Если вы не можете себе купить скрипт, социальный замок, вы просто делаете на блоке статью, где предлагаете один бонус и ссылку. Задача человека – разместить на любом сайте в комментариях к какому-то блогу, социальных сетях ссылку на ваш блог и отослать вам на e-mail эту ссылку. Соответственно, вы ему пошлете бонус. Это для тех людей, кто по каким-то причинам не разбирается в технических настройках и не может себе пока это позволить.

Юсуф: Да, такой упрощенный вариант.

Алексей: У меня работает и то, и то. Одно другому не мешает. Вы можете настроить все это в серию писем так, чтобы это было автоматом. Тот e-mail, на который они будут присылать, вы можете настроить: сделать автоответчик. В этом автоответчике вы кидаете эти ссылки на ваши бонусы.

Юсуф: Действительно серию писем зарядил, поставил автоответчик – все автоматизировано. Круто!

Алексей: Даже если человек задаст просто какой-то вопрос. Может быть, он не разместил. Фиг с ним! Большинство людей будут размещать ссылки и писать на ваш e-mail только после этого. Вот так вы все автоматизируете.

Одиннадцатая стратегия – это продажа тренингов своих и последующее вложение денег в платную рекламу. Как делает большинство людей? Заработал деньги – пошел потратил. Потом 2-3 тренинга провел. Половина отписалась. Те, кто остались, - не активные. Если у вас даже 20 тыс. подписчиков. Минимум 20 % - в платную рекламу: рассылки, контекст, покупка тренингов по лист-билдингу. В любом случае что-то делать для того, чтобы ваша база росла не только за счет самой базы, но и за счет тех денег, которые приносит вам ваша база.

Я работаю в трех нишах (поиск работы, личностный рост, инфобизнес). В сфере инфобизнеса я пробовал такую фишку. Я написал в базу письмо и спросил: «Если у вас есть подписная база от 3000 подписчиков, у меня есть для вас классное предложение». Люди, у которых была база от 3000 человека, ответили мне. Я им говорил: «У тебя база в 3000. Я тебе отдаю свой тренинг по лист-билдингу бесплатно, а ты делаешь пиар с моей рассылки у себя». Для человека это практически ничего не стоит. Отправить одно готовое письмо по базе – это 2 минуты. Он ничего не теряет и получает от меня курс по лист-билдингу. Я думаю, что это сработает не только в инфобизнесе.

Юсуф: У тебя как это сработало именно в нише инфобизнеса? Много ли написало? Много ли согласилось?

Алексей: В итоге человек 10 меня пропиарило. Причем, у меня была база в районе 10 тыс. тогда. Я специально ограничил число людей – от 3000 подписчиков. Отдавать свой бонус за меньший пиар смысла нет.

Даже если напишите письмо. Можете предложить свою консультацию, если вы достаточно хороший специалист. Можете дать какой-то тренинг, но среди вашей базы найдутся люди с базами и те, кто вас пропиарит. Просто надо это сделать и попробовать.

Двенадцатая стратегия – распродажи за пиар или деньги. Вы можете сделать распродажу за деньги, вложить в платную рекламу, либо распродажу за пиар. Здесь практически тоже самое. Можете взять какой-то вирусный скрипт и сказать: «Приведите ко мне 10 подписчиков и получите такой-то тренинг». Тем более, сейчас в сервисе от Алексея Захаренко можно настраивать: если ты приведешь 3 подписчика, ты получишь такой-то тренинг; если 5 – такой-то; если 10 – такой-то.

Юсуф: Да, классная функция. Алексей рассказывал на тренинге у Азамата как раз про эту функцию, которую они внедрили. Очень здорово! Можно отдавать за 1000 подписчиков консультации или коучинг, или еще что-то. Можно эти цифры очень далеко раскидывать. Люди, который могут привести более 1000 подписчиков, для них тоже найдется бонус от вас лично.

Алексей: Если человек получил 3 подписчика, получил от вас какой-то бонус. Он понимает: «Это работает! Приведу еще двух и получу еще какой-то бонус или приведу 10 и получу какой-то тренинг за 3 тыс. руб.» По сути, это распродажа за пиар. Вы ничего не делаете, а люди приводят к вам подписчиков.

Тринадцатая стратегия – продажа тренингов со скидкой для новичков. Как вы можете сделать? Если вы набираете базу, в SmartResponder есть такая функция, как Marketer, т.е. отслеживание подписчиков по определенному каналу. Допустим, вы с 1 октября меняете маркетеры везде, набираете на сентябрь какую-то новую базу, потом на эту базу вы делаете запуск тренинга со скидкой. У Азамата была такая фишка: человек подписывается, ему через скрипт предлагается тренинг с 50 % скидкой, но надо оплатить в течение суток. Вы можете сделать такой же скрипт, либо просто без скрипта.

Четырнадцатая стратегия – создание новых подписных курсов со страницы отдачи. В любом случае одним подписным курсом в инфобизнесе не обойдешься особенно, если вы только стартовали и у вас еще мало подписчиков. Вы можете сделать новый подписной курс на какую-то тему, сделать страницу отдачи и провести тренинг для старой базы.

Пятнадцатая тактика – обычная просьба. Если ты даешь людям качественный контент, тебе люди лайкают, комментируют, говорят спасибо, пишут в службу поддержки, то ты говоришь: «Мне нужна ваша поддержка!» Не просить, а объяснить, что у тебя хороший, качественный контент. Я думаю, что ваши друзья будут рады его изучить, почитать. Поэтому покликайте, полайкайте без всяких бонусов. Простая просьба. Иногда такие просьбы тоже хорошо работают.

Юсуф: Такие просьбы лучше упоминать в конце своих материалов, видео-уроков, статей. Причем, не по одному и тому же заготовленному шаблону. Если каждый раз это будет выглядеть по-разному, то, я думаю, это будет лучше работать.

Алексей: Да-да. Но опять же основа просьбы – то, что вы должны сначала дать что-то хорошее человеку. После хорошего контента просьба воспринимается на ура.

Последняя тактика – это запуск вашего нового тренинга. Вы можете его обкатать, допустим, опять же за каких-то подписчиков или за лайки в комментариях. Вы можете дать ограниченный доступ или доступ ко всему тренингу за какое-то количество подписчиков. Получить с людей отзывы и уже потом продавать за какую-то базу.

Я рассмотрел основные тактики. Если подвести небольшой итог, какие у меня сработали лучше.

Юсуф: Как раз хотел задать этот вопрос!

Алексей: Это синергия (взаимная рекомендация). Если у тебя есть база в 5000, ты можешь этим и заниматься. 2 раза кого-нибудь в месяц пропиарил, 2 раза в месяц кто-то пропиарил тебя. Уверен, что от 600 до 1000 подписчиков ты получишь только за счет этого.

Юсуф: В будущем можно уже партнерится с базами покрупнее. Именно так Левитас построил свою базу в 350 тыс. У него была сначала маленькая база. Он со всеми запартнерился на взаимный пиар. Дальше у него она стала больше, он запартнерился с игроками побольше, которые в начале не были готовы к такому сотрудничеству.

Алексей: Да, по сути, с базой в 10 тыс. ты уже можешь писать людям с базой в 15 тыс., потому что им тоже интересно сразу на 10 тыс. пропиариться. Значит, первое – это взаимная рекомендация.

Второе – это организация платной рекламы в рассылке. Также достаточно хорошо работает. Я набрал 40 тыс. 10 тыс. отписалось. В итоге 30 тыс. за девять месяцев, не затратив ни копейки своих

денег. Все деньги, которые у меня были, - это доходы от платной рекламы, которые я тратил на платную рекламу в рассылках.

Юсуф: Допустим, у человека, который сейчас нас читает, есть рассылки. Он думает: «Какую цену назначить? Как начать продавать рекламу?»

Алексей: Как начать продавать рекламу в рассылке? Первое – провести несколько синергий и взять у них отзывы людей. Они у тебя пропиарились. Какая разница, что они делали это бесплатно. Они же пиарились в твоей базе. Соответственно, они могут сказать, сколько подписчиков они у тебя получили.

Второе. Допустим, у тебя в базе 5 тыс. подписчиков. В среднем ты отпиарил 3 человек. Ты получил результат, что с твоих пиаров люди получают по 300 подписчиков в среднем. Ты уменьшаешь эту цену на треть, т.е. 200 подписчиков. Умножаешь эту цифру на 10 руб. за подписчика. Таким образом, твой пиар стоит 2000 руб. Почему такие цифры? Где-то я слышал, что достаточно хорошая цена – это 10 руб. за 1 подписчика. Хотя знаю, что многие готовы платить больше.

Юсуф: Если ниша связана с финансами, форексом или еще чем-то, где трафик дороже, то там можно уже и 30 руб. за 1 подписчика просить. Может быть, даже больше. Я думаю, что в любом случае стоит начинать с какой-то цены. Дальше пробовать увеличивать цену. Смотреть, как реагируют.

Алексей: Если много клиентов – значит, надо повышать цену. Если мало, то надо понижать либо активно их искать. В любом случае 2-3 синергии – у тебя есть отзывы. Ты понимаешь, сколько подписчиков ты можешь дать, и это продаешь. Все просто.

Юсуф: Продаешь – ты можешь искать авторов рассылок, писать им лично.

Алексей: Самая простая фишка – как найти клиента на платную рекламу в рассылке. Это записаться на тренинг к какому-нибудь гуру инфобизнеса, где сидят 200 человек в чате и пытаются продавать свои знания. Ты подкидываешь в чат: «Кому нужны подписчики?» Сразу тебя завалят заявками. Я вам гарантирую.

Поэтому синергия, платная реклама и партнерские акции. Даже простенький скрипт без всяких визуальных и дополнительных спецэффектов помог мне набрать 3000 подписчиков без всяких проблем. Плюс, получил деньги на платную рекламу, на развитие инфобизнеса.

Чем больше применять стратегия, тем больше будет результат.

Юсуф: Все стратегии, которые ты перечислил, нацелены на монетизацию. Вместо того, чтобы думать, как бесплатно привлечь подписчиков, проще сфокусироваться на том, как получить деньги из базы путем продажи, рекламы, своих продуктов, эти деньги уже пускать нормально, по-человечески на рекламу в социальных сетях, контекстной рекламы, покупку рекламы в рассылках. Это более органично, обдуманно, чем сидеть и думать: «Как же бесплатными способами увеличить базу?»

Алексей: Я расскажу кратко о тенденциях и правилах лист-билдинга, который я вижу.

Первое – все больше людей идет в инфобизнес. Соответственно, конкуренция растет. Если вы будете жить старыми методами, то очень скоро они теряют свою эффективность. Из этой конкуренции старые методики лист-билдинга все меньше дают эффект. Тот же SubScribe, который работал хорошо год назад, сейчас работает в разы хуже. Почему? Потому что толпы людей туда пошли. Конкуренция растет – старые методики теряют свою эффективность. Качественный контент все больше и больше выходит на первое место. Если раньше 2-3 человека в нише, никто этого не замечал. Все подписывались, получали PDF-отчеты, были рады по уши. Сейчас конкуренция большая. Уже надо напрягаться, чтобы человек вас запомнил, получил от вас качественный контент и выделил вас среди серой толпы.

Сейчас на SmartResponder 152 тыс. авторов рассылок. Где 2 недели назад число было меньше 150 тыс. Если вы будете работать по-старому, то вы будете получать все меньше и меньше. Лист-билдинг становится все проще, как это не смешно, но это так. Пожалуйста, берете вирусный скрипт, бонус, в базу письмо, и у вас уже несколько сотен подписчиков придет, плюс синергия, платная реклама. Все это проще, но это надо внедрять.

Основная тенденция, которую я вижу, - все больший уклон в построение базы именно через саму базу, потому что старые методики лист-билдинга будут становиться все менее эффективными. Если это бесплатно и любой человек может это использовать, то туда идут толпы людей и эффект теряется. Методики самолист-билдинга (like, социальные сети, вирусные скрипты), все больше и больше будут развиваться. Соответственно, все проще и быстрее будут набирать базу через саму базу. Гораздо проще, написать письмо своим подписчикам, чем пытаться уговорить партнера тебя пропиарить. Не каждый партнер согласится, а письмо в свою базу ты можешь послать хоть в 3 часа ночи.

Золотые правила лист-билдинга:

1) лист-билдинг – задача на все время существования инфобизнеса. Многие люди набрали 3000 подписчиков и рады по уши. Сидят и думают, что у них все в шоколаде. Нет! Вы должны заниматься этим каждый день. По крайней мере, каждую неделю что-то для этого делать.

- 2) люди будут отписываться каким бы классным вы не были. Вы можете ничего не продавать. Давать супер качественные контенты. Все равно люди будут отписываться, теряться, уходить из вашей базы, поэтому если вы не наращиваете базу, то вы ее теряете.
- 3) чем больше ваша база, тем больше подписчиков приходит на автопилоте. По своей базе я заметил, что если раньше у меня приходило 10 человек. Допустим, я ничего не делал 2 недели. Смотрю – вчера 10 приходило, сегодня 10. Сейчас у меня уже 50-70 человек приходит на автопилоте. Я вообще ничего не сделал, но они идут. Если еще будет база, то еще больше людей будут приходиться на автопилоте.
- 4) чем больше база, тем большие возможности открываются для лист-билдинга. Если у тебя в базе 5000 подписчиков, то ты можешь запартнериться с людьми, допустим, до 10 тыс. Если у тебя в базе уже 20 тыс., то ты можешь запартнериться даже с теми, у кого 40 и 50, потому что 20 тыс. намного интереснее, чем 5 тыс. Поэтому большая база открывает новые возможности.
- 5) чем быстрее ты набираешь базу, тем быстрее происходит ее рост. Новая база – это свежие активные подписчики. Они чаще переходят на блог, реагируют на ваши предложения. Соответственно, ты начинаешь набирать базу еще быстрее.
- 6) чем больше ты не работаешь с базой, тем быстрее она от тебя уходит. Если ты месяц ничего не писал, то есть такое правило, что ты потерял 10 % от своей базы.
- 7) внедряйте все, что найдете по лист-билдингу и покупайте все, что вы найдете по лист-билдингу, потому что это ваша задача на все времена. Одна фишка, которую вы можете в каком-то курсе узнать, он может вам потом за 2-3 года принести тысячи, а то и десятки тысяч подписчиков. Вот такие тенденции и простые правила.

Юсуф: Здорово! Я считаю, отличное завершение всего сезона секретов по лист-билдингу.

Я очень рад, что ты выделил время и что удалось у тебя интервью. Огромное спасибо! Если есть пару слов на прощание, то буду рад.

Алексей: Во-первых, спасибо тебе, Юсуф, за то, что согласился дать интервью, выделил тоже свое время. Рекомендация для тех, кто нас сейчас читает, - простая. В инфобизнесе самое главное – это ваша подписная база, поэтому чем больше вы будете над этим работать, чем больше у вас будет подписчиков, тем проще вам будет зарабатывать. Даже если вы не разбираетесь в копирайтинге, не знаете, как запускать лаунчи на 1000000 руб. В любом случае если у вас есть база, вы всегда можете заработать на чем угодно: на платной рекламе, на контекстной рекламе на блоге, если вы выпускаете там рассылку, на продажах партнерских товаров и т.д. База может решить большинство задач в

инфобизнесе, поэтому работайте над лист-билдингом, внедряйте максимум тактик и стратегий, и у вас все будет хорошо.

Юсуф: Подписываюсь под каждым словом. Всем удачи! Алексей, спасибо!