



«Семидневный план продажи информации в интернете»

Автор книги: Азамат Ушанов www.ushanovazamat.ru

Краткая справка об авторе:

Азамат Ушанов - один из самых опытных российских специалистов по продаже информации в интернете.

Личный сайт: <http://www.ushanovazamat.ru>

Авторский блог: <http://www.azamatushanov.com>



Основная специализация - обучение построению и монетизации базы подписчиков для инфо-бизнеса, а также другим смежным сферам в области онлайн-интернет-маркетинга. Ведет свою деятельность уже более 8 лет. Помогает усилить результаты как новичкам, так и профессионалам.

Автор и ведущий популярных тренингов "Золотой актив", "Массовые продажи", "Мастерская видео-продажников" и многих других.

Регулярный спикер на конференциях «Мастеринфобиз», «Инфоконференция» и многих других мероприятиях, посвящённых инфо-маркетингу.



Чтобы послушать видео-историю о том, как Азамат Ушанов начинал свой путь в инфо-маркетинге, перейдите по ссылке <http://www.smartinfomarketing.ru/story-video.htm>

Добрый день, уважаемый друг!

С вами Азамат Ушанов.

Добро пожаловать в семидневный план продажи информации.

Если вы читаете эти строки, значит, вас заинтересовала идея создавать свои собственные информационные продукты и продавать их через интернет со своего собственного мини-сайта. Я постараюсь вам в этом помочь.

Эта книга вам всего на неделю. На этой неделе у нас очень простая цель.

Через неделю у вас уже будет свой первый информационный продукт, и он уже будет выставлен на продажу в интернет. Да-да, всего через неделю.

В этой книге я не буду грузить вас большим количеством теории. Мы просто будем с вами каждый день двигаться в нужном направлении.

В интернете вы много всего читали, слушали, но смотрели на это дело со стороны. Все кардинальным образом меняется в тот момент, когда вы создаете свой первый продукт, создаете сайт, на котором этот продукт продается, и конечно, когда вы получаете свой самый первый заказ.

Проблема многих новичков в том, что у них сразу миллион долларов в глазах, миллион баксов. Вместо того чтобы подумать о своей ближайшей цели, заняться своим первым продуктом, они сразу думают что надо создать много продуктов, хотят иметь большую базу подписчиков, хотят зарабатывать по несколько миллионов рублей, или долларов, или евро в месяц. И так и не могут выделить время и силы на то чтобы сделать свой первый шаг, свой первый информационный продукт.

Поэтому, нужно поступать так, как поступают профессионалы. Все профессионалы, которых вы можете сейчас увидеть в интернете, сначала фокусировались на получении первого заказа. На создании первого продукта. На создании своего первого сайта. В голове у них была одна цель. Я хочу, чтобы у вас была тоже одна конкретная цель на протяжении этих семи дней. Наша с вами задача - за эти семь дней не заработать миллионы долларов или миллиарды евро, наша задача - создать свой первый информационный продукт и получить на него первый заказ. Я не имею ввиду, что это будет продукт на

20-и дисках, курс на 35 часов. Нет. Мы сделаем небольшой информационный продукт в экспресс-формате.

Ваш информационный продукт мы будем делать на примере моего обучающего курса по избавлению от страха публичных выступлений. Очень короткого, всего примерно на 70 минут. Вы можете сделать такой же без всяких проблем. На 60 минут, или на 80 минут, на 120 минут, возможно даже на 180 минут. Этой недели с лихвой хватит, чтобы сделать информационный продукт часа на три.

В конце книги вы оглянетесь, и увидите, что вы получили все что хотели. У вас будет свой инфо-продукт, вы получите свой первый заказ. Причем, совершенно неважно, как у вас закажут ваш продукт. Наложением платежом, или с помощью какой-либо платежной системы, или почтовым переводом – это не существенно. Главное, чтобы был зафиксирован факт заказа. Чтобы вы почувствовали, что такое действовать, что такое по-настоящему взять и получить заказ на то, что вы сделали своими руками. Вот именно в этот момент все меняется просто кардинально.

Самая трудная продажа – это первая продажа, в любом бизнесе, в интернет-продажах, в других бизнесах, везде. Да и не только в бизнесе, но и в жизни - как говорится, первый шаг, - он трудный самый. Получить свой самый первый заказ это, пожалуй, самое трудное. А после того как вы это сделаете, уже никаких проблем не будет, вы с легкостью получите и второй заказ, и десятый, и сотый, вы уже будете сами чувствовать, что вам нужно сделать. Есть большая разница - знать, что вам нужно делать, и на практическом уровне чувствовать это.

На протяжении всей этой книги мы с вами будем заниматься только практикой. Семь дней практики. Ноль теории.

Мы с вами сейчас стартуем с места в карьер. Мы возьмём одну тему, один метод создания сайта, один способ создания информационного продукта. Ваша задача шаг за шагом повторять за мной то, что я вам буду рассказывать и показывать. Сегодня у нас самый первый день, и сегодня мы должны выбрать тему вашего информационного продукта, который вы будете продавать в интернете, со своего собственного мини-сайта. Итак, поехали!

Закрытый раздел с сопроводительными видео-уроками

К книге прилагаются сопроводительные материалы в аудио и видео формате. Они понадобятся вам по мере выполнения практических заданий из книги.

Для того, чтобы получить бонусы, зайдите на сайт <http://www.ushanovazamat.ru/dop-material.htm>



Вы также можете приобрести полную **видео-версию** нашего тренинга «7-дневный план продажи информации с нуля», по мотивам которого была написана эта книга, со скидкой 50% и мгновенным получением всех уроков через интернет уже в течение ближайших 10 минут.

Воспользуйтесь этой выгодной возможностью прямо сейчас <http://www.ushanovazamat.ru/7day/1000book.php>

Оглавление книги:

День 1.....	8
Решительно выбираем тему.....	8
Проверяем тему.....	15
Окончательно определяемся с темой.....	23
День 2.....	25
Выбираем модель.....	25
Выбираем название.....	29
Готовим план инфо-продукта.....	31
Готовим планы уроков.....	38
Готовим программное обеспечение.....	41
День 3.....	63
Настраиваемся!.....	63
Записываем аудио.....	65
Записываем экранное видео.....	73
Редактируем видео.....	78
Компонуем файлы продукта.....	91
День 4.....	95
Делаем дизайн обложки.....	95
Используем фрилансеров.....	98
Заказываем домен и хостинг.....	100

Устанавливаем программу Dreamweaver	105
День 5	108
Разбираемся с продающим мини-сайтом	108
Разбираемся с продающим видео.....	114
Готовим слайды для продающего видео.....	124
День 6	130
Записываем продающее видео	130
Конвертируем видеоролик для интернета	133
Делаем мини-сайт.....	139
Подключаем прием платежей	181
День 7	206
Запускаем контекстную рекламу в Yandex Direct	207
Заключительные рекомендации. Всегда с деньгами.	237

День 1

Решительно выбираем тему

Шаг номер 1. Решительный выбор темы для продукта.

Да, да, да! Самое важное слово здесь не «выбор темы», а самое важное слово здесь именно «решительный». Я хочу это сразу подчеркнуть, мой дорогой друг. Почему? Да потому, что многие начинающие интернет-бизнесмены, когда начинают интересоваться процессом создания интернет-бизнеса, надолго, или навсегда заикливаются на процессе выбора темы.

У них или много идей в голове, и они не могут выбрать какую-нибудь одну, или они очень волнуются - будет ли их идея востребована и успешна.

Какую тему выбрать? А вдруг тема не будет востребована! А может лучше другую тему выбрать? А вдруг есть тема, в которой можно сразу же сделать продажи на миллион рублей в первый же день, за одно мгновение? Возникает куча не нужных вопросов. Попытки предугадать все события на много-много шагов, дней и лет вперед. И человек может целый год сидеть, что-то думать, читать разные материалы на тему интернет-бизнеса, пытаться проанализировать и предугадать - будет ли тема востребована.

В общем, полный дурдом и отсутствие результатов. Когда я рассказываю об этом, кажется смешно. Но люди-то от этого реально страдают!

Вы даже не представляете, сколько мне приходит писем с этим вопросом: «Азамат, есть вот такая идея, как вы думаете, эта тема будет востребована?» И у меня всегда один и тот же ответ: «А я откуда знаю? Я что, Нострадамус или это у меня на сайте написано, что я супер-мега-предсказатель всех продуктов мира?»

Предсказать это нельзя. Было много случаев, когда казалось что тема великолепная, ниша очень востребованная, потенциальных покупателей – куча, гарантировано огромное количество продаж, продукт будет «хитовым». А на практике оказывалось, что продукт продается слабо. Им не интересуются.

Или интересуются, но не покупают, потому что аудитория неплатежеспособная.

И бывает наоборот, что не особо удачная на первый взгляд тема, люди о ней информацию ищут слабо, трафика мало, то есть цифры говорят, что продажи будут слабые. А оказалось, что все цифры были не правы, и продукт оказался просто бестселлером.

Поэтому: я советую вам не заикливаться по поводу того, сработает или нет. Интернет тем и отличается от бизнеса в реальном мире (как говорят - в «оффлайне»), что в нем можно легко, просто и дешево попробовать и проверить. Не нужно гадать и сомневаться, через неделю вы все уже будете знать наверняка.

Вам не нужно тратить деньги ни на аренду помещения, ни на сотрудников. Рисковать вам здесь по сути нечем.

Вы в любом случае практически ничего не теряете и прогореть на большие деньги никак не можете. Почему? Да потому, что ваш стартовый капитал на создание одного информационного продукта может ограничиться всего двумя или тремя тысячами рублей. И все. Этого вполне хватит для начала.

Каждый ваш интернет-проект - это своеобразный любопытный тест. Представьте, что вы работаете в лаборатории интернет-бизнеса. И вы просто проводите любопытные эксперименты. Вы не делаете какие-то сверхважные проекты. Вам не надо обязательно, чтобы он сработал. Нет. Уберите совсем эту внутреннюю психологическую привязку. Потому, что в тот момент, когда человек слишком сильно хочет, чтобы что-то обязательно сработало, оно как раз и не получается.

И если вас не устроят результаты первого информационного продукта, через неделю вы можете сделать второй. И на его создание вам хватит уже 5-6 дней.

Не «выстрелил» второй – сделаете третий. И уже справитесь дня за три.

Нужно относиться к процессу как к игре. Вы играете здесь. Вы делаете тестовый проект. Вам совершенно безразлично, сработает он или нет. Каждый ваш продукт – это просто своеобразный любопытный эксперимент.

Вам очень любопытно, но не очень важно, именно этот информационный продукт принесет вам деньги, или же успех придёт от одного из следующих продуктов. Вот таков будет ваш подход.

Тем более, что у нас с вами всего лишь семь дней, и у нас нет времени переживать по поводу выбора темы продукта.

И поэтому прямо сейчас мы с вами выберем тему для вашего информационного продукта.

Для этого я вам задам один маленький вопрос.

В конце этой главы есть специальное место для ваших записей. Возьмите ручку и запишите: «Какие сложные или болезненные проблемы я преодолел в своём недалёком, а может и далёком прошлом?».

Личные болезненные проблемы.

Если вы скажете, что у вас никогда не было никаких проблем, то у меня только один вывод - вы с другой планеты. У каждого человека были, есть, или будут проблемы. Миллионы людей мучаются от одних и тех же проблем. Тысячи, десятки и сотни тысяч человек ищут ответы на эти вопросы в интернете. И вы можете помогать другим людям их решать.

Возможно, вы преодолели какие-то комплексы, или же вы справились с психологической проблемой. Может быть у вас были серьезные проблемы на работе, или проблемы были у ваших друзей, или близких.

Запишите в конце главы этот вопрос, и хорошенько подумайте.

Когда я задал себе этот вопрос, я сразу вспомнил свои школьные и студенческие годы. В то время я безумно боялся выступать на публике. Даже мысль о том, чтобы прочитать доклад в небольшой аудитории на 20 человек, где я к тому же всех знаю, и все они – мои друзья, - меня приводила в ужас. А уж сделать это! Меня трясло. Почему – я не знаю. Просто я очень нервничал. Сразу начинал заикаться, сразу начинал дрожать голос. Я никак не мог с этим справиться и чувствовал себя просто отвратительно. В общем, все симптомы страха выступлений.

Потом, я справился с этой своей проблемой. Я раздобыл в интернете упражнения, которые я стал делать и которые мне помогли. Тогда это было для меня очень личной и болезненной проблемой, я из-за нее комплексовал. А сейчас я и на семинарах выступаю, и тренинги провожу – проблем нет. Мне нравится!

И я сделал информационный продукт именно об этом. О страхе публичных выступлений.

Всего лишь 70 минут информации. Никакой сложной структуры. Я просто рассказал о тех приемах, перечислил те фишки, которые сработали у меня. Там даже не было пошагового алгоритма. Я просто взял и перечислил то, что у меня сработало на практике. Вот и всё.

И уже в первый месяц я получил 49 заказов. И каким-то магическим образом, уже даже без моего участия, этот курс продаётся у меня до сих пор.

Я больше чем уверен, что у вас тоже были подобные проблемы. Даже наверняка не одна. Я сам могу сделать несколько десятков информационных продуктов, просто отвечая на этот вопрос – «Какие болезненные личные проблемы у меня были?». У меня были проблемы с застенчивостью, с отношениями, проблемы были в разных областях. Я могу просто поделиться с людьми советами - как эти проблемы решать. И мой опыт будет полезен многим людям.

Не бойтесь брать темы, на которые уже есть ответы, курсы и различные материалы. Всё равно ваш опыт кому-то пригодится. Скорее всего, сейчас вы почувствуете, что ещё не доросли, чтобы кого-то учить. Но не нужно быть каким-то гуру или мега-экспертом. Чтобы создавать информационные продукты, нужно быть обычным человеком, чуть-чуть опытнее, чем ваш клиент.

Если о решении проблемы вам расскажет какой-то супергерой, вы подумаете – «Да, ему-то просто решать такие проблемы, ведь он – супер! А у меня, наверное, не получится!».

А вот если решение наболевшей проблемы вам подскажет такой же человек, как и вы, то тут чувствуешь и веришь, что и у тебя тоже все выйдет!

На своём сайте о публичных речах я написал сразу, что не являюсь специалистом по ораторскому искусству. Я просто обычный парень, у которого была сильная проблема, и которому удалось её решить. И что вы думаете, - продажи выросли, а слушать меня стали еще больше.

Дело в том, что людям нравится иметь дело с людьми, а не с манекенами или героями на пьедесталах. Они больше поверят, что лично им поможет совет такого же обычного человека, как они, а не совет супергероя, живущего совсем в другом мире.

Люди хотят покупать у людей. Поэтому не смущаемся, даже если вы взяли распространенную тему, на которую уже есть ответы, курсы, семинары. Всё равно ваш опыт будет кому-то полезен. Все дело в маркетинге, и я вам покажу, как этот маркетинг хорошо делать, чтобы у вас покупали.

Обратите внимание, что это должна быть действительно болезненная проблема. Не мелкая неприятность типа: «я собрался на рыбалку, а поплавков дома не оказалось, поэтому я расстроился». Нет! Проблема должна быть действительно болезненной. От которой вам было реально плохо, или вы боялись, что станет реально плохо. Например, серьезная проблема с банком, с кредитами. или с близким человеком. Или с самим собой. Проблема должна длительное время вызывать острый дискомфорт. Чем больший дискомфорт, и чем длительнее срок, в течение которого эта проблема мучает людей, тем больше будет у них желания купить ваш продукт, чтобы избавиться от нее.

Сейчас возьмите и ответьте решительным образом на тот вопрос, который я вам задал, и который вы записали в конце этой главы. Напишите там же ответы.

Если у вас все еще нет никаких идей, и вы сейчас говорите: «Азамат, я действительно прилетел с другой планеты, у меня никогда не было проблем, и вообще, я живу в мире радости и счастья», тогда просто замените одно слово.

Какую болезненную проблему в прошлом решил ваш друг? Или ваш коллега? Или приятель, или родственник? В чем он реально преуспел. Вот были у него какие-то серьезные проблемы, а потом он - раз - и стал в этом вопросе успешным. Например, раньше он был бедный, а теперь богатый. Или в про-

шлом у него спина болела, а теперь у него все в порядке. Как же он это сделал? Подумайте по поводу других людей, если у вас сейчас нет своей идеи. Но выбрать тему вы должны сейчас. Мне все равно, будете ли вы писать самостоятельно, или с коллегой, другом, неважно. Главное, чтобы тема у вас была сегодня.

У нас нет времени на перфекционизм, то есть на попытки достичь идеала. «Тот, кто пытается идеально подготовиться к поездке, обычно опаздывает на самолет». Завтра мы уже составим план информационного продукта. После завтра мы уже будем его записывать.

И для этого уже прямо сейчас нужен этот список. По меньшей мере, список из трёх проблем, которые вас действительно задели. Если получается больше – хорошо. Пусть будет 5. Пусть будет 10. Пусть 20. Как только у вас будет этот список, мы сразу же, сегодня же перейдем к следующему этапу.

Выясним востребованность этих тем. Ищут ли это люди в интернете, обсуждают ли на форумах, есть ли про это книги и обучающие курсы. Узнаем - есть ли по этим темам потенциальные покупатели. А потом, обведем всего лишь одну идею и сосредоточимся конкретно на ней.

Проверяем тему

Если вы написали хотя бы одну болезненную проблему, которую в прошлом благополучно для себя решили, то мы с вами двинемся дальше.

Если же у вас нет записанных тем, закройте эту книгу. Ну, не нужна она вам. Пока у вас не будет списка проблем, вы ничего полезного получить от дальнейшего прочтения не сможете. Можно прочесть еще тысячи страниц, посмотреть сотни видеокурсов, но ваша первая продажа состоится, только если вы скрупулезно сделаете набор конкретных действий, которым я вас учу. Вам не нужно заранее их знать и уметь. Тогда, когда придет черед совершать действие, я вам о нем расскажу. Вы получите результат только в том случае, если выполните все, что я вам даю.

Сейчас мы проверим востребованность ваших тем и выберем из них одну. Если окажется, что первая тема, которую мы сейчас будем проверять, эту проверку не проходит, можно проверить таким же образом вторую тему, третью.

Причем, даже не обязательно выбирать самую лучшую тему из списка, достаточно будет удостовериться, что тема вполне подходящая. Этот информационный продукт – просто эксперимент, учебная площадка, проект.

Да, вы уже можете на нем заработать, но никто не заставляет вас заниматься этой темой всю оставшуюся жизнь. Выбирая тему, вы не рискуете ничем.

Сейчас у вас записан список проблем.

Какая из них кажется самой интересной и болезненной?

Вот с нее и начнем. Проверим, есть ли у людей в интернете интерес к этой проблеме.

Для начала открываем сайт Yandex.ru и вбиваем в строку поиска ключевое слово или фразу, которая лучше всего характеризует вашу проблему.

Я буду показывать пошагово что и как делать, на примере моего информационного продукта «Бесстрашная публичная речь». Ваша задача - повторять за мной то же самое по своей теме, двигаться синхронно со мной.

Итак, открываем сайт Yandex.ru (www.ya.ru)

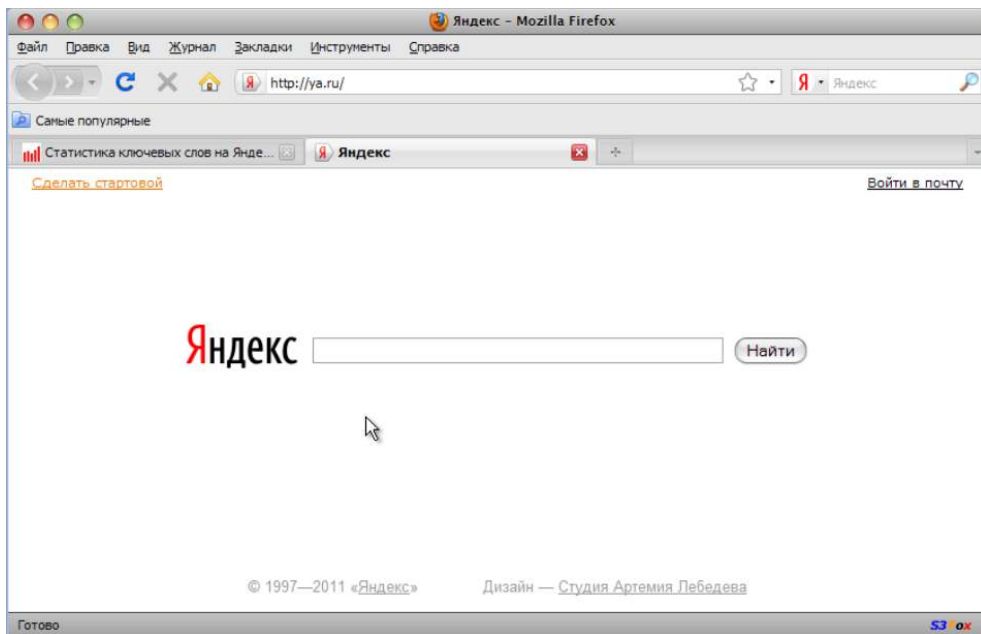


Рис. 001

Вбиваем в строку поиска самое общее ключевое слово своей темы и нажимаем на Enter.

Ключевое слово, или ключевой запрос – это те слова, по которым люди ищут в интернете информацию.

Нам сейчас нужны самые общие ключевые слова. Вот, например, у меня была проблема с публичными речами, с публичным выступлением. На пубlike, даже на маленькую группу людей, мне было страшно встать и что-то сказать. Моя тема – это страх публичных выступлений.

Но это специфичный ключевой запрос.

Мы понимаем, что если у человека нет проблем с публичными выступлениями, то он, скорее всего и искать информацию о публичных выступлениях не будет. А если у него есть этот страх?

Тогда он может искать информацию по словам «как избавиться от страха публичных выступлений», или по словам «страх публичных выступлений», или по словам «публичные выступления». Причем если он спросит «публичные выступления», то Яндекс найдет ему и про страх перед ними, и о том, как от этого страха избавиться, и множество других сопутствующих тем.

Поэтому, мы проверяем факт общего интереса к теме, по наиболее общему поисковому запросу.

Проверяем, что есть тематические сайты, где мы можем в перспективе рекламироваться, что есть обсуждения, форумы, тренинги, что по этой теме продаются книги.

Я вбил в Яндекс не «страх публичных выступлений», а просто «публичное выступление»

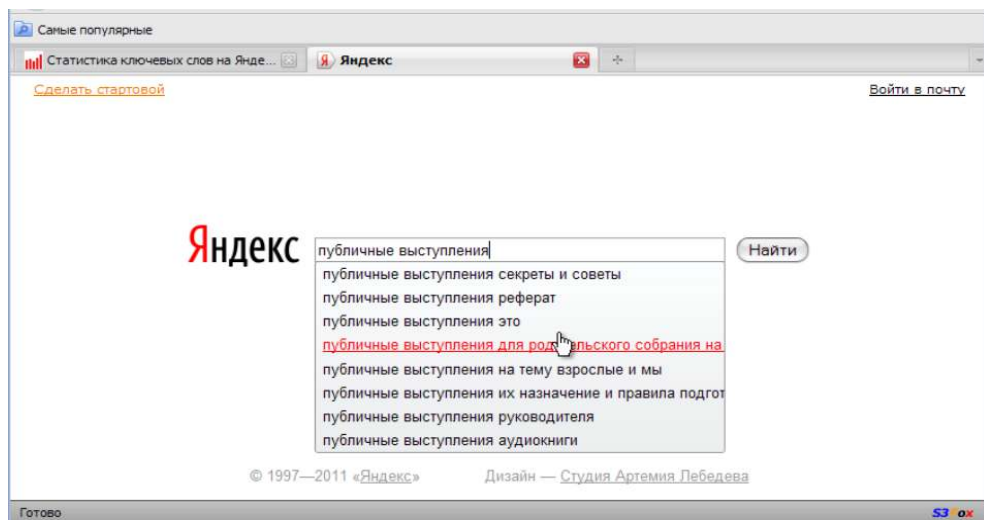


Рис. 002

И Яндекс нашёл мне кучу сайтов:

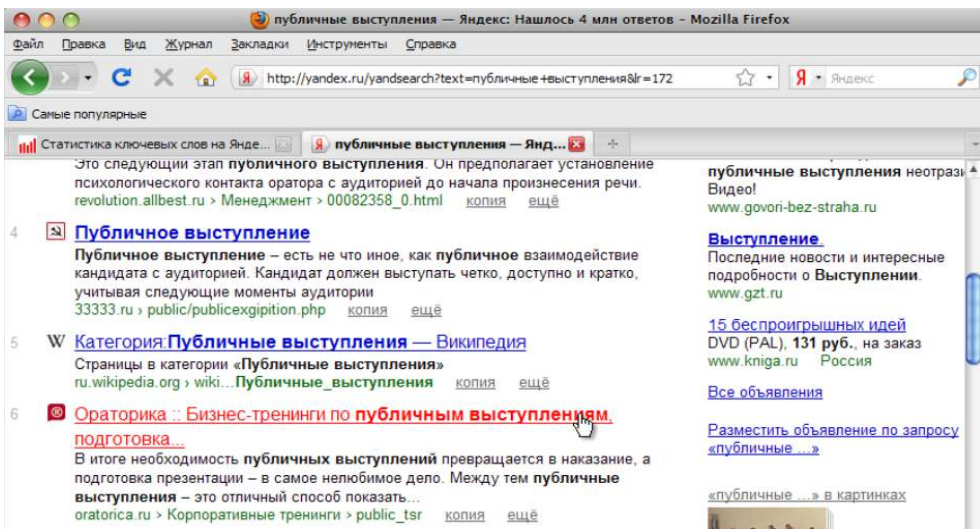


Рис. 003

Есть информационные продукты, продаются бизнес-тренинги по публичным выступлениям, есть закрытые тренинги.

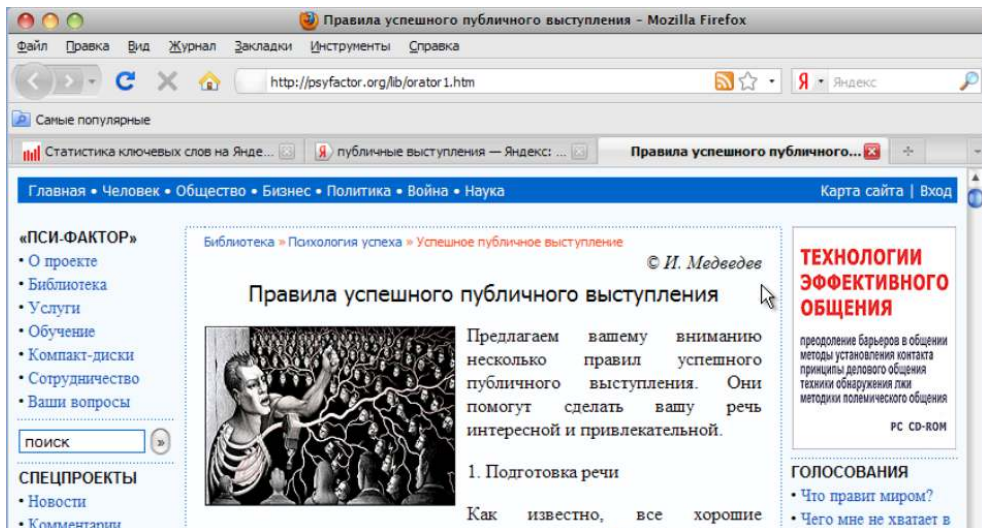


Рис. 004

На мой запрос «публичные выступления» нашлось около 4 миллионов сайтов, это значит, что тема актуальна. «Движуха» есть.

Теперь проверим, есть ли книги на эту тему. Заходим на сайт www.ozon.ru и тоже ищем книги на тему «публичные выступления»:

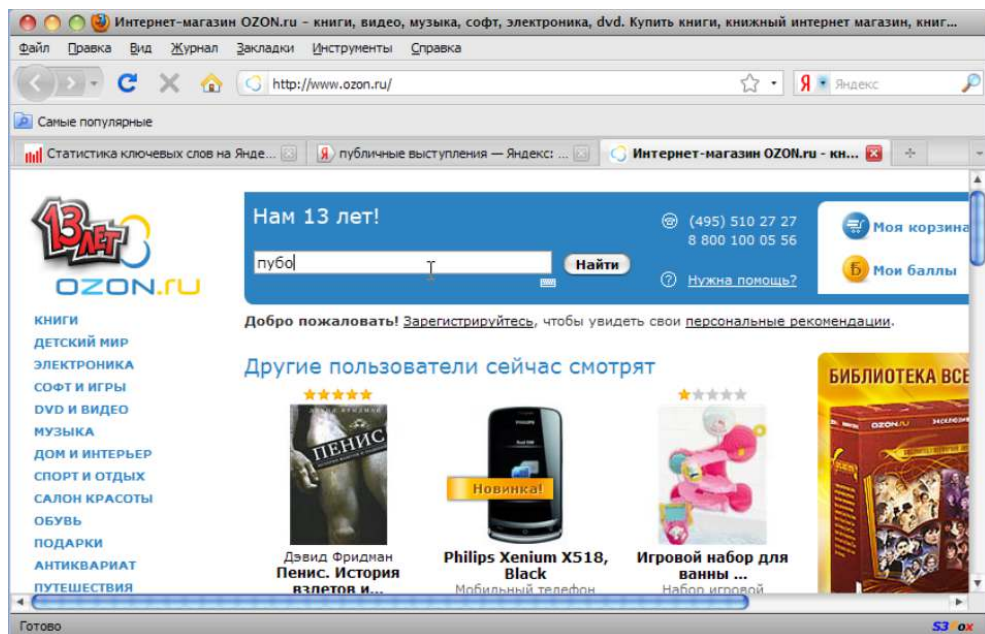


Рис. 005

Да, и книги тоже есть. Теперь мы точно убедились, что тема востребована. Есть и сайты, и тренинги, и форумы, и книги. Значит, тему подобрали правильно.

Теперь вам нужно сделать то же самое, уже по своим темам. Проверить свои темы на актуальность.

Проверить, есть ли сайты, есть ли тренинги, форумы, книги.

И если они есть, и если их много, то это не просто хорошо, это отлично!

Фаза тестирования спроса № 2.

По тем темам, по которым спрос в целом есть, используем еще один инструмент проверки. Статистику поисковых запросов Яндекса.

Набираем в браузере адрес wordstat.yandex.ru и нажимаем Enter:

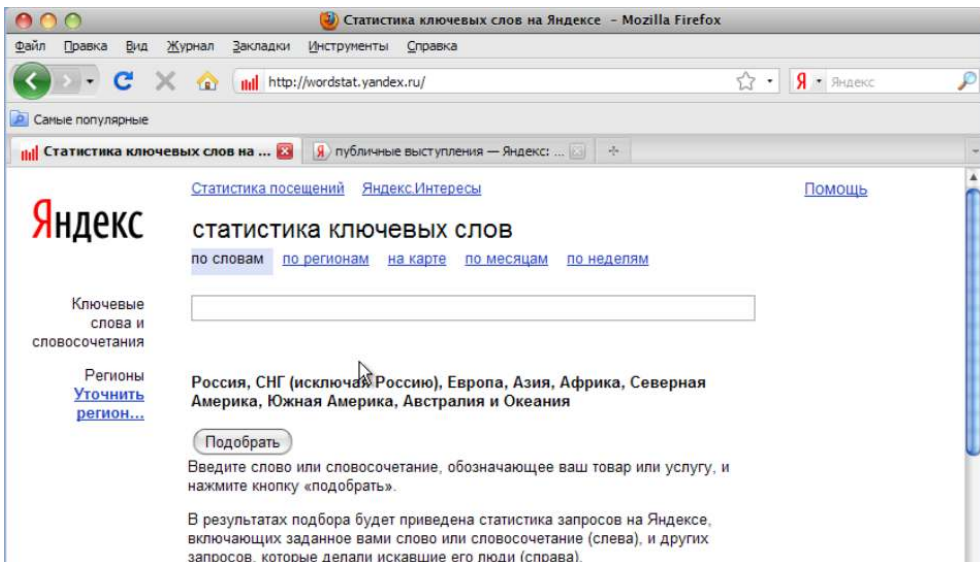


Рис. 006

На этом ресурсе мы можем узнать, сколько людей искали ту или иную ключевую фразу. Вбиваю опять запрос «публичное выступление». И вижу:

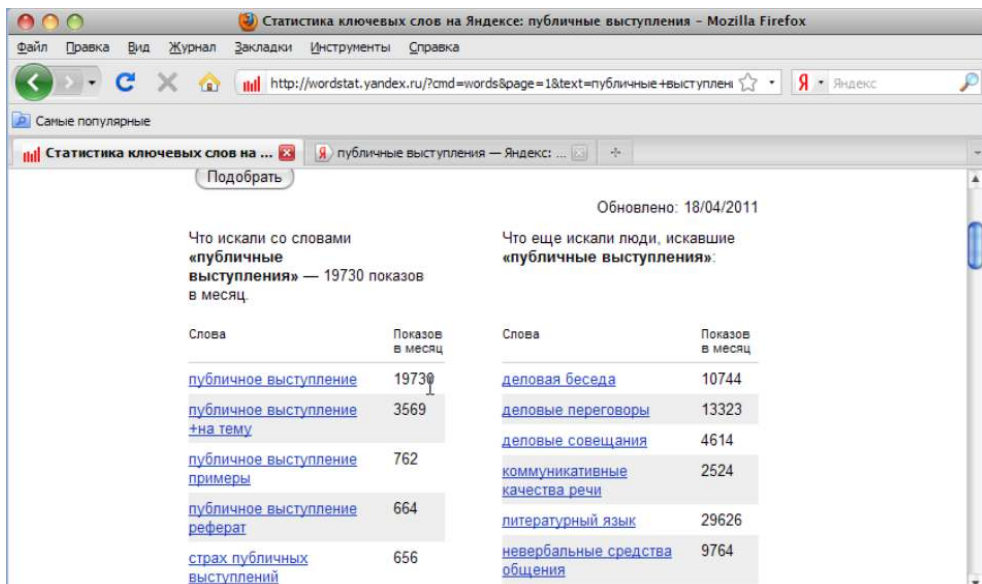


Рис. 007

Вижу, что в прошлом месяце эту фразу в Яндексe искали 19 тысяч 730 человек! Увидев эту цифру в первый раз, я сразу понял, что мой информационный продукт будут покупать. А также я понял, что большинство людей, которые вбивают эту фразу, боятся выступать на публике. А это значит, что им может понадобиться мой тренинг.

Вот, кстати, еще совет: если добавить слово «страх» к любому начинанию, то наверняка угадаешь с темой. Все начинания, все новое, все что нужно сделать в первый раз, вызывает страх, потому что неизвестность пугает.

Причем, по словам «публичное выступление» искали информацию 19 тысяч 730 человек, а по словам «страх публичных выступлений» - искали информацию всего 656 человек. Казалось бы, это очень мало. Другой человек на моём месте сказал бы: «Запросов мало, я не буду делать тренинг на эту тему». А я взял и сделал, и получил хороший источник дохода с этого совсем небольшого информационного продукта и совсем маленького сайта.

Побольше чем у некоторых зарплата.

Секрет в том, что люди не любят признаваться в своих страхах. Поэтому можно взять какую-то популярную тему и помочь людям преодолеть страх, который сидит в ней.

Так что не надо пугаться маленьких цифр в специфичных запросах, главное, чтобы основной запрос искали хотя бы 10 тысяч человек в месяц.

Нужно обратить внимание, что любую проблему можно описать разными словами. И для оценки популярности темы надо просуммировать все запросы. Например, по моей теме 19 730 человек искали «публичное выступление», еще 3 669 человек искали «публичное выступление на тему», кто-то искал «страх публичных выступлений», много людей интересовалось словами «ораторское искусство». И так далее и то прочее, поэтому все что нужно - это убедиться, что у людей есть достаточный интерес к теме.

Теперь практическое задание:

- По каждой из подготовленных тем из списка вам нужно узнать количество поисковых запросов. Сколько человек в месяц ищут эти слова. Нужно

просуммировать все подходящие запросы по этой теме, и если набралось больше 10 тысяч запросов, ставим у этой темы в списке галочку.

- Нужно еще раз оценить темы из списка на наличие болезненной проблемы. Главное, чтобы проблема, которую вы можете решить своим информационным продуктом, действительно была болезненной.

Чтобы люди сразу же были готовы заплатить за решение деньги. Представьте себя. Если бы у вас сейчас была эта проблема, если бы у вас с ней все было плохо, и вы увидели в интернете обучающий продукт, вы бы его взяли? Если внутренний ответ «да», и если спрос по самой распространенной ключевой фразе есть, ставим в списке возле этой темы галочку.

Дальше будем принимать твердое, уверенное решение, окончательно выбирать тему.

Готово?

Переворачиваем страницу.

Окончательно определяемся с темой

Хорошо, сейчас у нас должен быть список тем, отмеченных галочками. Какую из них выбрать? Какая будет лучше? Какую проще осуществить? Что делать, если в голове несколько идей?

Так вот: любую.

Какая разница, с какого проекта вы начнете? Вы поймите, что если захотите, то сможете сделать все эти проекты по очереди. Главное начать с одного.

Посмотрите на свой список. Там уже выполнены все проверки и отмечены галочками подходящие темы. Сайты есть, блоги есть, тренинги тоже есть.

Поэтому, посмотрите на свой список, и просто прислушайтесь к своим ощущениям: какая тема лично вам ближе. К какому варианту больше склоняетесь, какой проект больше хочется сделать. Наша интуиция никогда не подводит.

Может быть, какие-то темы кажутся более денежными, но чувствуешь себя в них не комфортно. Не страшно, их тоже можно реализовать, только вторым номером, третьим, четвертым и так далее.

Сейчас нужен номер один. Та тема, которая кажется самой удачной, потому что именно то, что делаешь с удовольствием, на подъеме, то и получается лучше всего.

Здесь нет риска. Абсолютно. Можно или выиграть, или можно не проиграть. Нужно учиться рисковать, нужно учиться принимать решения быстро и уверенно, развивать в себе данный навык.

Вы должны понять, как приходят деньги. Деньги приходят в тот момент, когда вы что-то продали. Чтобы что-то продать, нужно, чтобы у вас было это что-то готово на 100%. Полностью готово, уже упаковано, и не на 99% , а на все 100%. А чтобы сделать продукт, который готов на все 100 %, нужно концентрироваться только на нем, нужно держать только один проект в голове. В

будущем, да, когда у вас уже будет серьезный информационный бизнес, можно делать несколько проектов сразу. Но, даже я, занимаясь этим уже многие годы, должен концентрироваться. Как только я пытаюсь сесть сразу на несколько стульев, у меня ничего не получается. Приходит стресс, все замедляется, тормозится. А когда концентрируюсь строго на одном проекте, все проблемы уходят, и сразу все идет как по маслу.

Я хочу, чтобы на протяжении этой недели у вас все шло как по маслу. Поэтому прислушиваемся к себе: одна из тем вам нравится больше всех, ее нужно выбрать не данными анализа, а своими внутренними ощущениями, тем, что чувствуется внутри. Выбрать ту тему, которая вызывает внутри наибольший подъем, наибольшее желание.

И запишите ее здесь:

Завтра мы составим план вашего собственного информационного продукта по этой теме, придумаем продукту название, составим структуру и решим еще несколько вопросов. А сейчас – ваше решение!

Принимайте его твердо.

День 2

Выбираем модель

Приветствую вас, дорогой коллега. С вами снова Азамат Ушанов, и добро пожаловать во второй день нашего курса.

Вы уже подготовили список «горячих» тем, таких, которые важны для людей. Вы проверили их востребованность. Вы оценили количество поисковых запросов за месяц по этим темам. И, наконец, вы выбрали одну тему, свою первую тему для создания своего первого информационного продукта.

Сегодня мы выберем модель информационного продукта, то есть, как он будет выстроен изнутри. Рассмотрим всего три варианта, их для первого информационного продукта будет более чем достаточно. Потом мы должны будем придумать название продукту и сделать его детальный план.

Итак, рассмотрим варианты. Первый вариант: информационный продукт можно сделать в виде пошагового руководства, то есть просто взять клиента за руку, и пошагово провести его от проблемы к решению.

Второй вариант модели, то есть внутреннего устройства продукта - сделать его в виде набора полезных советов. Именно полезных и действенных советов, я называю это моделью «мясных» фишек.

Ну и третий вариант: информационный продукт можно сделать в виде горячих вопросов и ответов, то есть в форме интервью, в котором опытный человек, назовем его экспертом, делится своим опытом по решению проблемы.

Можно сделать и комбинированную модель, в виде объединения нескольких моделей.

Вот, например, эта книга – как раз объединение всех этих моделей. В ней дается и пошаговый алгоритм – как по шагам дойти до нужного результата, в ней раскрывается множество секретов, даются практические советы, так сказать «фишки». И, кроме того, я как в обычном разговоре, рассказываю о своем личном опыте, можно сказать – даю интервью.

Теперь подробно разберемся с каждой из этих моделей.

Вспомните себя, когда у вас была проблема в выбранной теме, и вы с ней успешно справились. Наверняка, вы можете рассказать, что, в какой последовательности, и как нужно делать другому человеку, чтобы тоже справиться с этой проблемой. То есть, фактически, вы можете рассказать алгоритм, последовательность шагов, нужных для решения этой проблемы.

Представьте себе мысленно этот путь. Из точки А в точку Б. Точка А - это тот момент жизни, когда у вас была проблема, а точка Б - это уже тот момент жизни, когда вы ее успешно решили. Теперь вспомните, какие вопросы пришлось при этом решить, с какими задачами нужно было справиться? И чем больше задач пришлось решить, чем больше этапов пройти, тем лучше! Каждый такой шаг, каждая такая задача и вопрос, каждый такой этап станут одним уроком информационного продукта. Допустим, на пути к решению этой проблемы пришлось уладить 20 вопросов, значит, у вас будет 20 видео или аудио уроков.

Второй вариант: «мясные» фишки. По сути это методики, секреты, стратегии, какие-то практические советы и рекомендации, которые принесли результат лично вам. Именно по этому методу я сделал свой курс «Бесстрашная публичная речь». Там нет пошаговой структуры, я просто перечислил то ли 8, то ли 9 фишек, которые испытал на себе, и которые мне помогли реально справиться с моей проблемой.

Этим методом пользуются многие создатели тренингов, видео уроков, авторы книг. Например, я больше чем уверен, что вам не раз попадались книги с названиями типа: «25 секретов чего-нибудь» или «7 способов сделать то-то и то-то», таких продуктов просто великое множество.

При такой модели в одном уроке рассказывается что «помогло вот это», в следующем уроке – что «хорошо сработало то», следующий урок – следующий совет... Вы можете выступить в роли человека, который отделяет зерна от плевел, который может найти несколько нужных иголок в стоге сена.

Вы можете позиционировать свой продукт так: «В интернете столько информации на эту тему, но очень и очень много воды. А я вам дам 9 фишек, которые действительно работают на практике. 9 секретных методов, 9 прак-

тических приемов». Люди любят «мясо», они любят то, что работает, то, что можно сразу взять и применить, внедрить и почувствовать разницу.

В третьем варианте можно сделать инфо-продукт в виде интервью. Можно позвать друга, подготовить серию вопросов и пусть он их вам задает. А вы будете исполнять роль эксперта, на эти вопросы отвечать, и это всё запишем на аудио.

Можно сделать несколько интервью с разными людьми. Отлично, если удастся найти несколько человек, которые разбираются в теме, и взять интервью у них, в итоге может получиться солидный инфо-продукт, состоящий из нескольких дисков.

Теперь определимся, какую конкретно модель использовать.

Можете ли дать своему клиенту пошаговый алгоритм?

Если можете, то за основу нужно брать модель в виде пошагового алгоритма. Это приоритетный вариант. Потому что люди очень любят, когда им дают упорядоченные, систематизированные быстрые рецепты. Когда дается последовательность конкретных действий, в результате которых они могут получить быструю пользу.

Если пошаговый алгоритм дать не получается, то можете ли вы на хорошем эмоциональном подъеме, живо и доходчиво что-то рассказать, или привлечь людей, которые это могут?

Если Да, то ваша модель – интервью с горячими вопросами и ответами.

Если не пошаговый алгоритм, и не интервью, то основа вашего варианта – «мясные» фишки.

Можно совместить эти три модели, например сделать основной продукт в виде пошаговых инструкций, и приложить к нему два бонуса. Первый бонус - это «мясные» фишки по теме, так сказать «секретные секреты». Второй бонус - интервью с каким-нибудь экспертом, который хорошо разбирается в данной тематике.

Теперь нужно четко зафиксировать, какая у вашего информационного продукта будет модель. Поставьте плюсы возле тех моделей, которые вы будете использовать:

- Пошаговый алгоритм
- Интервью
- Фишки

Отлично! Теперь у нас есть модель инфо-продукта, и мы идем дальше!

Выбираем название

Сейчас мы придумаем название для вашего информационного продукта.

Для пошаговой модели можно придумать примерно такое название: «Как сделать то и это за столько-то времени». В названиях инфо-продуктов клиенты обращают внимание на конкретику.

Им хочется избавиться от неизвестности и неопределенности, хочется конкретно знать, что будет. Поэтому, если в названии инфо-продукта фигурируют цифры, а также заявлен конкретный результат от применения информации, то ваш инфо-продукт приобретает большую ценность.

Когда в названии продукта указывается какая-то цифра, то люди больше обращают внимание на этот продукт и лучше покупают. Или обещана конкретная выгода за конкретный промежуток времени, или указано конкретное число фишек.

Хорошо, если в названии указана какая-то специфика, то есть особенности именно этого продукта, которые помогают людям еще ярче и подробнее представить то, что они покупают. Общие названия, «обо всем на свете», - не продают, продает конкретика и специфика, нужно использовать их всегда.

Для модели интервью очень подходит название: «Вся, правда, о...». Например: «Вся правда о похудении». Или «Вся правда о бизнесе в интернете». Это название вызывает интерес. Вы можете при этом дополнительно намекнуть, что «В газетах об этом не пишут, по телевизору не говорят, а как на самом деле с этим обстоят дела? Вот об этом вы и узнаете от меня, и я вам раскрою все тайны данного вопроса». Это очень интригующее название.

Остался последний вариант модели инфо-продукта: «мясные» фишки. Для этой модели лучше всего подходит название в стиле: «12 секретных методов...», или что-то в этом роде. Главное указать в названии, какие преимущества получит клиент и за какое время.

Еще несколько советов, как придумать хорошее название:

Не нужно использовать длинных названий, лучше, если будет не больше 5 слов.

Нужно упомянуть конкретную основную ключевую выгоду клиента, которую он получит от информационного продукта.

Люди хотят систематизированной информации, комплексной хорошей информации, потому что в интернете в основном обрывки, фрагменты. И когда им предлагают что-то законченное, комплексное... И когда сразу становится понятно, какой будет результат... Да еще уточняется что конкретно для этого надо – столько-то времени, или сделать столько-то действий... То сразу возникает реакция – «Ого, это то, что мне нужно, я это хочу!»

Если же вообще ничего не приходит в голову, можно назвать продукт по названию конечной цели, по наименованию конечного результата. Например, мой курс по избавлению от страха публичных выступлений я назвал просто: «Бесстрашная публичная речь».

Еще лучше было бы добавить к этому названию какую-нибудь цифру. Например: «Бесстрашная публичная речь за 24 часа», но я тогда еще не подумался про магическую силу конкретных цифр в названии. Чтобы покупатель сразу увидел свою выгоду, то есть что уже через 24 часа он сможет свободно выступать на публике. Обещание конкретной выгоды за конкретное время.

Ну что же, сейчас нам нужно записать название своего продукта, и мы двинемся дальше.

Итак, запишите здесь название своего информационного продукта:

Готовим план инфо-продукта

В прошлых уроках мы с вами выбрали модель вашего информационного продукта и придумали его название.

Теперь нужен подробный план продукта. Для этого, прямо в этой книге, в конце этой главы я специально оставил чистый лист бумаги. Теперь вам нужно будет сделать следующее: взять эту книгу, ручку, отключить сотовый телефон, встать со стула и пойти в какое-нибудь кафе. Или в парк, или устроиться в автомобиле.

Все равно где, важно только, чтобы вас никто не отвлекал, но все-таки лучше в кафе, там будет удобнее. Вот в этом именно и заключается секрет: нужно уехать куда-то в другое место, дома не получится, потому что дома всегда кто-то отвлекает. Кто-то придет, или позвонит, дети, семья, всегда найдутся десятки отвлечений. Поэтому нужно уехать туда, где будешь один на один только со своими записями.

Ни в коем случае нельзя составлять план на компьютере, ни в виде документа Word, ни в виде интеллект-карты, никак. Большая часть планов, которые составляются на компьютере, никогда не осуществляются. Нужно все писать на бумаге, потому что происходит какая-то неопознанная магия. Когда мы пишем на бумаге и принимаем решения на бумаге - тогда все совсем по-другому, тогда все получается.

Поэтому сейчас вставляйте и идите в свое любимое место, и не забудьте оставить все гаджеты дома. Никаких ноутбуков, планшетов, смартфонов, ничего. Плюс, доступа к интернету у вас не должно быть вообще.

Итак, добираемся до места, заказываем какой-нибудь напиток, сок или кофе и принимаемся за составление плана, так сказать, совмещая полезное с приятным.

Усаживайтесь поудобнее, расслабьтесь, и подумайте с чего начать. Что необходимо знать человеку, который только начал смотреть или слушать ваш инфо-продукт?

Всё полезное, что приходит в голову, записывайте на чистых листах в конце этой главы. Сейчас вы сами увидите, что на бумаге намного проще что-то создавать, чем на компьютере, и когда вы вернетесь домой, у вас уже будет четкое понимание – что за чем делать, уже будет готовый план инфо-продукта, и можно будет приступить к его осуществлению.

В первую очередь нужно расписать названия уроков. Допустим, выбрана пошаговая модель инфобизнеса, значит, перечень уроков будет выглядеть примерно так: шаг 1 – такой-то, шаг 2 – такой-то, шаг 3, шаг 4 и так далее.

Представляйте, какие шаги нужно пройти клиенту, и записывайте их, записывайте интересные мысли и факты, которые при этом приходят в голову.

Каждый шаг мы скоро превратим в отдельный урок.

Что делать, если шагов мало? Допустим, получилось всего пять шагов.

Тогда их нужно разбить на более мелкие шажки, например: шаг 1, шаг 1.2, шаг 1.3, шаг 1.4 и так далее, мы ведь помним, что по каждому такому пункту мы будем делать отдельный урок?

В итоге получится внушительное количество уроков, хотя вначале было всего пять шагов.

Вот мой пример:

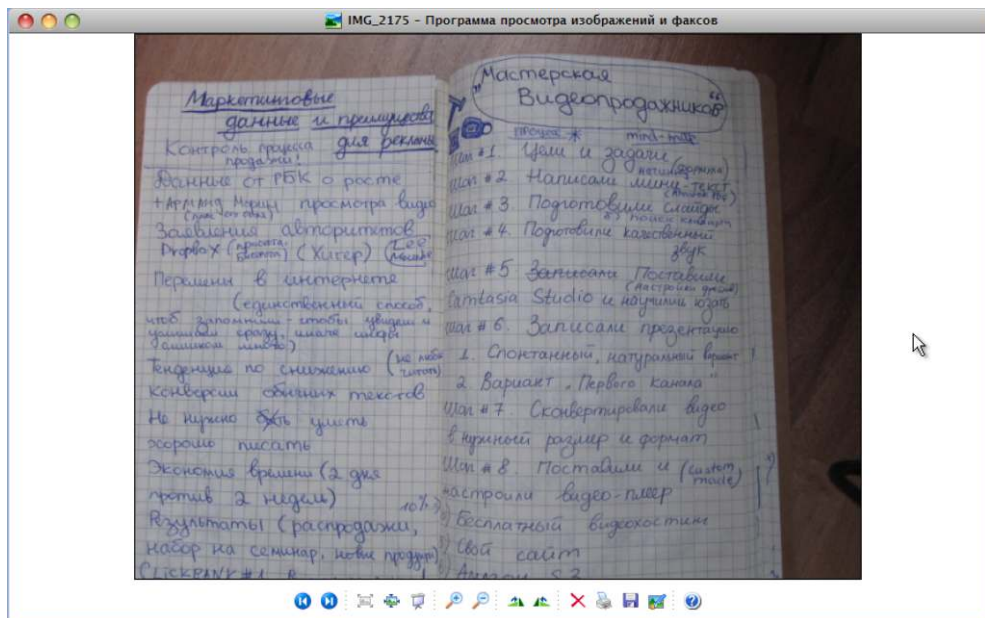


Рис. 008

Это план моего курса по видео-маркетингу в интернет. Я выбрал тему, принял решение, и поехал в любимое кафе. Там я сел со своей записной книжкой, взял ручку, написал сверху название продукта «Мастерская видео-продажников». (мастерская продающего видео)

И, поскольку, у меня была модель пошагового алгоритма, я просто расписал шаги. Я представил мысленно, что моему клиенту нужно сделать, чтобы получить на выходе продающее видео. Я эти шаги расписал, и каждый шаг потом превратил в видео-урок. Все очень просто.

После создания такого плана мне было очень легко создать сам информационный продукт. Я составил небольшой график, распределил запись уроков по дням, и начал потихоньку записывать.

У нас с вами ситуация пожестче, у нас осталось всего шесть дней, но у нас и нет задачи создавать такой многочасовой курс. Нам нужно создать небольшой инфо-продукт, примерно на семьдесят минут, может немного больше, как мой курс о «бесстрашной публичной речи», чтобы можно было записать этот продукт всего за один день, за завтра.

Кстати, вот план, который я написал, когда создавал «Бесстрашную публичную речь»:

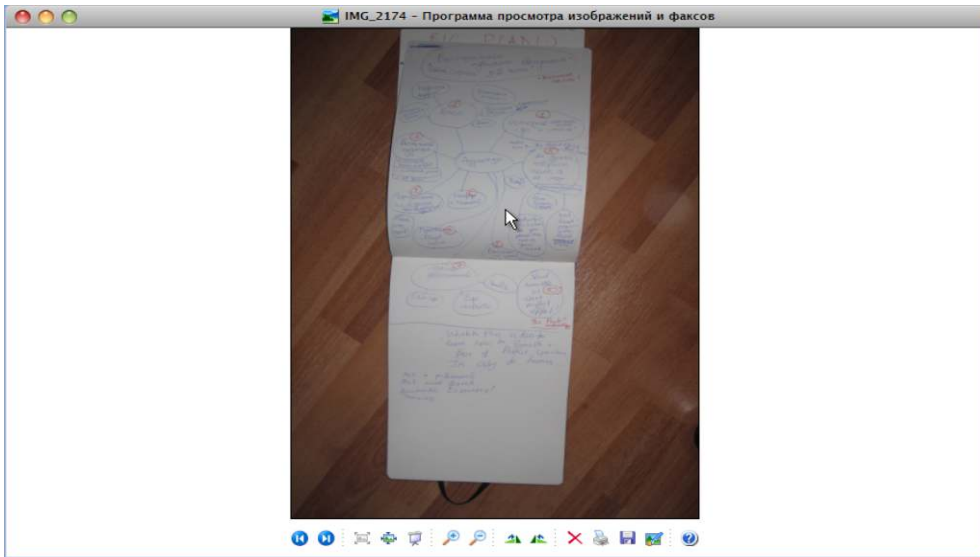


Рис. 009

Посмотрим поближе:

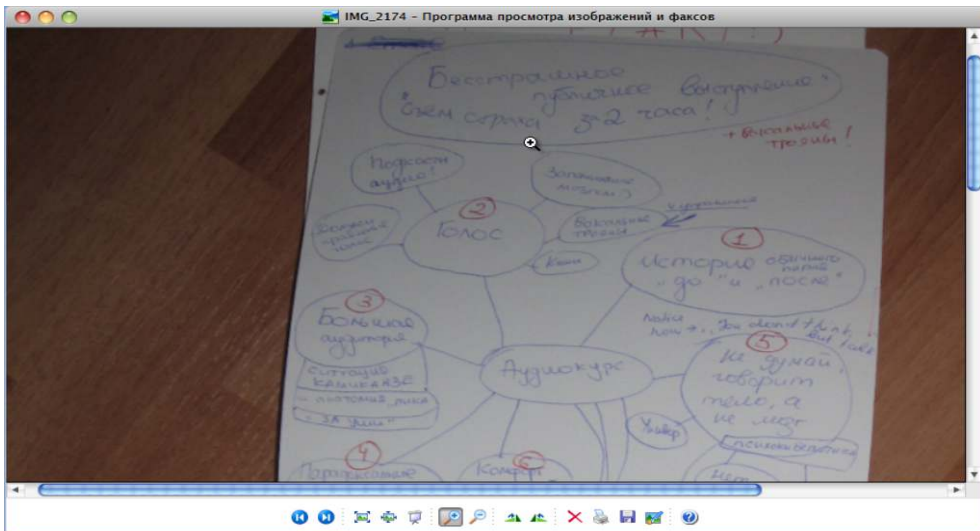


Рис. 010

На листке бумаги я просто расписал фишки, которые когда-то мне самому помогли. План я сделал в виде своеобразной интеллект-карты, и снова подчеркиваю, что план сделал именно на бумаге. Не на компьютере, а на бумаге, чтобы моя рука все это писала и чтобы, каким-то магическим образом, эта информация «прокладывалась» у меня в мозгу.

В самом начале я описал свою историю, от начала и до конца. Потом идут разные советы: по поводу голоса, дикции, другие советы. Дальше несколько упражнений, чтобы преодолеть свой страх. И в конце заключение, как все эти методы изменили мою жизнь. Между прочим, это отличный план, могу посоветовать воспользоваться им, если выбрана модель «мясных» фишек.

После того как я сделал этот план, я сразу же начал записывать свой инфо-продукт, и у меня получился видеокурс длительностью около семидесяти минут.

На самом деле и дальше все тоже очень просто - я создал презентацию powerpoint, нажал на «запись» в специальной программе, и закадровым голосом всё это озвучивал. Если делать инфо-продукт с моделью «мясных» фишек, нужно будет сделать примерно так же, немного позже я покажу, как это делается.

Помню, когда я делал этот план, я тоже приехал в своё любимое кафе, пообедал и составил этот план. Когда я вернулся домой, я уже чётко знал, что именно я буду делать завтра. Еще раз повторюсь, что продукт у меня получился на семьдесят минут, и я его записал всего лишь за один день. Это же нужно будет завтра сделать и нам.

Дальше. Если вы выбрали модель информационного продукта «интервью с горячими вопросами и ответами», то сразу может возникнуть вопрос: а как составить хорошие вопросы? На самом деле тут всё просто. Нужно представить человека с проблемой, которую будет решать наш продукт, и дальше нужно начинать записывать вопросы, которые этого человека могут волновать. Начиная с самого простого, и постепенно переходить к более сложным, вот в принципе и всё!

Если же вопросы в голову не приходят, то можно зайти на любые форумы по данной теме и там посмотреть, какие проблемы возникают у пользова-

телей, какие они задают вопросы, какие термины используют, и на основании этого составить свои собственные вопросы.

Можно зайти на сайты, где рекламируются какие-то тренинги по теме, по которой вы будете делать свой инфо-продукт, и посмотреть, какие выгоды там перечисляются, что человек получит, когда закончит тренинг.

И дальше превратить эти выгоды в вопросы для своего личного интервью. Только нужно помнить, что свой личный опыт сработает сильнее, принесет больше дохода, чем то, о чем только поверхностно услышал или где-то прочитал.

Вот, в общем-то, и все секреты.

А теперь выделяем 2 часа, чтобы подготовить план. Фокусируемся, переворачиваем страницу, и приступаем!

Название моего инфо-продукта:

Рабочий план моего продукта:

Готовим планы уроков

Вы, я надеюсь, съездили в любимое кафе, посидели там, с удовольствием попили кофе и составили план своего продукта.

Теперь у нас с вами следующий шаг: нам нужно подготовить план уроков.

Вам нужно взять несколько листов бумаги, по количеству уроков, и расписать каждый урок, точнее нужно написать то, что вы будете говорить в каждом уроке.

Сначала рекомендую подготовить 3-5 вводных предложений, в которых, вы будете рассказывать, что конкретно рассматривается в уроке и зачем это нужно. Эти предложения нужно записать полностью, чтобы проговорить их в микрофон слово в слово. Бывает, что когда начинаешь запись своих первых уроков, можешь впасть в ступор. Как только загорается кнопка «запись», слова и мысли куда-то улечиваются, и оказывается непросто произнести хотя бы слово. Вот для того, чтобы этого не произошло, воспользуемся моей формулой: начинать каждый урок с фраз: «Здравствуйте! Меня зовут ... И в этом уроке мы поговорим о ...». Самое трудное произнести первые слова. Потом, когда уже разговорился, язык развязывается, и начинаешь спокойно говорить.

Запишите эти фразы на листочки, и у вас уже будет готова вводная часть каждого урока.

Далее нужно сделать на этом же листочке пометки про все фишки, секреты, тактики, советы и рецепты, которые нужно осветить в данном уроке. Эту, основную часть урока, нужно записывать тезисно, так сказать, постепенно создавая для себя карту урока:

- вот такая проблема...

- и я с ней тоже сталкивался и отлично вас понимаю...

- вот сейчас мы с Вами делаем то-то и то-то, и вот почему это важно...

То есть нужно записывать все тонкости, особенности, мысли, идеи, которые приходят в голову. Слово в слово эту часть писать не надо, важно просто сделать себе пометки, чтобы во время записи своего курса последовательно двигаться в нужном направлении. Записывайте все это тезисно, на отдельном листе бумаги, шаг за шагом.

И, пожалуйста, все свои уроки озвучивайте русским, понятным языком. Не нужно придумывать какие-то заумные словечки и сложные обороты.

Говорить нужно так, чтобы и маленький ребёнок понял.

Теперь я расскажу, как заканчивать уроки. Напишите завершающие фразы, они являются шаблонными и их используют все. Вот эти фразы, на их основе составьте свои, запишите их, и во время записи уроков проговорите слово в слово:

- Сегодня мы рассмотрели то-то и то-то.

- В этом уроке мы рассмотрели то и это.

- Я вам рассказал про пятое и про десятое.

- Мы разобрались, почему нужно сделать то и это, а сейчас сделайте это, пожалуйста.

- А завтра мы пройдем то-то и то-то.

- В следующем уроке мы поговорим о том, как...

Так должен заканчиваться каждый ваш урок.

Ни в коем случае не учите весь текст наизусть, клиенты этого не любят. У них сразу же возникает мысль, что текст читает робот, и слушать им будет не интересно. Говорить нужно свободно, как будто общаетесь с соседом или с другом, говорить с эмоциями, и тогда людям будет интересно слушать. Вы через проблему прошли, успешно с ней справились, и именно это клиентам и нужно – выслушать советы знающего человека. Просто нужно искренне постараться помочь людям решить те проблемы, которые вы умеете решать, нужно говорить эмоционально, выделять интонациями и хорошее и плохое, стараться заечь своих слушателей.

Тогда, они простят все недочеты и все слова-паразиты.

Все получится отлично!

Давайте еще раз повторим, что сейчас нужно сделать:

- Взять по одному чистому листу бумаги на каждый урок своего продукта.
- Слово в слово записать для каждого урока вводную часть.
- Записать тезисы каждого урока.
- Слово в слово записать завершающую часть каждого урока.

Я делаю именно так.

А теперь сделайте это: напишите план всех своих уроков.

Готовим программное обеспечение

Сегодня, дорогие мои друзья, у нас уже выполнен большой объем работы: мы выбрали модель нашего инфо-продукта, составили его план и составили план каждого урока.

Последний шаг на сегодня - это скачивание и установка трех программ, которые нам будут необходимы. Пользоваться этими программами мы начнем завтра, а скачаем и установим их прямо сейчас, чтобы завтра не тратить на это время.

Все программы, которые мы будем использовать в этом курсе, выложены на моем сайте, в специальном разделе для моих читателей, то есть для вас. После регистрации можно скачивать их оттуда совершенно бесплатно. Если вы еще не зарегистрировались, то пора, регистрируйтесь. Адрес специального раздела указан в самом начале книги, во вводной части.

Для регистрации вам нужно просто ввести свое имя и адрес своей электронной почты. Если же у вас, мой дорогой друг, еще нет своей электронной почты, то нужно ее сейчас завести, потому что она совсем скоро потребуется и для создания сайта, и для регистрации в платежных системах, и для запуска контекстной рекламы. Заведите свою электронную почту на почтовом сервисе Google.com, там есть некоторые полезности, которые позже вам могут пригодиться.

Зарегистрируйтесь у меня на сайте, но сейчас углубляться в него не надо. Времени у нас немного, оно очень сжато, и сначала нам нужно полностью подготовить наш информационный продукт, а все остальное потом. Скачивать нужные нам программы мы будем не с моего сайта, а непосредственно из интернета, это нужно по двум причинам:

- ✓ Потому что на сайтах производителей программы обновляются, в них устраняются обнаруженные ошибки, и непосредственно на сайтах производителей программы самые свежие.
- ✓ Чтобы в этом курсе нам с вами проработать навык поиска и скачивания программ из интернета.

Первая программа, которая нам нужна, называется «Audacity», сейчас мы её найдём и скачаем. Это бесплатная, свободно распространяемая программа, которая разрабатывается волонтерами со всего мира. Несмотря на то, что она полностью свободна и бесплатна, в ней есть все, что нам нужно.

Вводим в строку поиска в Яндексе или в Google «audacity»:

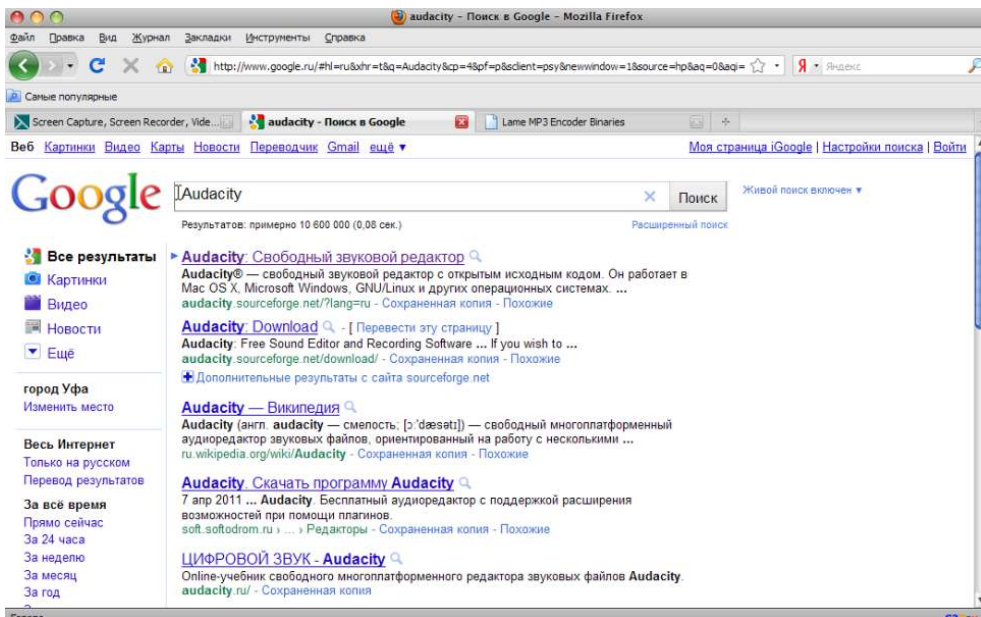


Рис. 011

Или можно пройти по прямому адресу:
audacity.sourceforge.net/download/windows

Это официальный сайт Audacity, отсюда мы программу и возьмем. Скачивать лучше именно отсюда, потому что здесь находится самая свежая и безопасная версия.

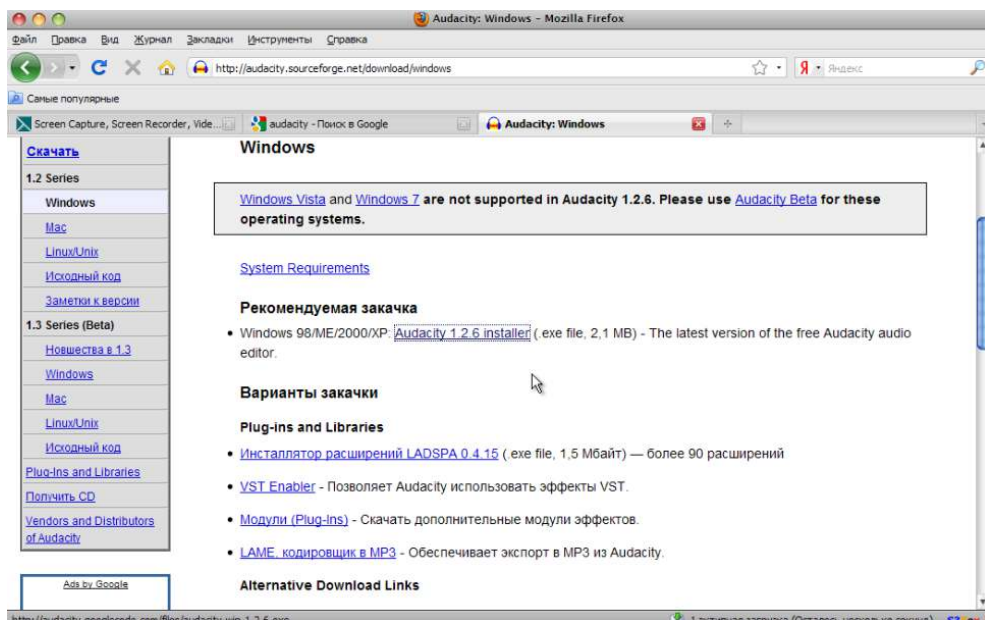


Рис. 012

Вот мы нашли, где скачать инсталлятор, сохраняем его на рабочем столе.

Попутная подсказка: дорогой друг, если вы совсем новичок в интернете, и у вас возникают трудности с освоением программ, то можно воспользоваться таким алгоритмом:

Шаг 1: Заходим на <http://www.youtube.com>

Шаг 2: Вводим в строке поиска на Ютубе название интересующей нас программы, в данном случае вводим «audacity»

Шаг 3: Ютуб выдаст множество видеоуроков по программе, которая нас интересует. Выбираем и изучаем те, которые нужны в данный момент.

Но сейчас не надо ничего изучать «про запас», просто запоминаем, что есть отличное место, замечательный видеосправочник, где можно поискать ответы, если будет проблема с продвижением по этой книге. Не останавливаемся без необходимости, двигаемся дальше, чтобы добраться до нужного нам результата.

Дальше нам нужно скачать еще одну программку, эта программа называется LAME. Это программа-кодировщик, она служит дополнением к программе Audacity и позволяет сохранять наши записи в mp3 формате. Ссылка на скачивание этой программки находится на той же странице, что и ссылка на скачивание самой Audacity.

А вот прямая ссылка:

<http://lame1.buanzo.com.ar/>

Чтобы скачать Lame, нужно воспользоваться инструкцией, которая показана в картинках:

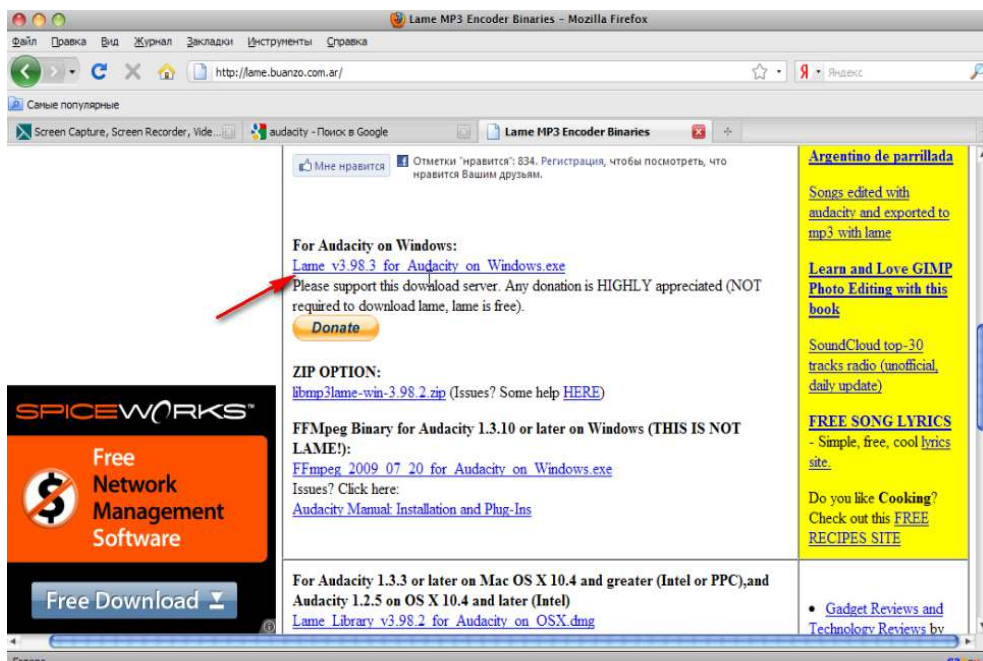


Рис. 013

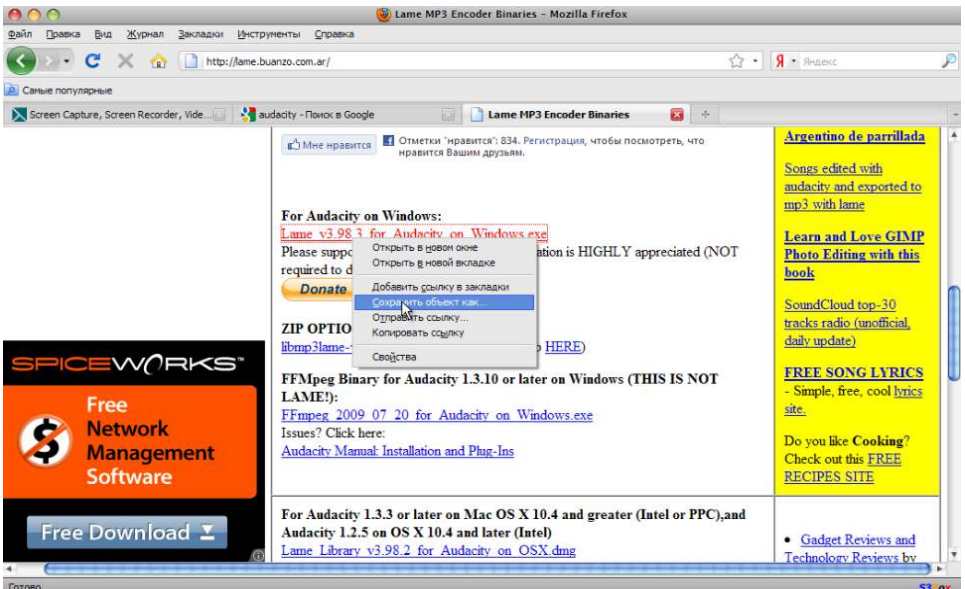


Рис. 014

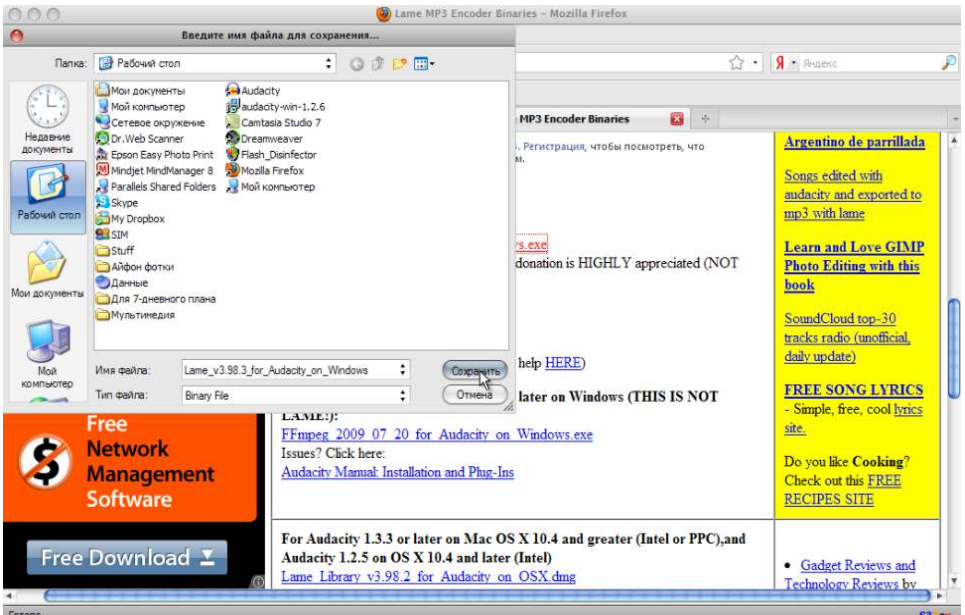


Рис. 015

Вот мы сохранили эти программы на рабочем столе, и сейчас я покажу что делать дальше.

Сначала установим Audacity:

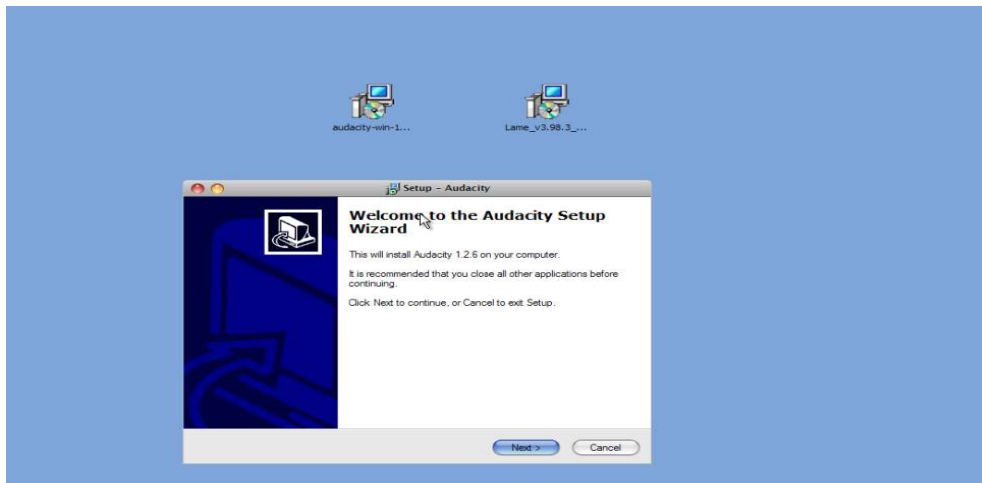


Рис. 016

Видим, что началась установка. После установки появится вот такое окно:

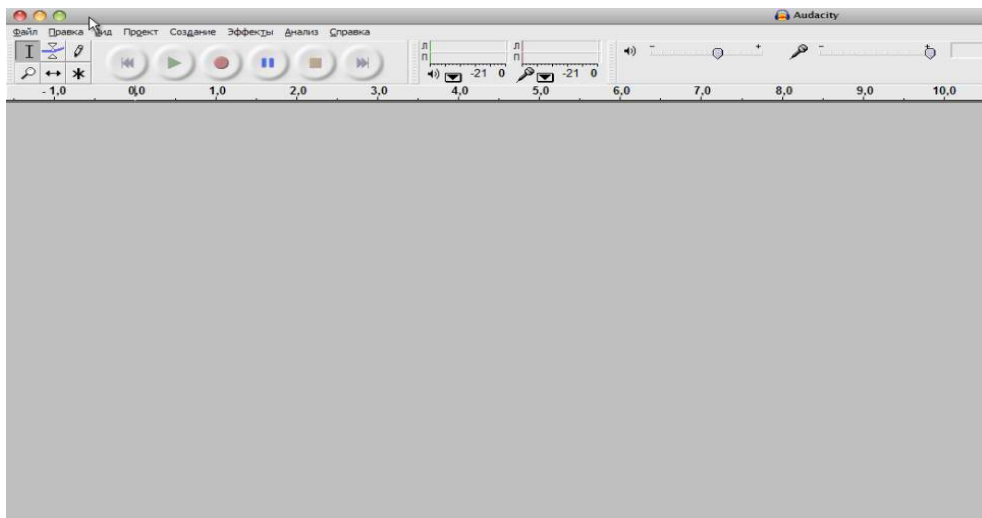


Рис. 017

Обратите внимание на вот эту красную кнопку «Записать», когда нажимаешь на нее, как раз и начинается запись:

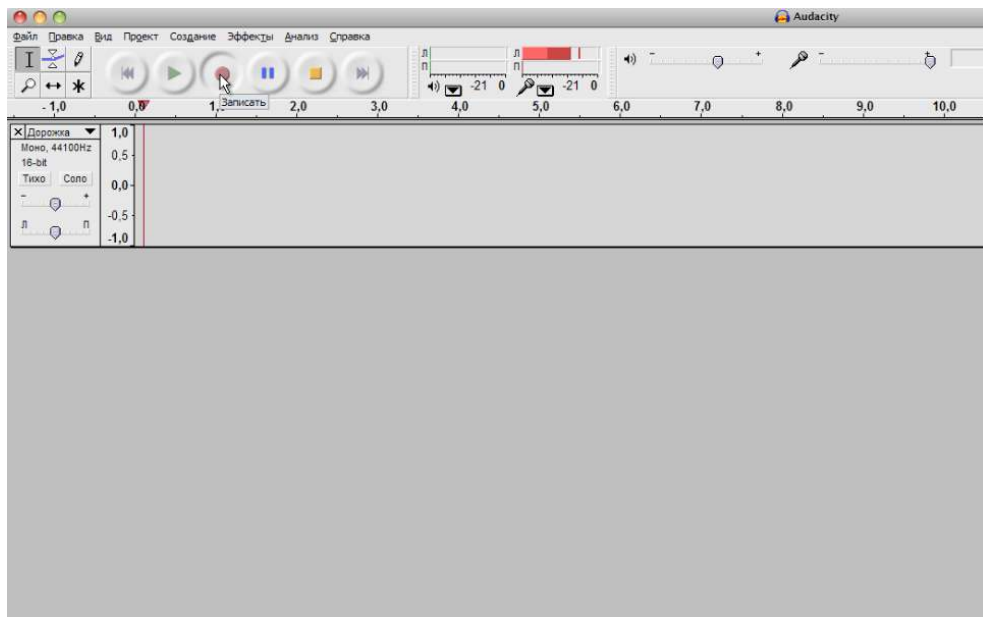


Рис. 018

Еще нужно обратить внимание на полоску с индикацией уровня записи, когда звук записывается. В этой полоске, синхронно с голосом должна появляться и опадать красная полоска. Если этого не происходит, значит нужно разобраться с микрофоном. Обычно программа находит и настраивает микрофон сама, поэтому вам скорее всего ничего делать не придётся, только нажать красную кнопку.

Нажали на красную кнопку - началась запись, нажали на стоп – запись сделана.

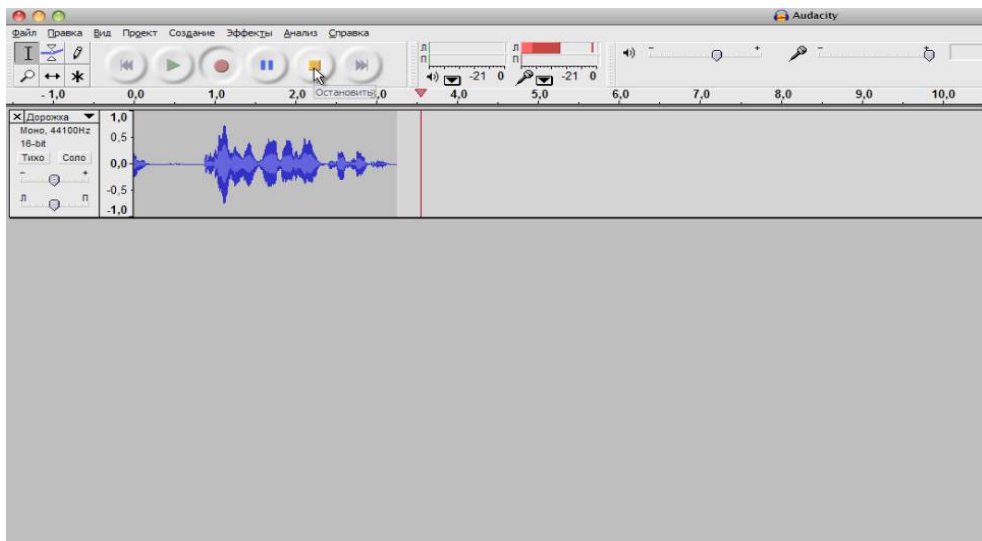


Рис. 019

А чтобы удалить какой-то фрагмент записи, выделяем ненужную часть записи ...

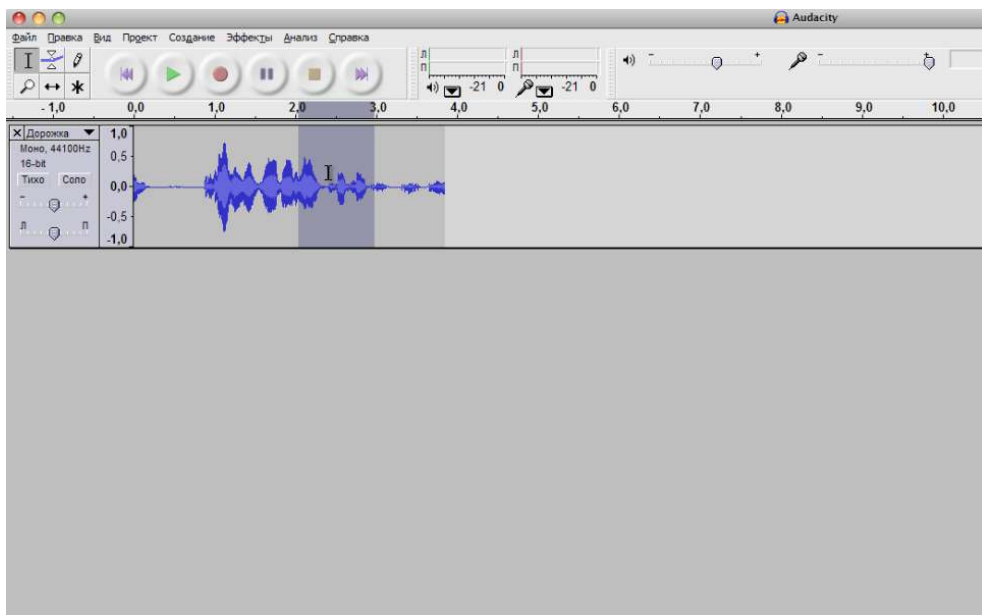


Рис. 020

... выбираем в меню пункт «правка», нажимаем «вырезать»...

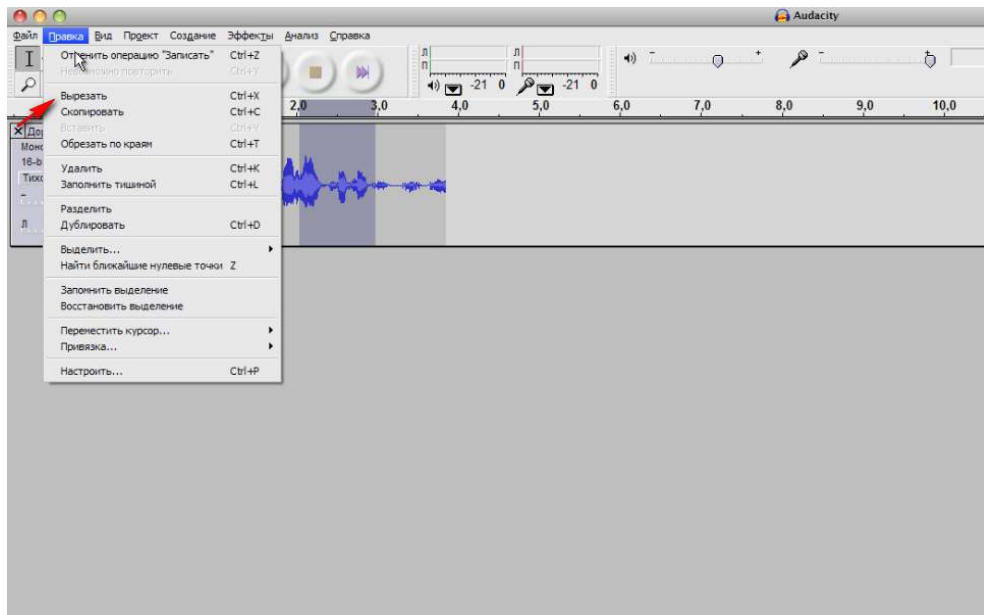


Рис. 021

...и ненужная часть записи исчезла! Вот так вы и будете действовать.

С первой программой разобрались, теперь нам нужно установить вторую программу, то есть тот самый кодировщик, чтобы мы могли сохранять наши файлы в формате mp3, то есть в виде файлов, которые можно прослушивать на любых устройствах.

Начинаем установку, дальше никаких хитростей нет, можно просто соглашаться со всем, что установщик предлагает. Нажимай «далее», «далее», соглашайся с выбором папки, куда будет установлена программа и всё готово!

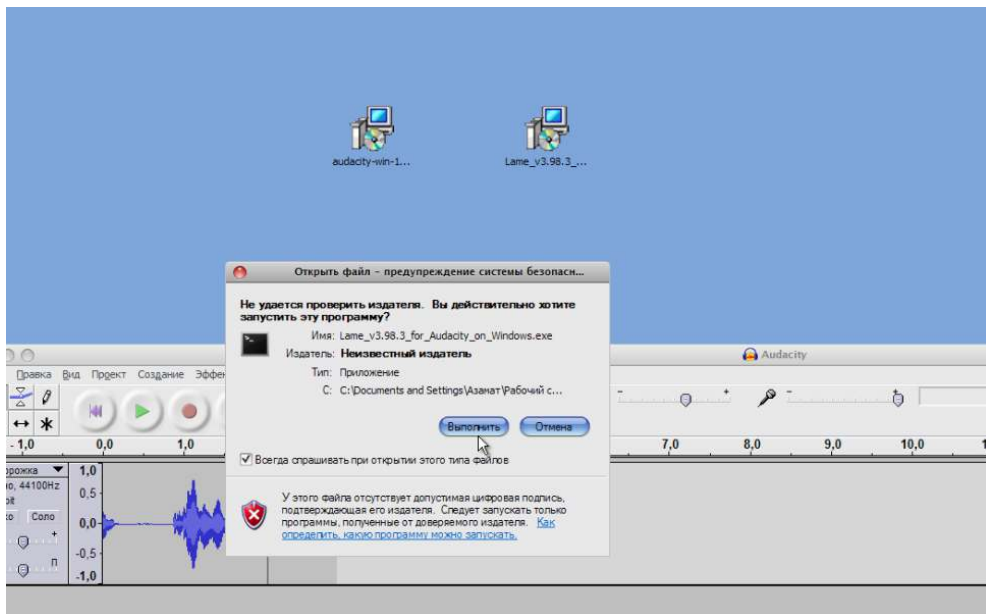


Рис. 022

Сейчас нам нужно проверить программу, для этого заходим в программу Audacity и делаем запись. Посмотрим, получится ли у нас перекодировать нашу запись в mp3:

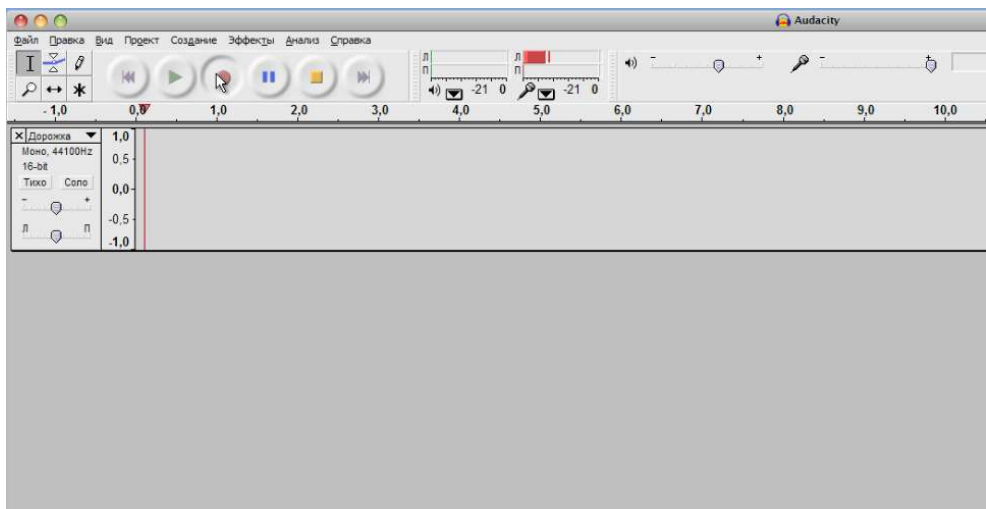


Рис. 023

Сейчас смотрите на последовательность действий на картинках, и делайте один в один, как на них.

...выбираем «Экспортировать в mp3»:

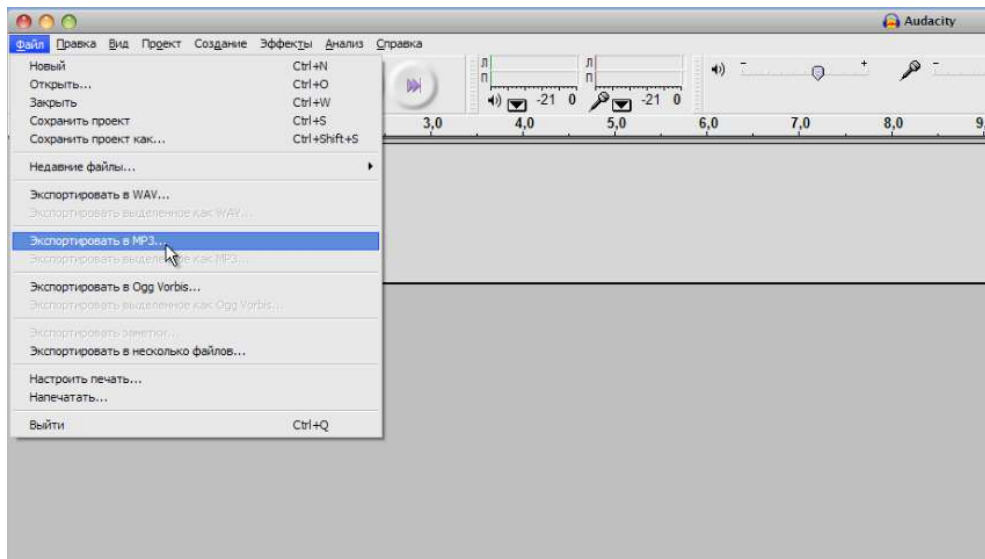


Рис. 024

...и в первый раз система у нас может спросить, где находится установленный нами Lame-кодировщик, куда мы его установили? Действуйте как на картинках: выбираем «Мой компьютер»...

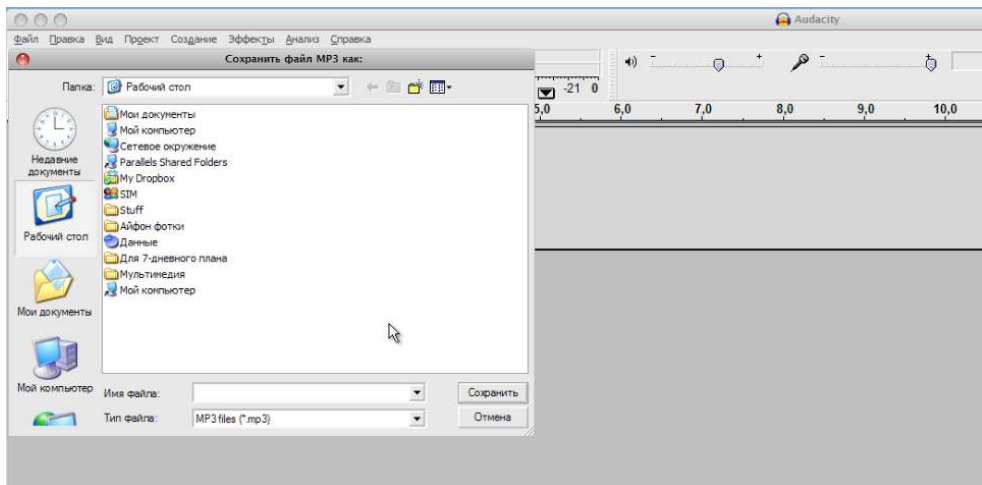


Рис.025

... потом «Диск C:» и там «Program Files»...

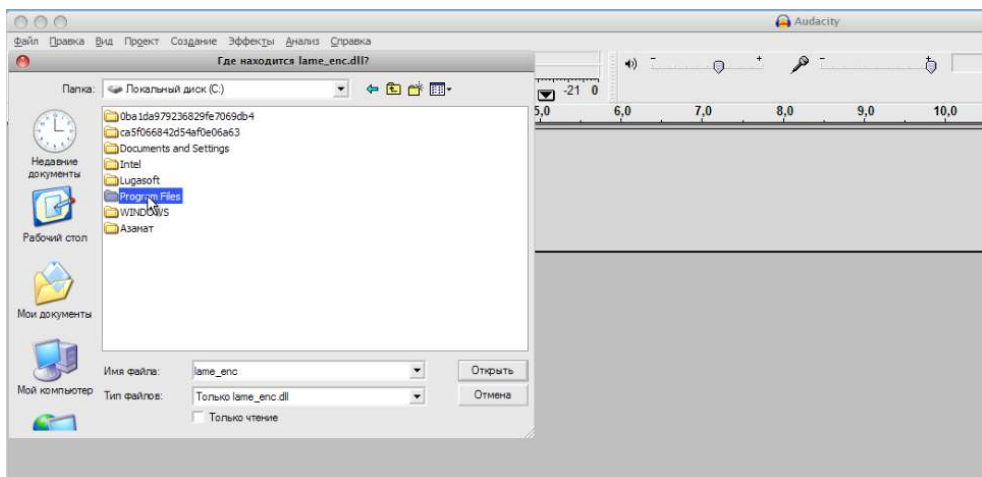


Рис. 026

...дальше папка Lame For Audacity... и дальше выбираем файл lame_enc

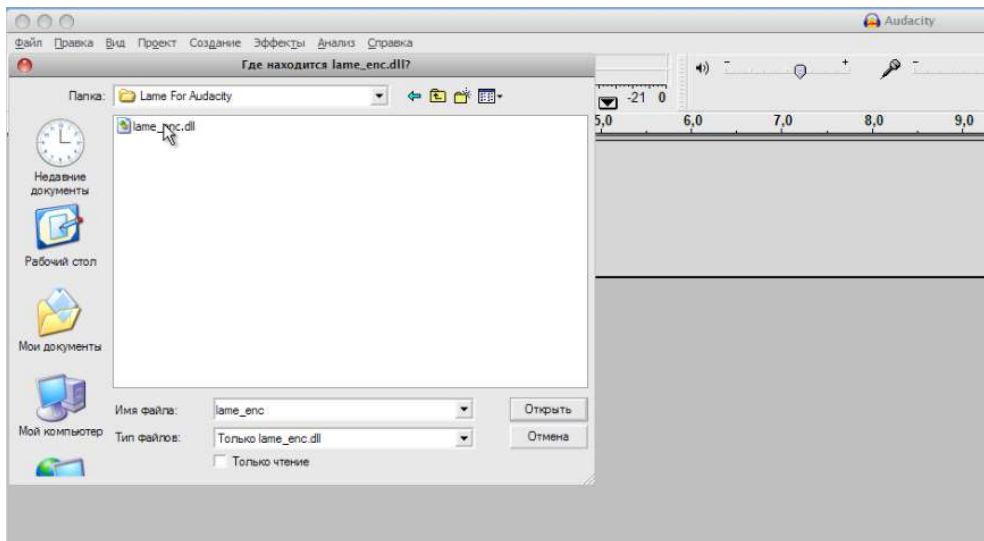


Рис. 027

... подтверждаем – нажимаем ОК...

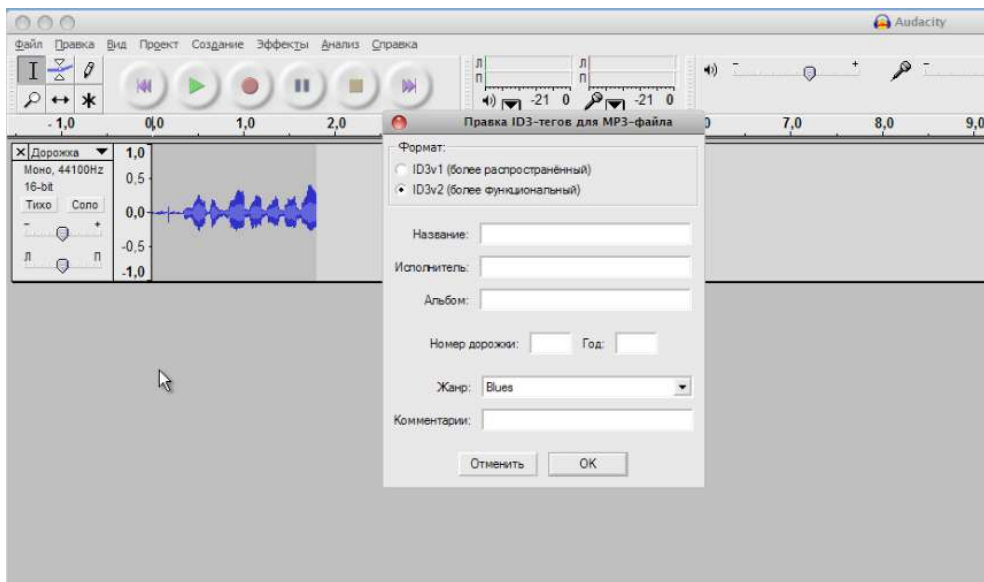


Рис. 028

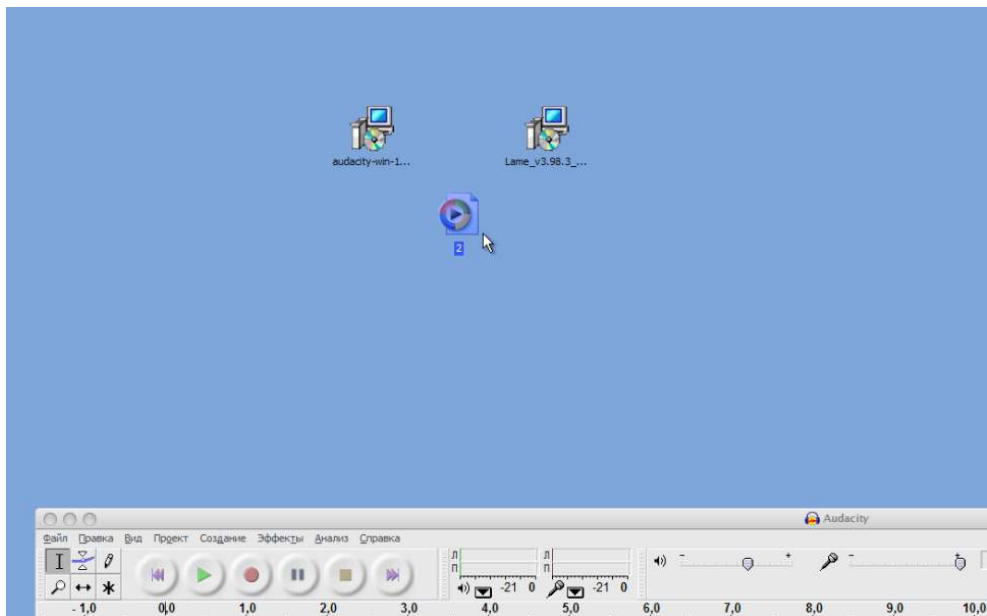


Рис. 029

И вот у нас получился готовый mp3 файл, то есть мы только что сделали самый настоящий аудиофайл.

Причем больше нам не придётся проворачивать такую операцию каждый раз, когда мы будем записывать каждый новый урок, потому что Audacity запомнила, откуда брать кодировщик.

Завтра мы еще дополнительно будем разбираться с этой программой, когда будем записывать инфо-продукт.

Что нам еще может пригодиться, так это программа Camtasia Studio. Помните, я рассказывал, что курс «Бесстрашная публичная речь» я сделал в формате видео уроков. Я просто создал презентацию в PowerPoint, потом пролистывал слайды и закадровым голосом их озвучивал. Camtasia Studio позволяет делать видеозапись того что происходит на экране монитора, а также она позволяет записывать голос. Поэтому это программа нам идеально подходит для создания всевозможных учебных курсов.

Заходим на сайт www.techsmith.com и оттуда скачиваем программу Camtasia Studio, самую последнюю версию, не важно какую именно. Это бесплатная версия на 30 дней.



Рис. 030

Вам нужно ввести свой e-мэйл, то есть адрес своей электронной почты, и вы получаете полнофункциональную программу на 30 дней, за это время вы вполне сможете записать не один свой инфопродукт:

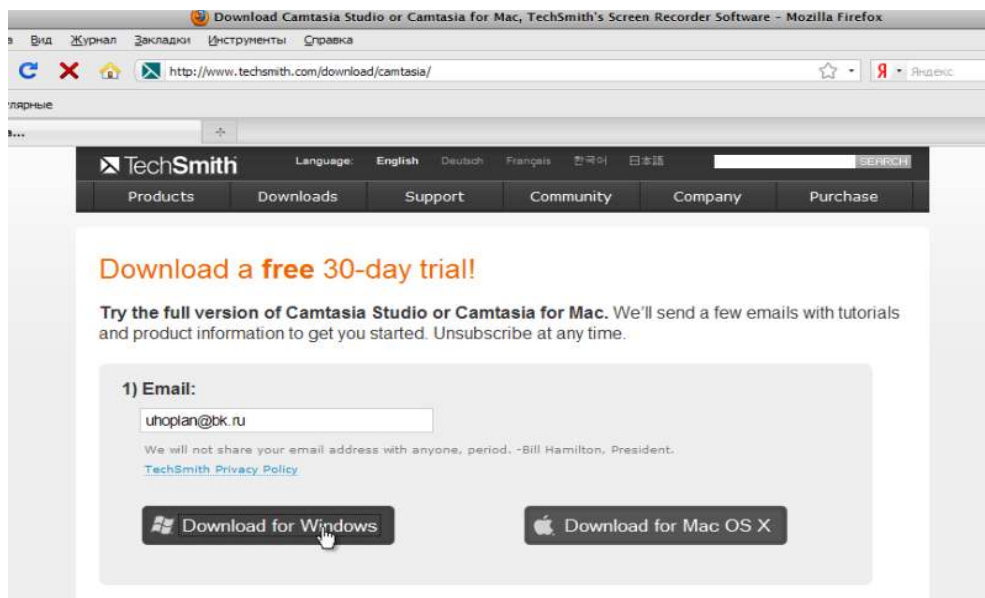


Рис. 031

Здесь выберем пункт «Download for Windows», и у вас должна начаться загрузка. Сохраняем файл на рабочем столе, ждём пока скачается. Если у вас интернет медленный, то придется подождать, но со скоростью интернета обычно проблем уже не бывает. Потом мы программу установим.

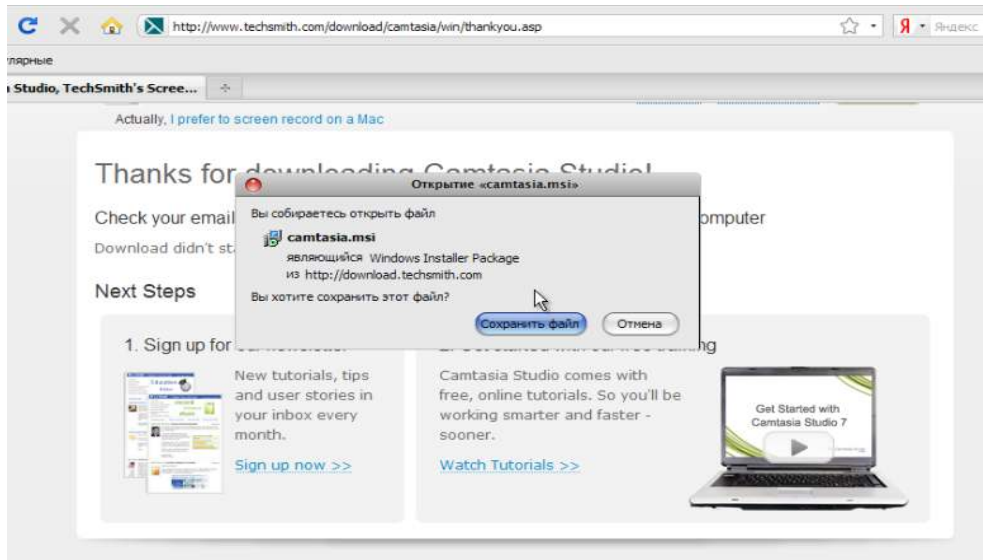


Рис. 032

Всё, наша программа скачалась, сейчас мы её установим. Повторяйте все шаги за мной, по инструкциям на картинках:

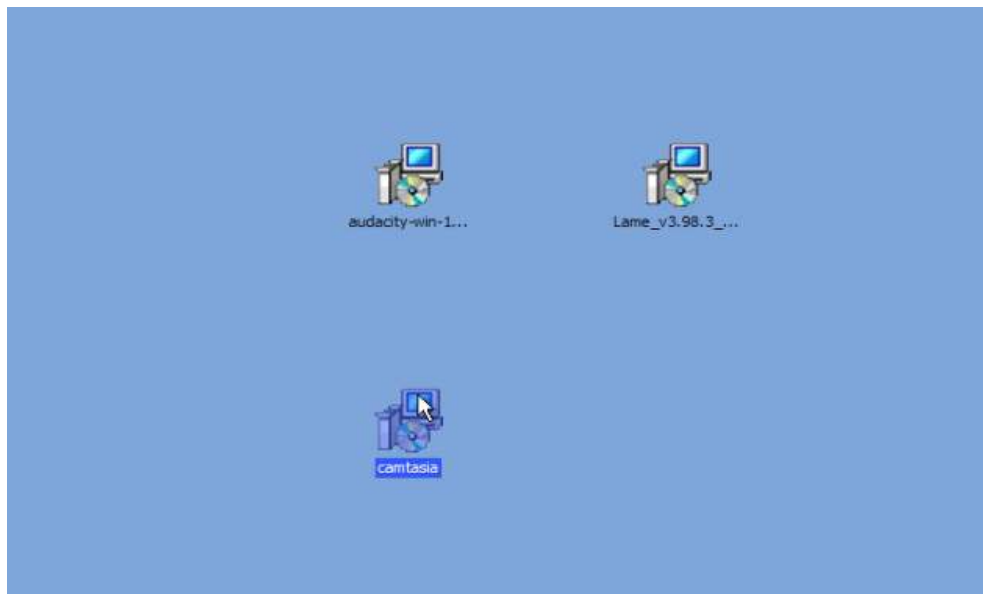


Рис. 033

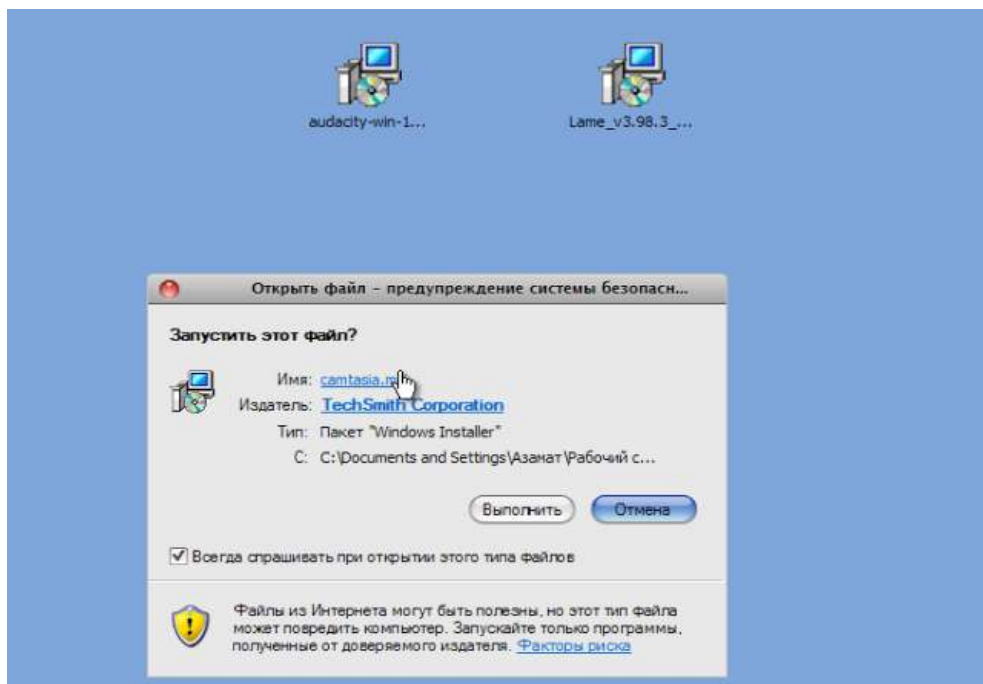


Рис. 034



Рис. 035

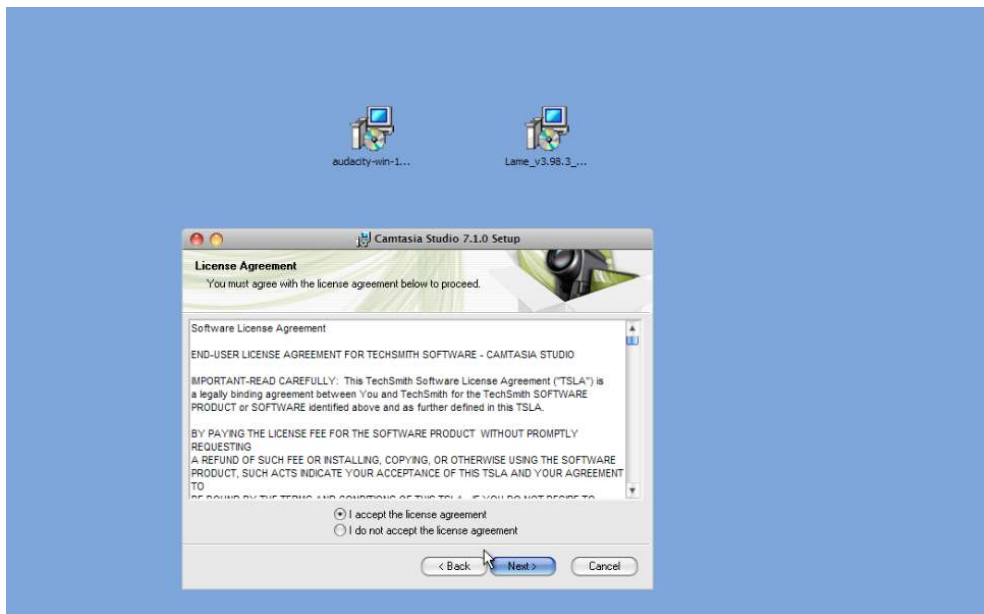


Рис. 036

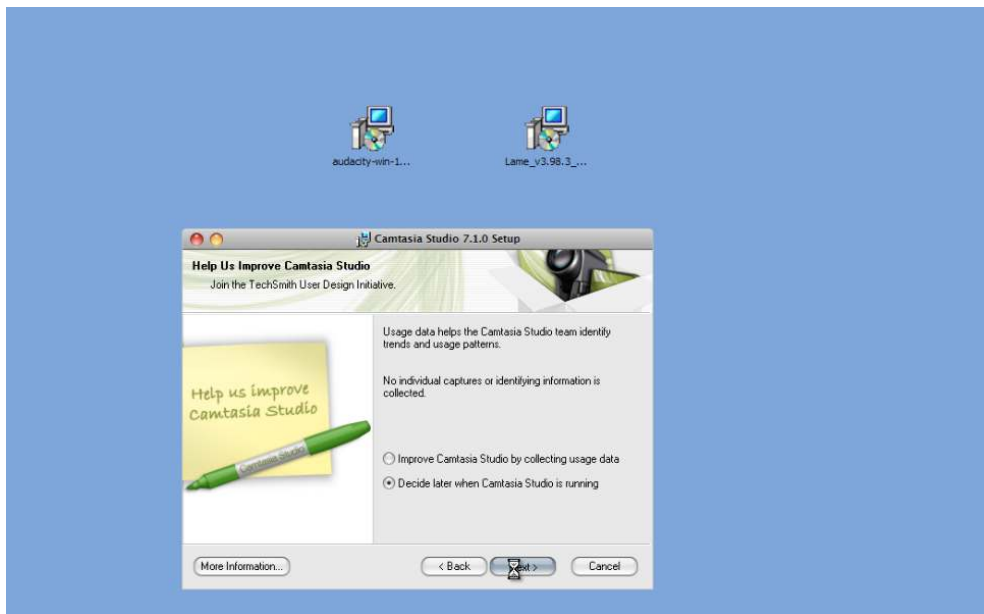


Рис. 037

Обязательно нужно поставить галочки, как показано на следующем рисунке, чтобы вместе с программой установился специальный плагин, который позволяет снимать презентацию в PowerPoint. Плагин – это маленькая программка, или специальная надстройка, которая делает что-то полезное. Вот эта галочка скомандует программе Camtasia подружиться и научиться совместно, работать с программой PowerPoint:

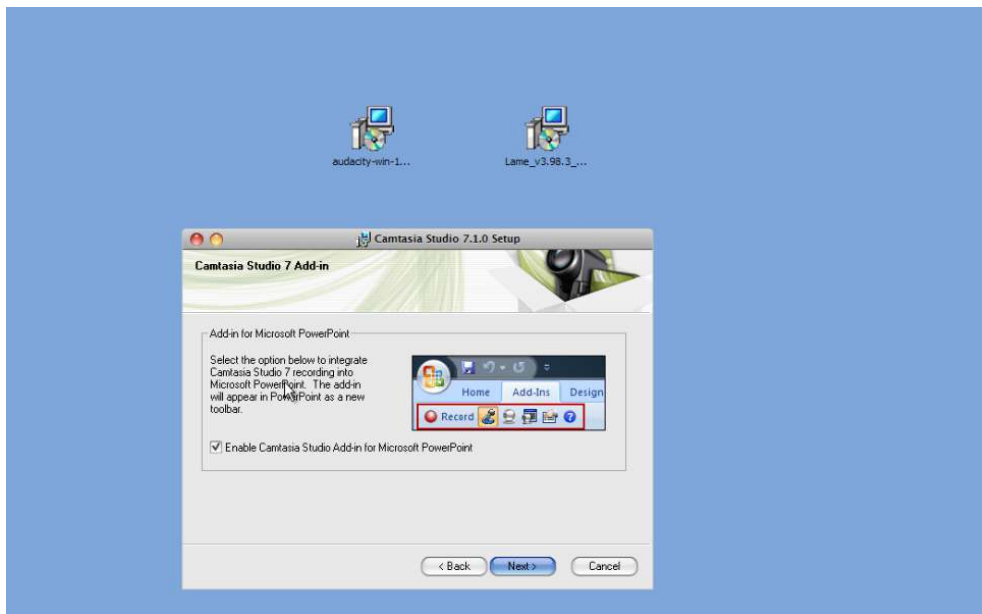


Рис. 038

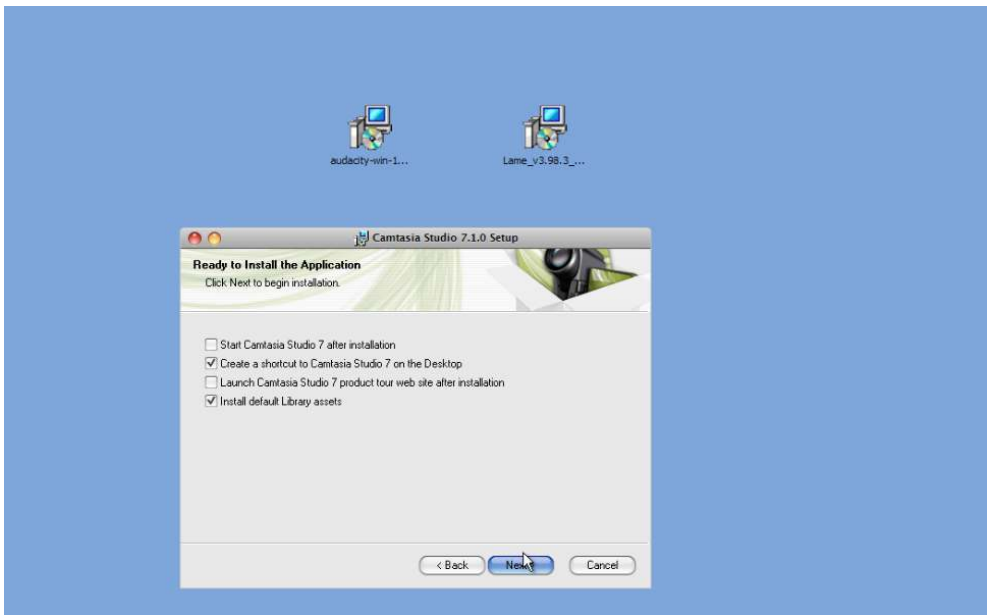


Рис. 039

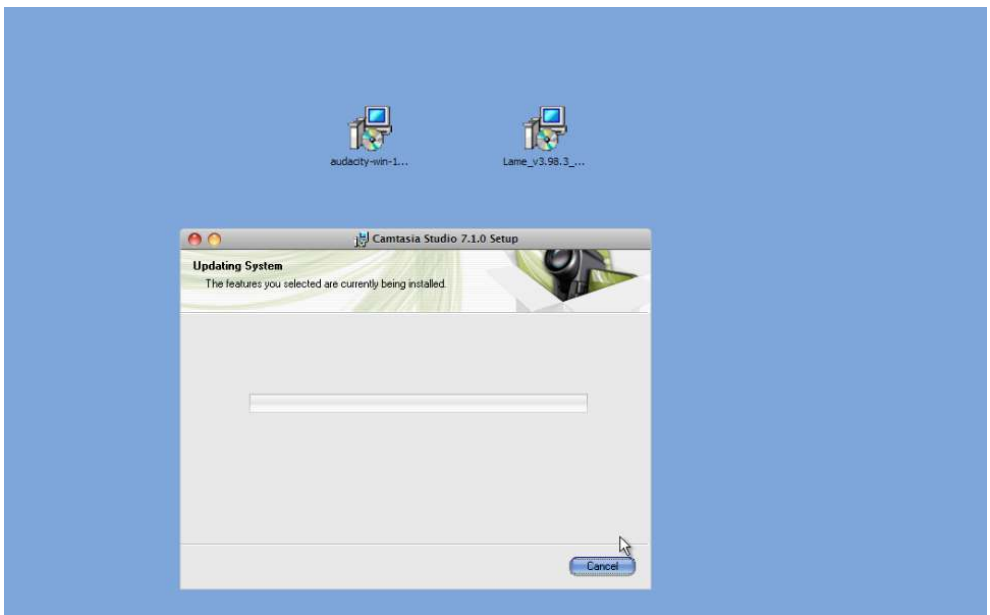


Рис. 040

Сейчас нам нужно дождаться установки программы Camtasia Studio. Не быстрая процедура, но всё же нужно установить эту программу именно сегодня.

Пока программа скачивается, немного подготовлю вас, мой уважаемый друг, к завтрашнему дню. Завтра мы за один день запишем весь контент, всю информацию. Девяносто минут за завтра записать вполне сможем. Для этого нужно просто включить программу, нажать на кнопку Record и говорить на микрофон, как это делаю я.

Не нужно стараться быть сверхумным, нужно быть самим собой. Да, конечно, у меня очень большой опыт в подготовке обучающих курсов, я уже собаку съел в этом бизнесе, но тем не менее, вы видите, что я просто человек, я просто показываю вам, как человек человеку, что и как делать.

И вам тоже нужно быть нормальным живым человеком, нужно настроиться на простую, свойскую подачу материала. Скажу по секрету: если есть ошибки в подаче, если ты свой человек, то люди будут слушать с гораздо большим интересом.

Люди покупают у людей.

Вот и всё что нам понадобится завтра. Только эти три программы. И по своему опыту могу сказать, что больше никакой софт (то есть программы) не нужен.

И это всё что нам нужно было сделать сегодня.

Завтра мы уже будем разбираться, как пользоваться этими программами, как сделать запись с экрана монитора, но всё это будет завтра.

А сейчас у нас есть название продукта, есть план продукта, есть план каждого урока и есть необходимые программы.

На этом заканчиваем сегодняшние уроки, все закрываем, все выключаем и сегодня больше об этом не думаем. Все что было нужно, мы УЖЕ сделали.

До завтра!

День 3

Настраиваемся!

Рад приветствовать вас, уважаемый коллега, с вами снова Азамат Ушанов, и начинаем день под номером 3 нашего тренинга, и на сегодня у нас с вами задание - записать наш информационный продукт целиком. Мы не будем делать его громоздким, он может длиться 60 минут, или 70, или 120 минут, максимум три часа, и вам это гарантированно по силам.

Но перед тем как приступить к записи, хочу дать вам один психологический совет, я расскажу одну маленькую историю, которая произошла со мной, когда я учился в университете.

Однажды я со своими друзьями пошел в наш студенческий театр. Там проходил спектакль, в котором играли наши однокурсники, и мы пришли их поддержать, посмотреть спектакль, а потом пойти отпраздновать их дебют.

Спектакль был просто великолепен, у них получилось сделать отличную комедию, и в конце, когда спектакль закончился, все двинулись к сцене поздравлять и благодарить актёров. Мы тоже подошли и начали хвалить:

- Вы просто молодцы, отлично сыграли, комедия получилась очень смешная. В общем, всё супер!

На что они нам ответили:

- Да вы что, издеваетесь, столько косяков было! Первый акт вообще перепутали со вторым, половину слов забыли! Вы что, это полный провал!

На что мы ответили:

- Да вы что, а мы ничего не заметили, нам все очень понравилось, было просто здорово!

И в тот момент, я понял одну простую вещь. В большинстве случаев наши ошибки видим только мы сами, только мы сами знаем, когда «накосячили», а другие люди в 99% случаев этого не замечают. Почему? Да потому что то,

что является ошибкой для нас, вовсе не кажется ошибкой для других. Люди не знают вашего сценария, а процесс записи информационного продукта похож на ваше выступление на сцене, это можно сравнить с театром.

Люди, которые сидят в зале – это ваши клиенты и они не знают вашего сценария, поэтому если вы что-то забыли или не так сказали, ничего страшного не случится, и ничего плохого в этом нет. Запомните это, пожалуйста, и не тушуйтесь.

К сожалению, я понял это не сразу. Когда я учился в университете, я уже занимался инфо-бизнесом, и у меня эта проблема была. Бывало такое, что записываю я инфо-продукт, и понимаю, что где-то сделал ошибку, где-то запнулся, где-то что-то упустил, и мне казалось, что это увидит мой клиент, и ему это не понравится. Я нажимал на «стоп» и начинал запись с самого начала. Это не правильно! На самом деле, ваши «косяки» клиенты почти не замечают. Поэтому вместо того, чтобы нажимать на кнопку стоп, просто продолжайте говорить!

Тем более что в программе, в которой вы будете делать запись, можно легко вырезать ненужный фрагмент, поэтому не нужно себя постоянно мониторить, вы сможете вырезать кусок, который вам не понравился позже, после того как всё запишете. К сожалению, людям свойственно искать в себе изъяны в процессе какого-либо действия, но вы должны понимать, что все запишутся и ошибаются, и это нормально!

А еще, тема вашего информационного продукта – это болезненная проблема для некоторых людей, и если ваш слушатель хочет ее решить, он будет внимательно слушать рецепт избавления от нее, ваши фишки и приемы, ему важен результат, а не то насколько складно вы говорите.

Сфокусируйтесь на вашей информации, сделайте ее более эмоциональной, смело жмите на «рекорд», то есть на «запись», приветствуйте вашего слушателя и говорите по делу, рассказывайте о «мясе», а «воду» исключаем.

Итак, настроились, и давайте начнём запись нашего инфо-продукта.

Записываем аудио

Если вы решили делать информационный продукт в аудио формате, то вам необходимо сделать следующее: открываем программу **audacity**, которую вы установили. И всё, что нам нужно будет делать, это нажимать две кнопки: запись и стоп!

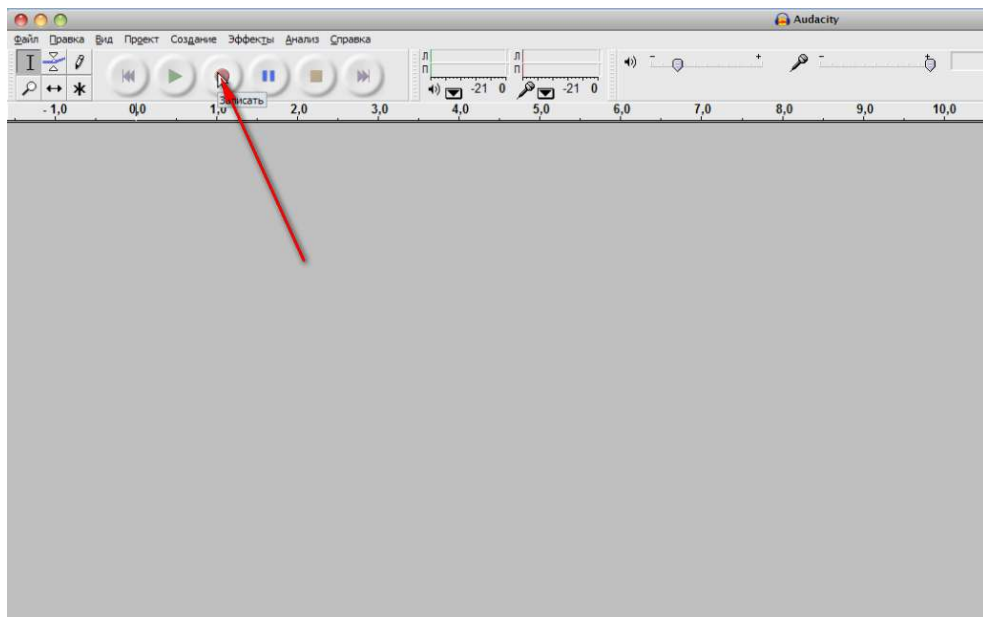


Рис. 041

В общем, это всё!

Берём план своего первого урока, кладем его перед собой, включаем запись и начинаем говорить... сначала о чем-нибудь постороннем:

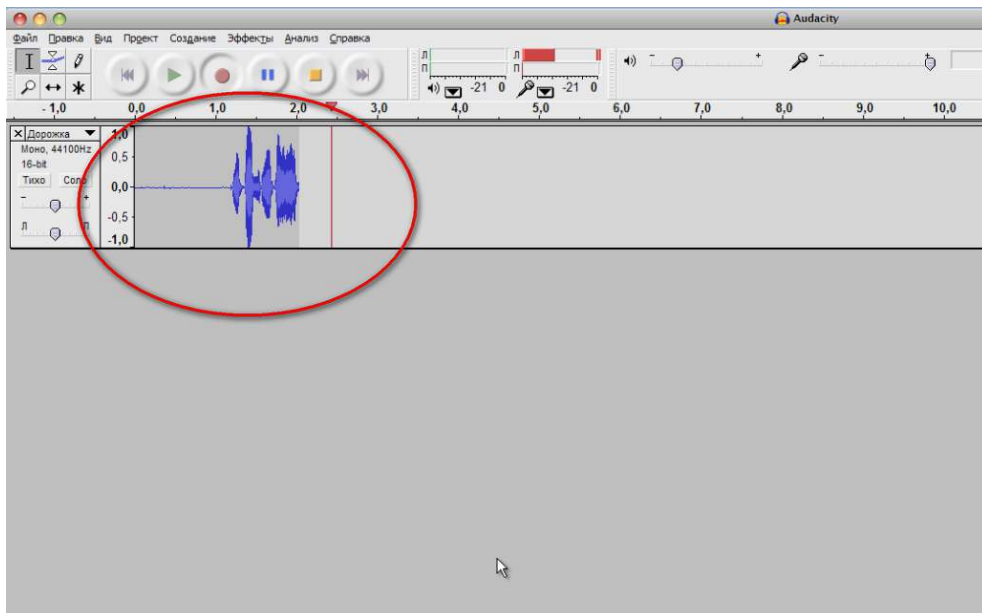


Рис. 042

Сначала вы можете описывать свою комнату, говорить про погоду, просто нужно чтобы язык «развязался», нужно просто поймать темп. Потом все лишнее из записи удалим, а сейчас говорим и просто слушаем свой голос, выходим на нужный энергичный темп и на уверенную интонацию. Компьютер продолжает запись нашего разговора, а вы продолжаете говорить о чем угодно, можно совершенно не по делу, до тех пор, пока не почувствуете, что у вас «язык развязался», и тогда начинаем читать первые фразы из нашего плана урока:

«Добрый день, уважаемые друзья. Здравствуйте. Всем добрый день! Добрый вечер! Доброго времени суток! Сегодня мы с вами начнем наш курс под названием БЛА-БЛА-БЛА. Я рад вас приветствовать, потому что в этом курсе всего лишь за 90 минут я научу вас всем необходимым навыкам, чтобы добиться успеха в теме БЛА-БЛА-БЛА-БЛА. Мы с вами разберем очень простые методики. Я не буду грузить вас водой. Я буду говорить вам только то, что проверил на собственной моей практике, и на практике тысяч людей, которых я обучил. Сейчас я раскрою вам пошаговый алгоритм...»

А дальше ориентируемся по своим заметкам, которые мы вчера подготовили. Рассказываем свою историю, о том что у вас была проблема. Говорим слушателям, что им надо сделать то-то и то-то, потому-то и поэтому. Проходим по всем тезисам урока, рассказывая своими словами те мысли, которые вчера тезисно записали. Не стесняемся рассказывать новые мысли, которые приходят в голову во время рассказа. Потому что если мысль окажется неудачной, ее потом можно вырезать, а если удачной – то это будет живо, естественно, эмоционально и просто здорово! Не останавливайте запись, пока полностью ее не закончите, эту запись нужно в любом случае проговорить до конца.

И заканчиваем свой урок словами: «А в следующем уроке поговорим: о том-то, и об этом.»

После того, как сделали запись, нажимаем на кнопку «стоп» в программе **audacity**.

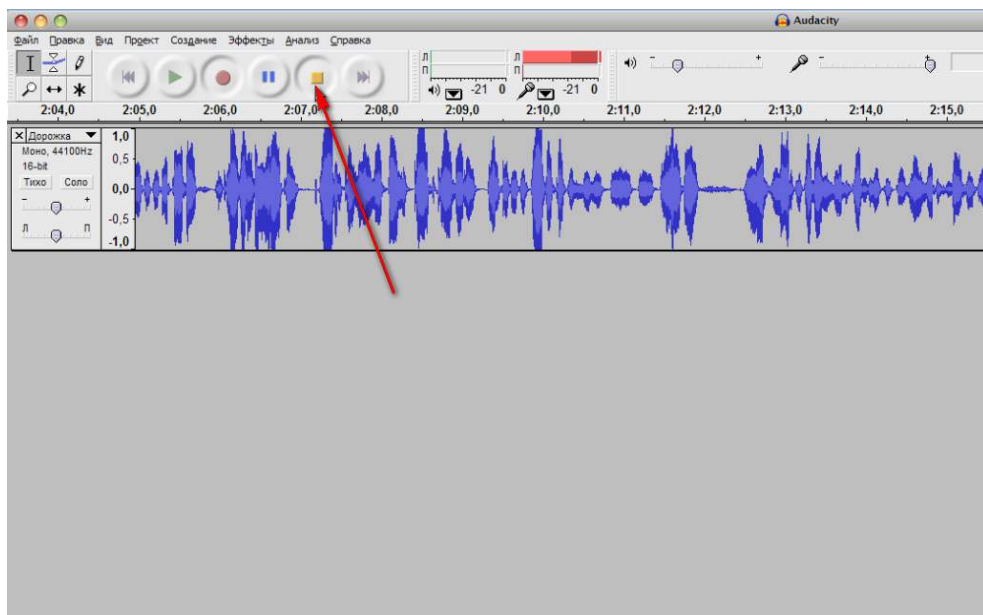


Рис. 043

Потом сохраняем файл как:

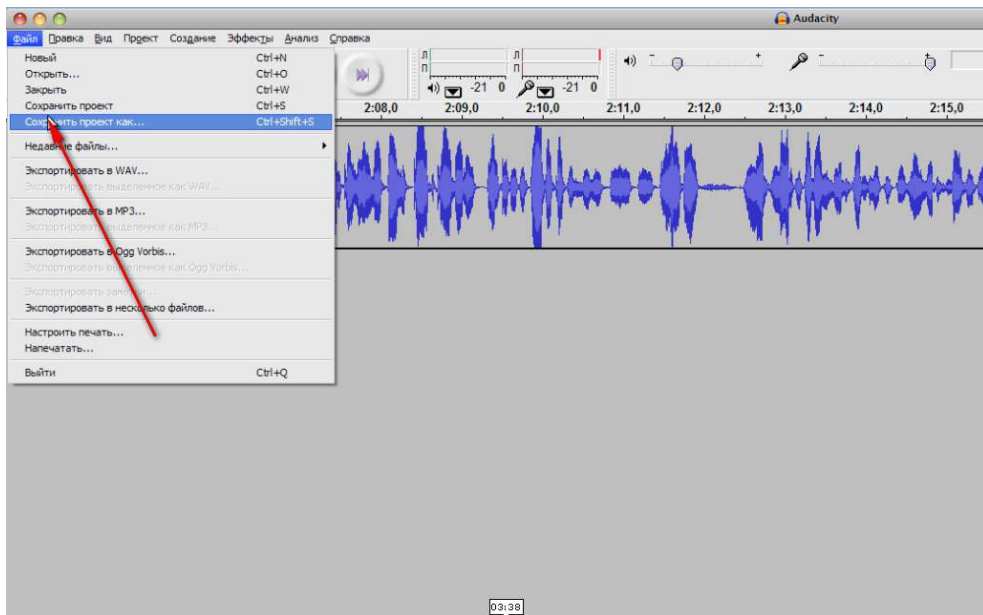


Рис. 044

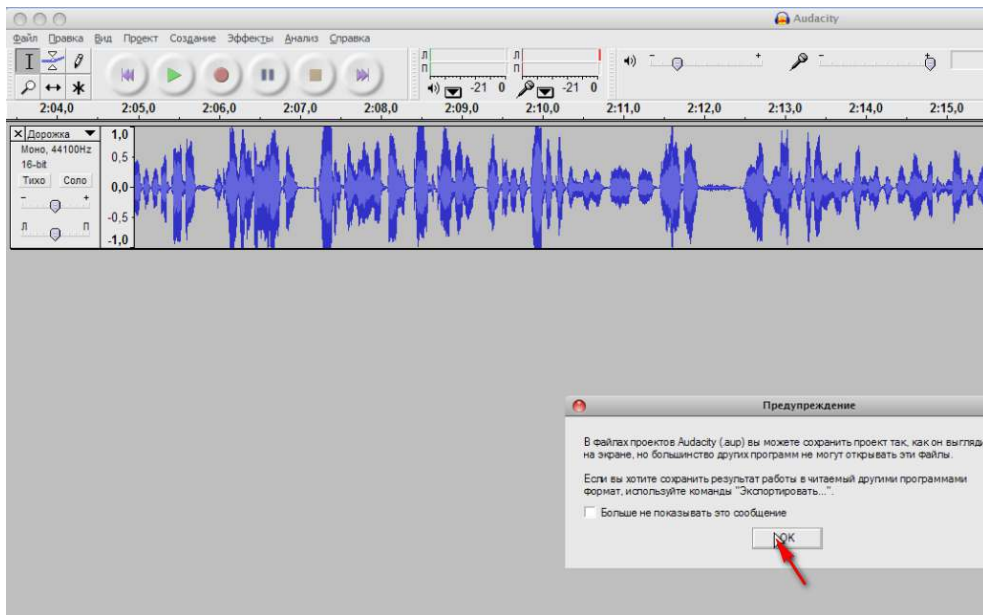


Рис. 045

Выбираем место на компьютере, где будет храниться ваша запись. Например, её можно сохранить на рабочем столе.

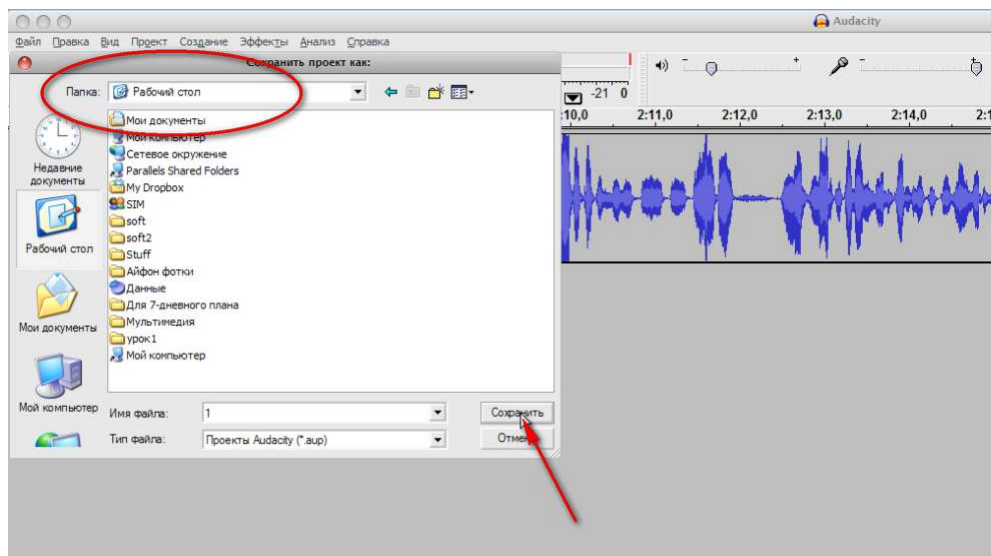


Рис. 046

Сохраняем первый проект. Я настоятельно рекомендую вам создать специальную папку для вашего проекта и сохранять все именно в эту папку. Также необходимо делать постоянно бэкап, то есть резервную копию проекта и сохранять ее на флешку или на съемный жесткий диск, чтобы файлы всегда были в целостности и сохранности. Мало ли какие ситуации бывают в жизни: вы можете случайно удалить папку с проектом, у вас может сгореть жесткий диск, тогда вы потеряете всю информацию безвозвратно. А если будет копия, можно за несколько секунд восстановить всю информацию.

После того как сохраните свой проект, можно поработать над ошибками. Например: вы почувствовали, что где-то вы запнулись. Этот момент нужно выделить.

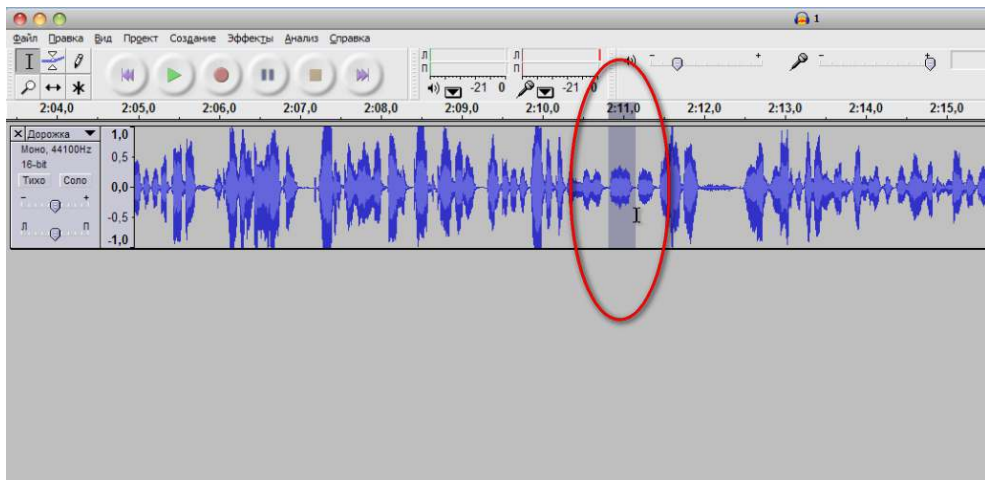


Рис. 047

Выбираем пункт: правка, и вырезаем.

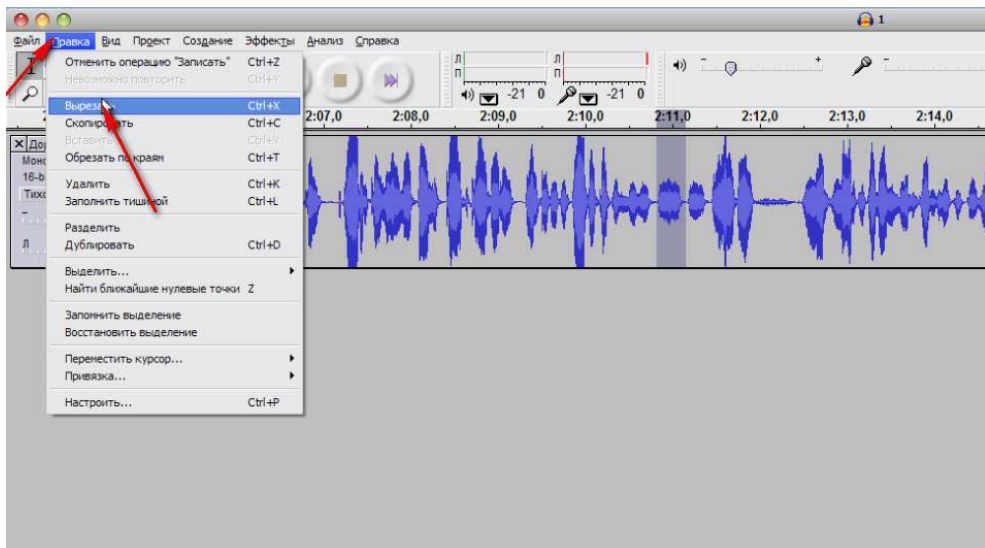


Рис. 048

После этого переставляем указатель на тот момент, с которого нужно повторно прослушивать запись, нажимаем «Play» и слушаем, что получилось.

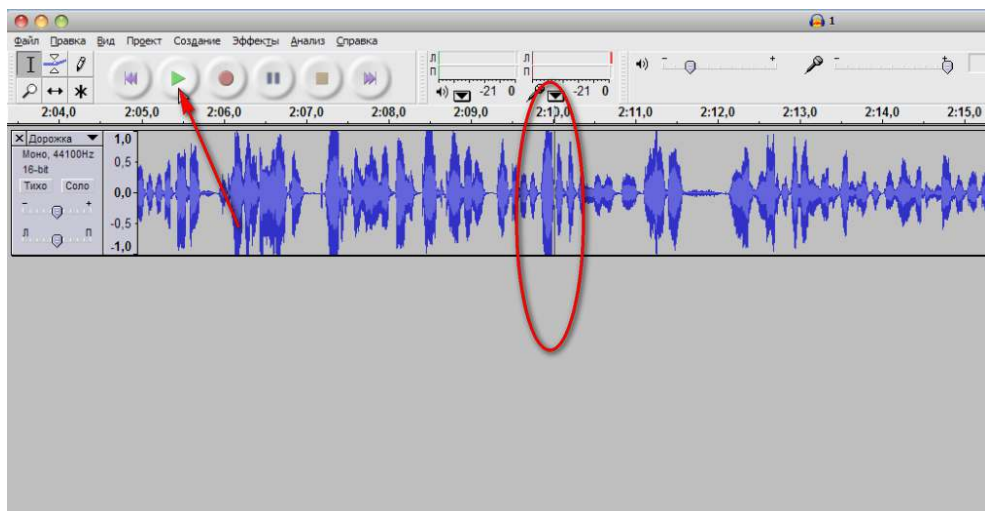


Рис. 049

Как только вы убедились, что всё в порядке, выбираете в меню «файл», выбираете «экспорт» и сохраняете запись. Можно выбрать разные форматы, но нам нужен именно формат mp3, поэтому в этот формат мы и будем конвертировать нашу запись.

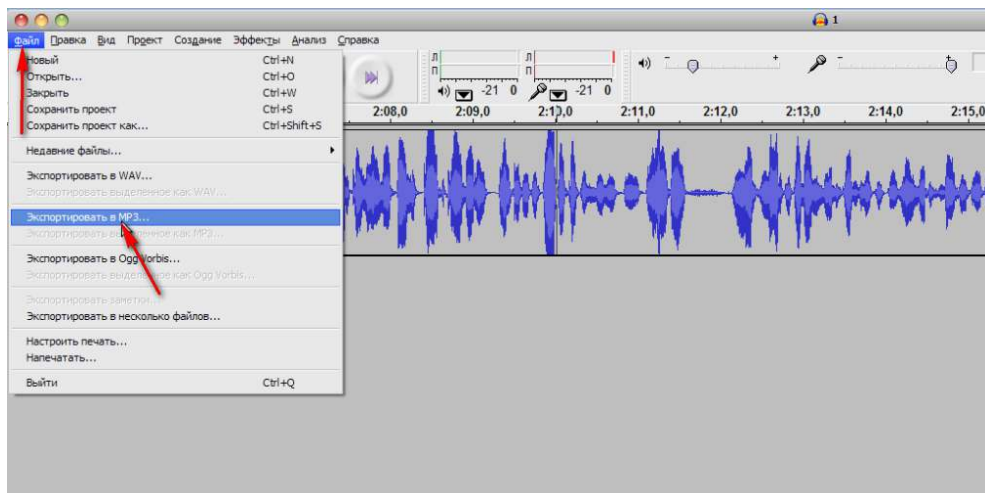


Рис. 050

Но сначала сохраним свой проект.

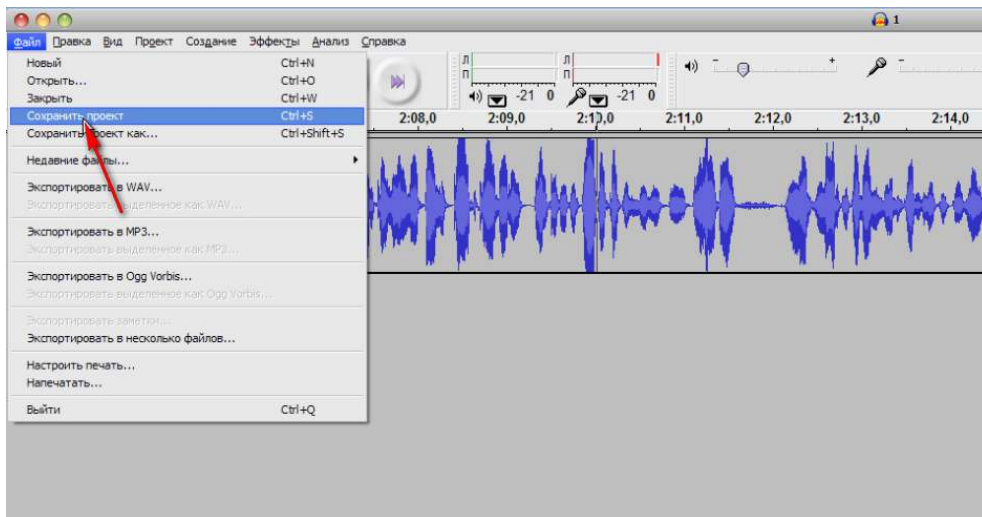


Рис. 051

Кстати, сейчас я сделал ошибку. Я вам показываю, как делать редактирование записи, хотя сначала мы должны были записать весь инфо-продукт, а уже потом делать коррекцию каждого урока. Это нужно запомнить, сначала полностью записываем проект, а уже потом делаем коррекцию.

Если вы будете записывать и сразу корректировать каждый урок, данный процесс затянется. Лучше записать продукт полностью, а уже потом приступить к его обработке. Так вы сэкономите кучу времени.

Вот таким образом вы записываете аудио в программе **audacity**. Записываем спокойно, сегодня ваш продукт наполнится контентом, то есть содержимым, информацией, продукт должен обрести свой вид, чтобы вы смогли его кому-нибудь продать. Записываем последовательно, один урок за другим.

Когда у вас все уроки будут готовы, редактируем их таким же методом, который я вам показал. После этого конвертируете уроки в формат mp3 и сохраняете их в новой папке.

Записываем экранное видео

Теперь мы разберёмся, как создавать инфо-продукт в видео формате.

Вчера мы установили программу Camtasia studio, и сейчас я объясню, как сделать видео курс с использованием презентации в Powerpoint.

Вот так программа **Camtasia studio** выглядит изнутри.



Рис. 052

Чтобы начать запись рабочего стола в данной программе достаточно нажать на кнопку «record the screen». Это кнопка находится в самом верху окна программы.

Сейчас на рисунке вы это увидите.



Рис. 053

Сейчас я начал запись своего рабочего стола.



Рис. 054

Я могу делать всё, что угодно: перетаскивать файлы и папки на рабочем столе, открывать программы и пользоваться ими, и т.д. А **Camtasia studio** всё это записывает, плюс это все можно комментировать.

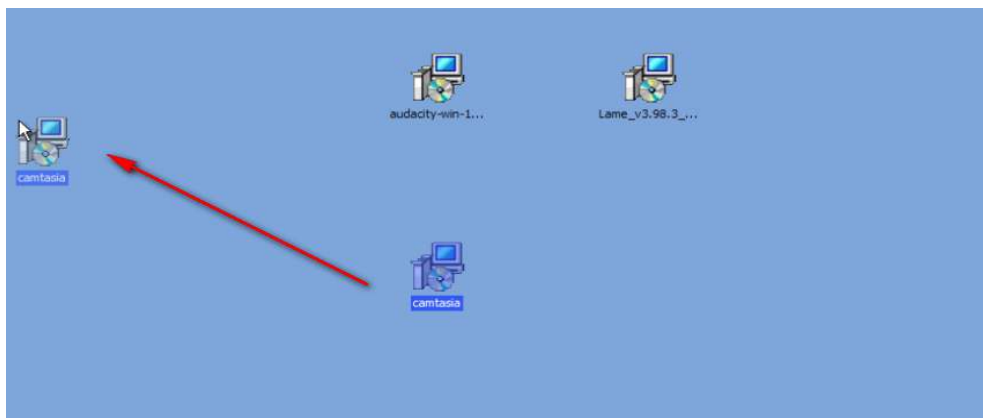


Рис. 055

Теперь я расскажу вам, как сделать видео из обычной презентации в **Powerpoint**. Именно с помощью этого метода я сделал свой курс «Бесстрашная публичная речь».

Давайте откроем **PowerPoint**

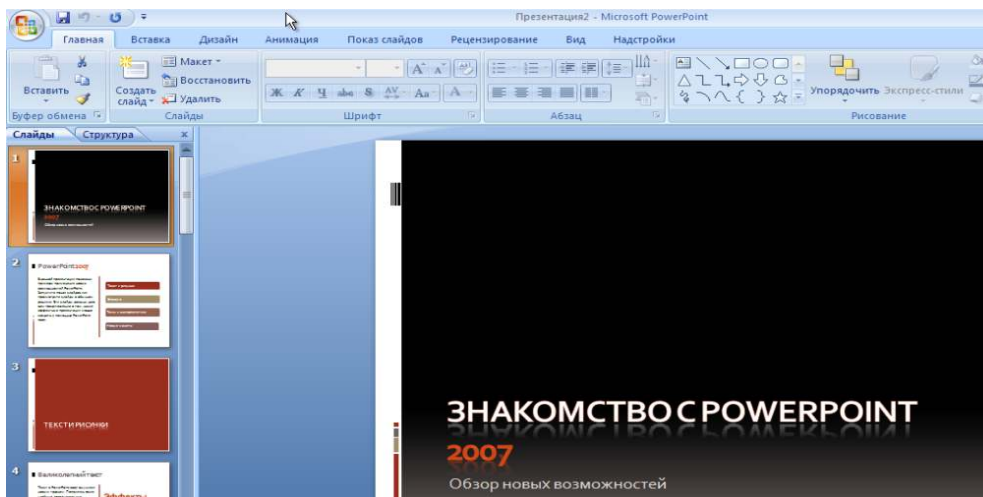


Рис. 056

После установки программы **Camtasia**, если вы всё сделали правильно, как я вчера рассказывал, у вас в **PowerPoint** должна появиться специальная вкладка. Смотрим на рисунок:

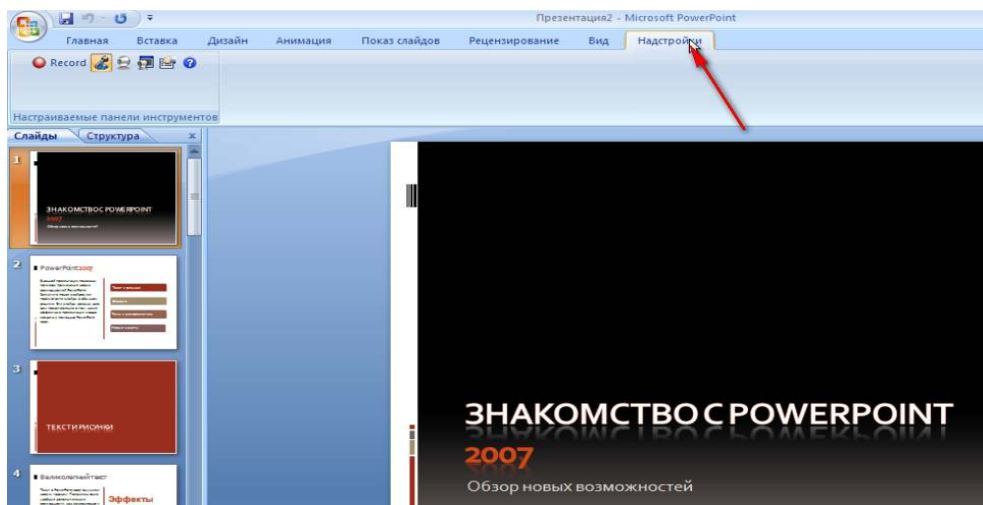


Рис. 057

Это надстройка от программы **Camtasia**.

- сделать запись

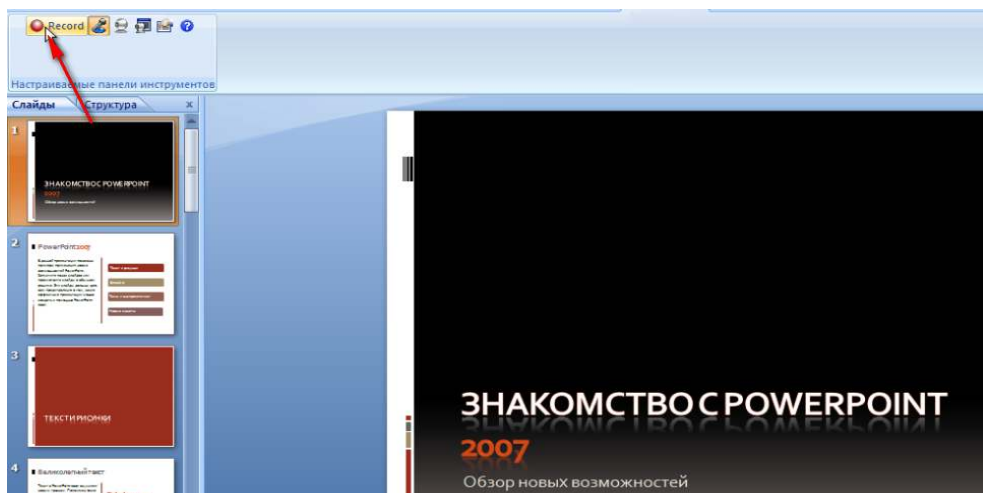


Рис. 058

- включить микрофон

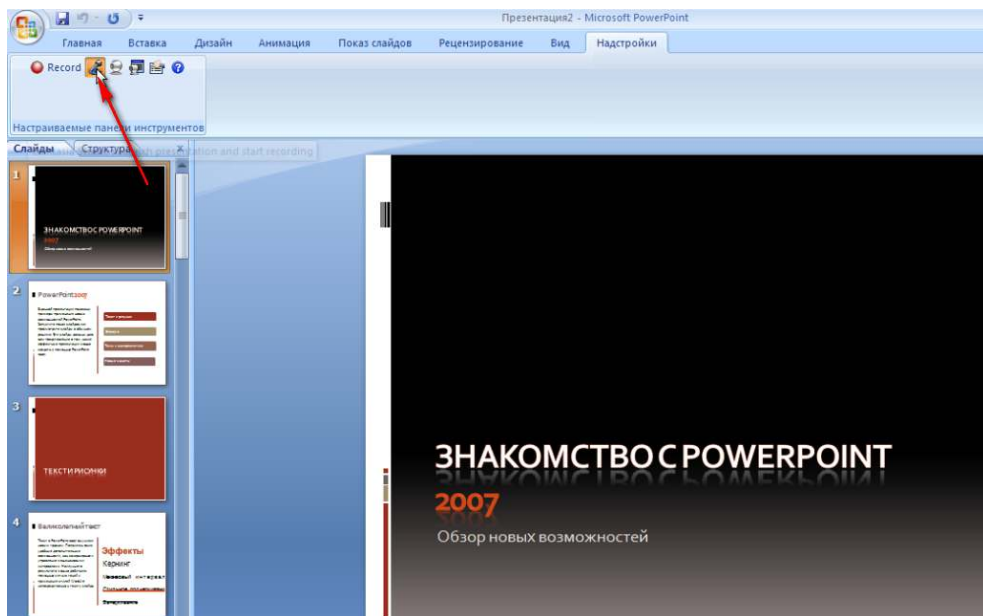


Рис. 059

Также есть возможность подключить веб-камеру.

Чтобы создать свой курс с помощью презентации **PowerPoint**, нужно подготовить слайды для презентации. После того как слайды готовы, выводите презентацию на полный экран, нажимаете на «record», то есть включаете запись, начинаете с помощью пробела менять слайды и озвучивать свой текст в микрофон. Таким образом, вы снимаете на видео свою **PowerPoint презентацию**. Всё просто!

А сейчас я покажу вам, как нужно редактировать инфо-продукт, когда вы его уже полностью записали.

Редактируем видео

Когда вы запишете свой материал в **Camtasia**, такие записи называют «скринкастами», вы увидите вот такую картину:

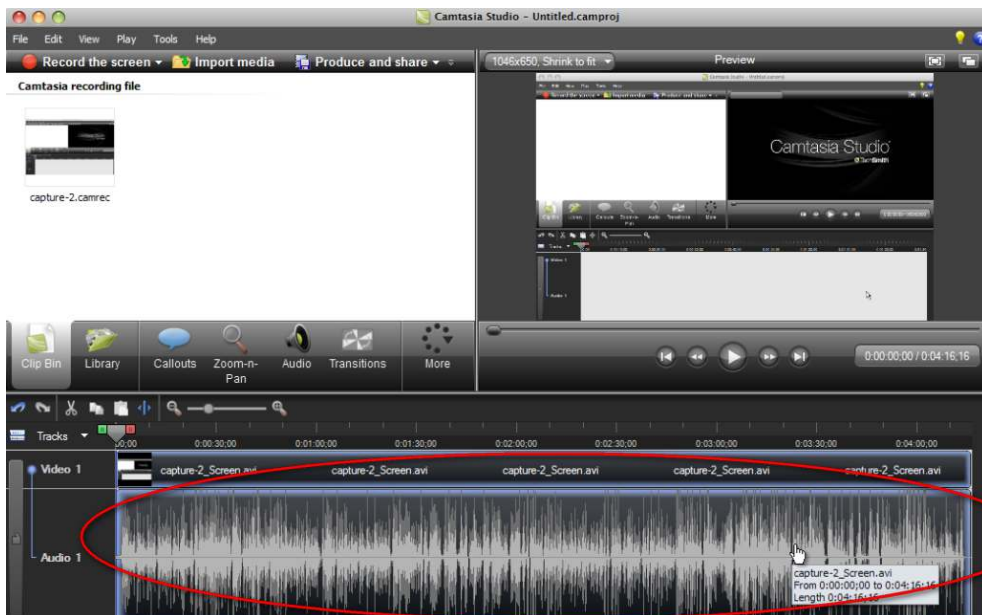


Рис. 060

Если такая картинка у вас не появилась автоматически, просто перенесите готовый файл прямо в программу, смотрите, как это можно сделать:

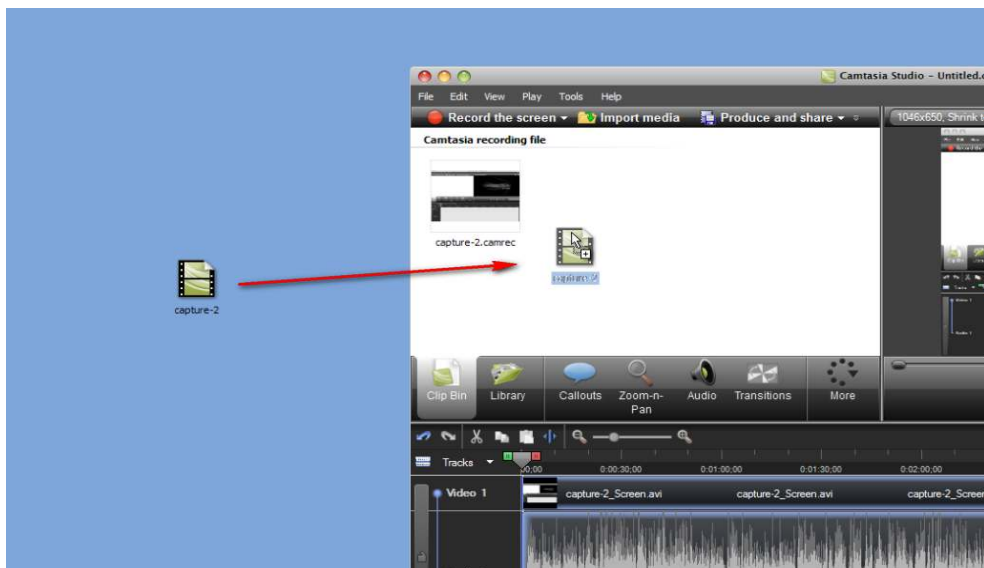


Рис. 061

А потом файл, который появился в списке программы, переносите на монтажную дорожку:

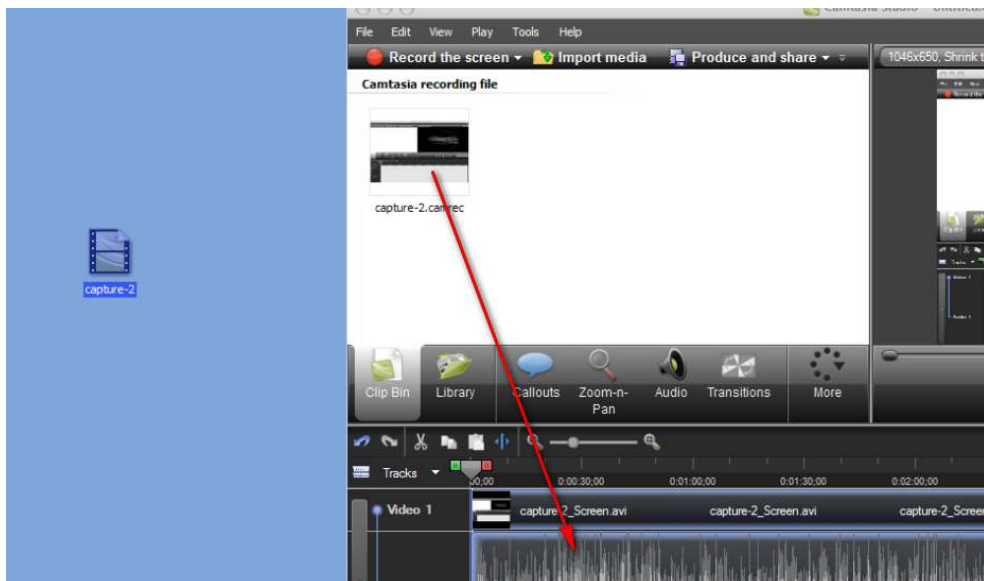


Рис. 062

После этого вы можете начинать редактировать свой продукт. Здесь можно делать с записью всё что угодно. Давайте рассмотрим нижнюю панель программы. Можно увеличить масштаб, чтобы более подробно увидеть образ записанного звука:

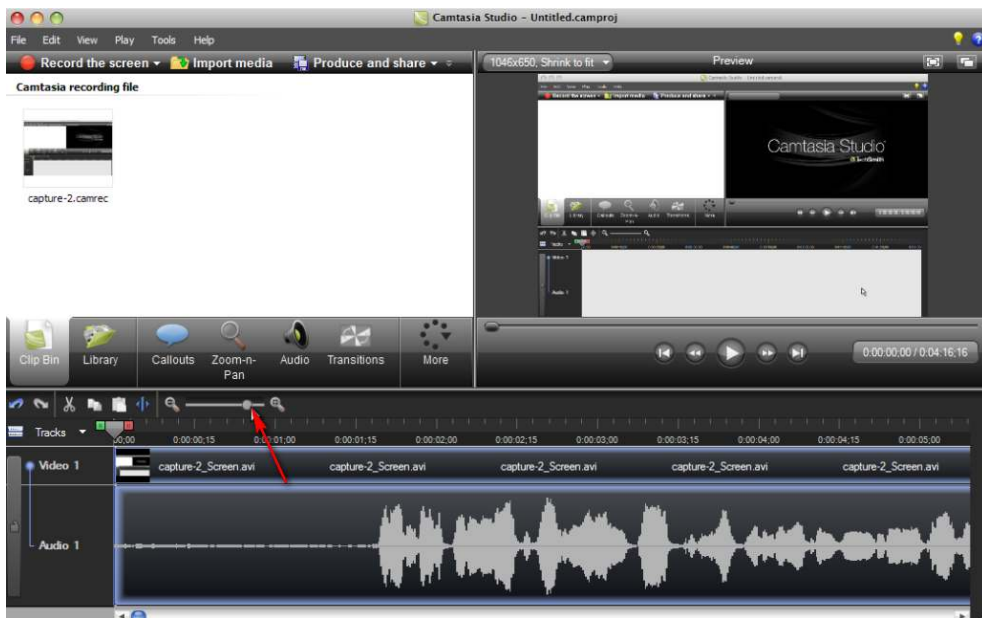


Рис. 063

Да, эта программа позволяет убирать ошибки, но я не рекомендую резать вашу запись вдоль и поперек. Как я вам уже говорил, люди слушая вашу речь не замечают ошибок, а если и обратят внимание на какой-нибудь «косяк», то это не страшно, просто они поймут, что перед ними человек, а не робот.

Но, если всё-таки возникла ситуация, когда вам просто необходимо избавиться от какой-то части видео урока, то просто выделяем необходимую область, которую надо удалить и нажимаем на иконку с ножницами.

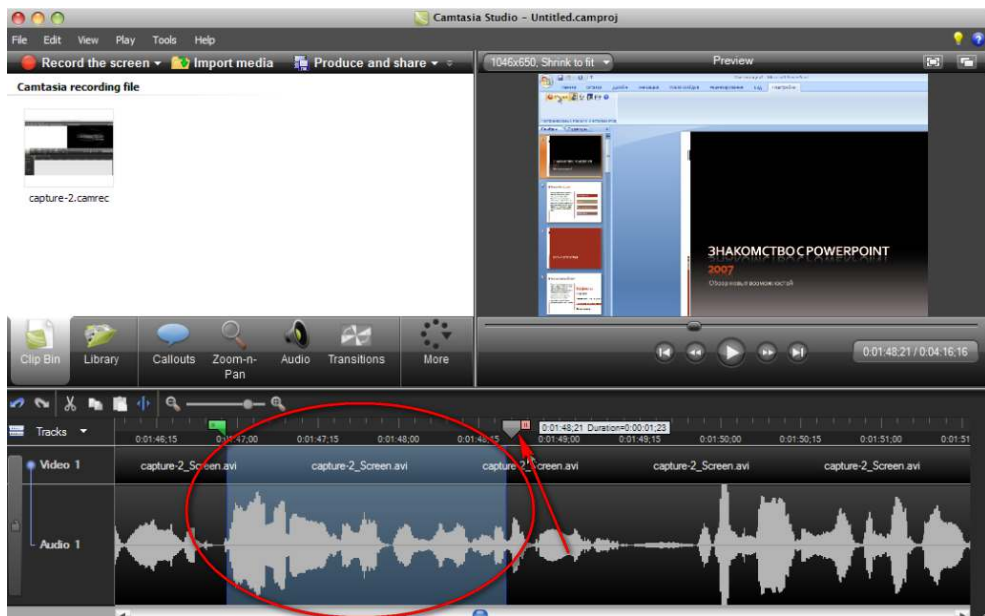


Рис. 064

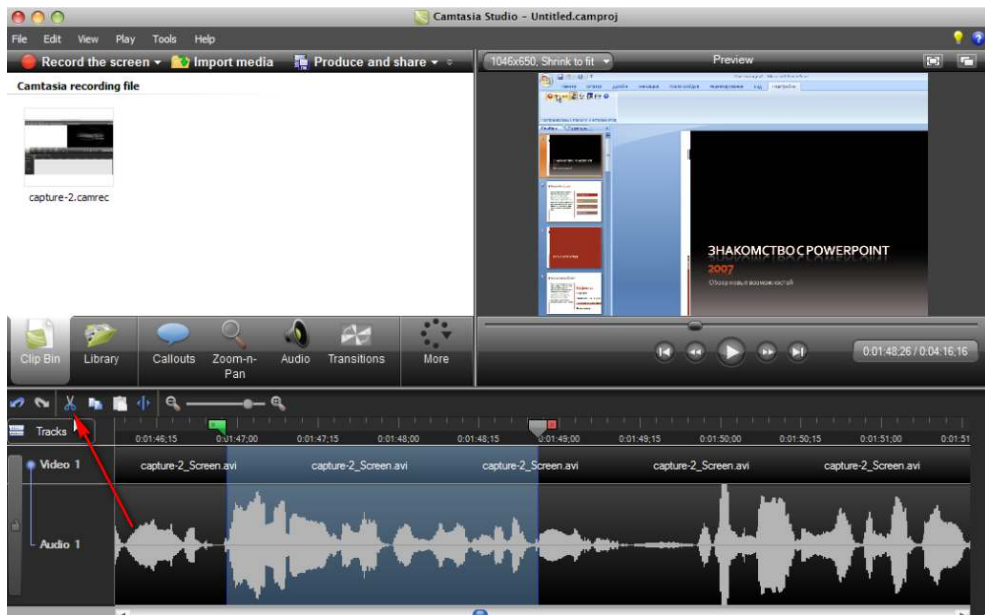


Рис. 065

Всё, программа удалила не нужную часть записи.

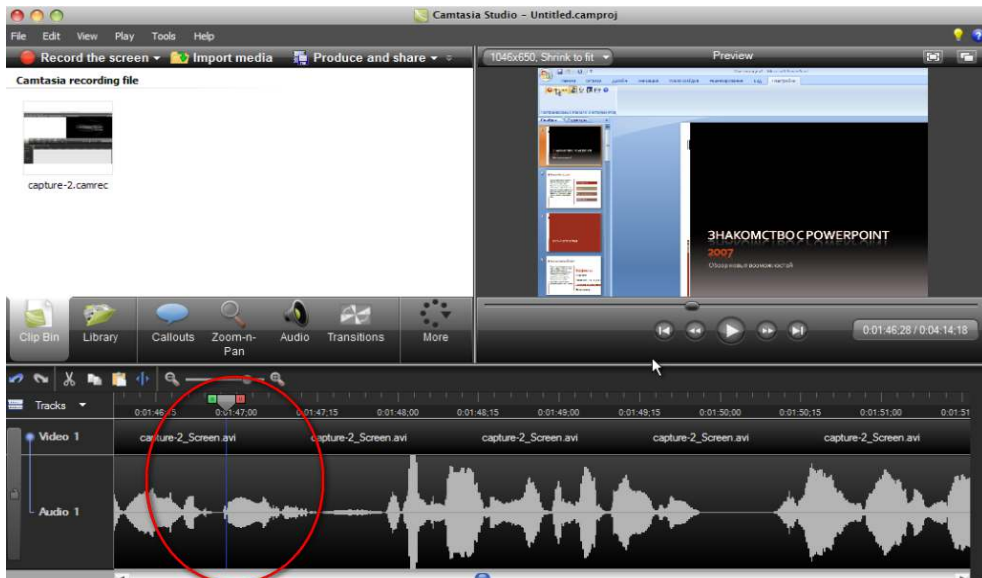


Рис. 066

Я настоятельно рекомендую из каждой вашей записи убрать шумы. Заходим в пункт аудио.

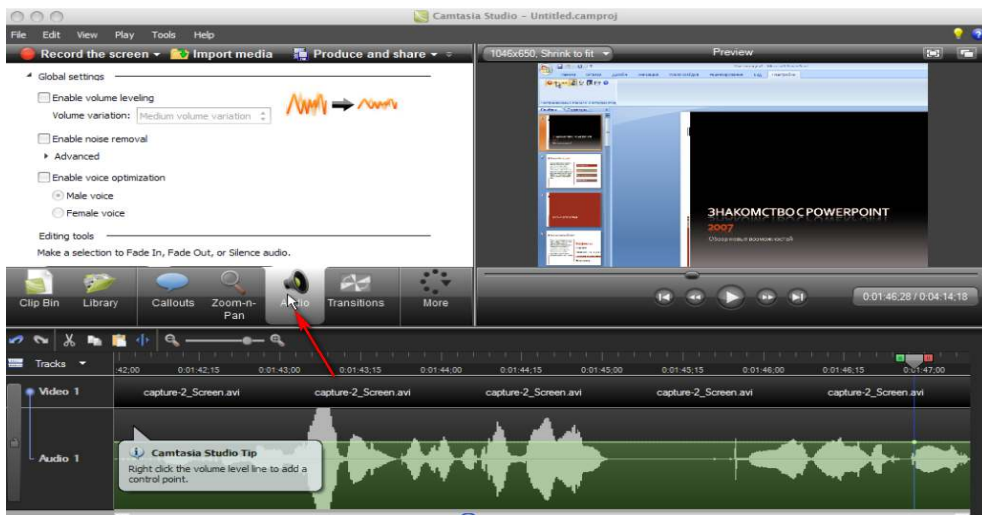


Рис. 067

И ставим галочку, как показано на рисунке:

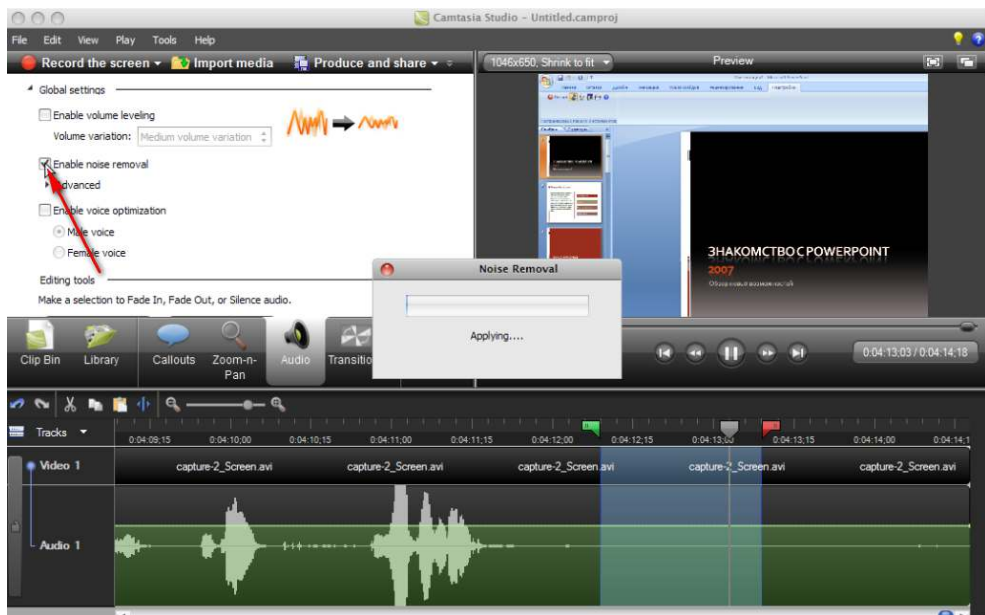


Рис. 068

Так мы убрали шумы из записи. Обычно после этого я сразу конвертирую видео в «человеческие» форматы, то есть, в самые популярные, которые люди смотрят: Mp4, Avi, Mov и другие. Что для этого нужно сделать?

Обращаем на это особое внимание, так как через эту операцию вы будете прогонять каждый ваш отснятый материал. Для этого вам нужно зайти во вкладку: Produce and share.

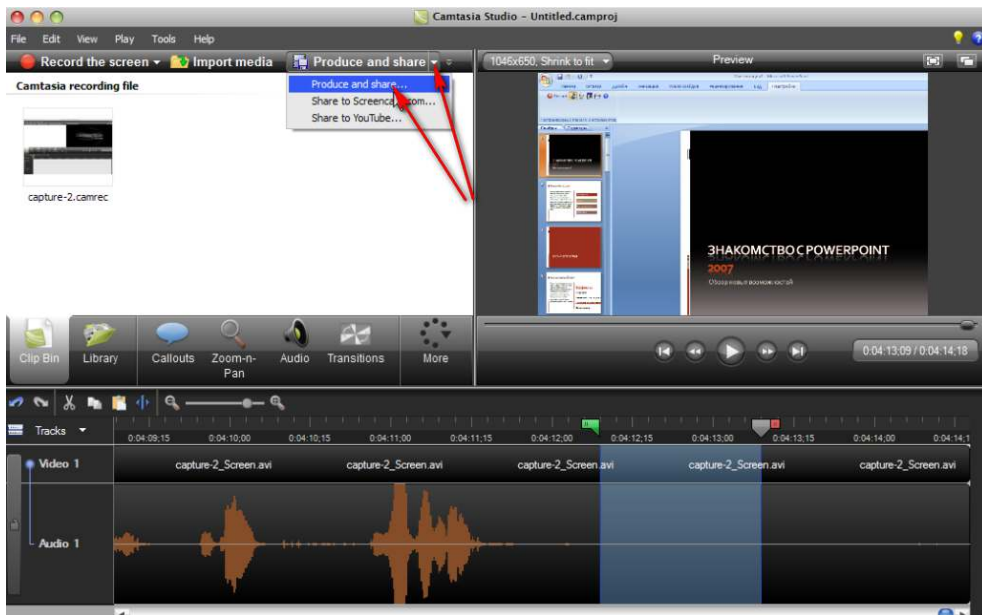


Рис. 069

Выбираем пункт: Custom production settings.

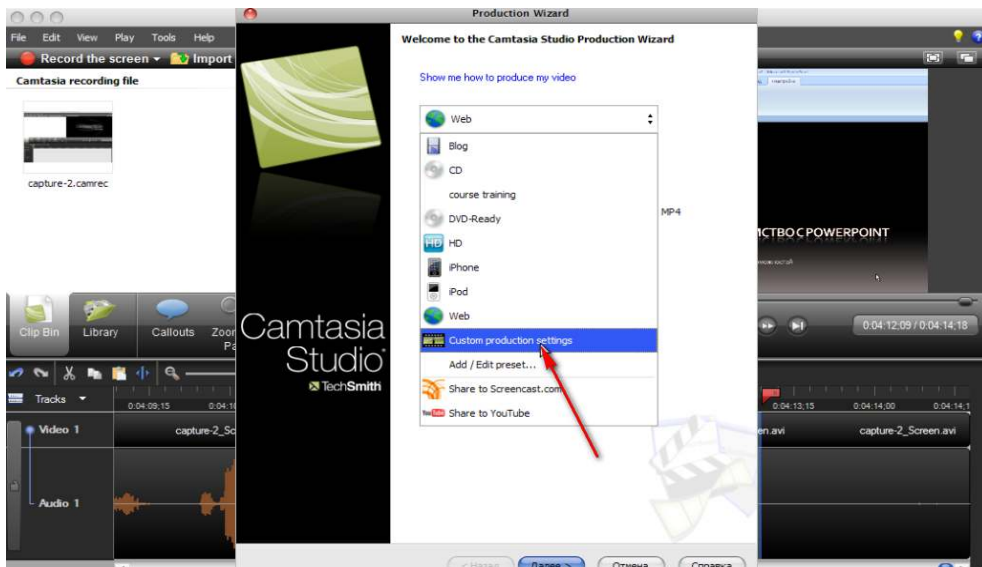


Рис. 070

Теперь нажимаем кнопку далее. Появляется окно с выбором формата. И вот, тут, я вам рекомендую выбрать формат Avi.

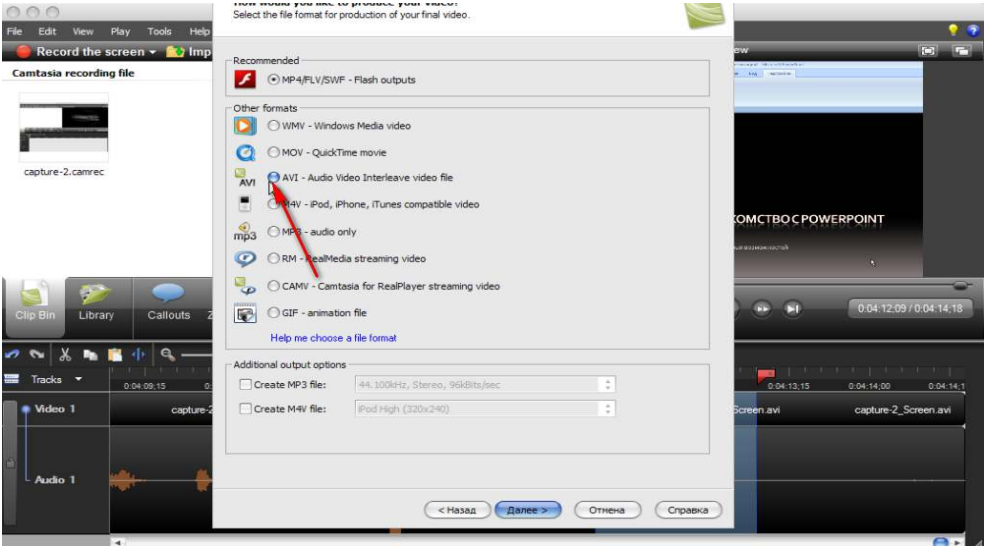


Рис. 071

Но если вы собираетесь публиковать свои материалы в интернете, то тут лучший выбор это формат Мр4.

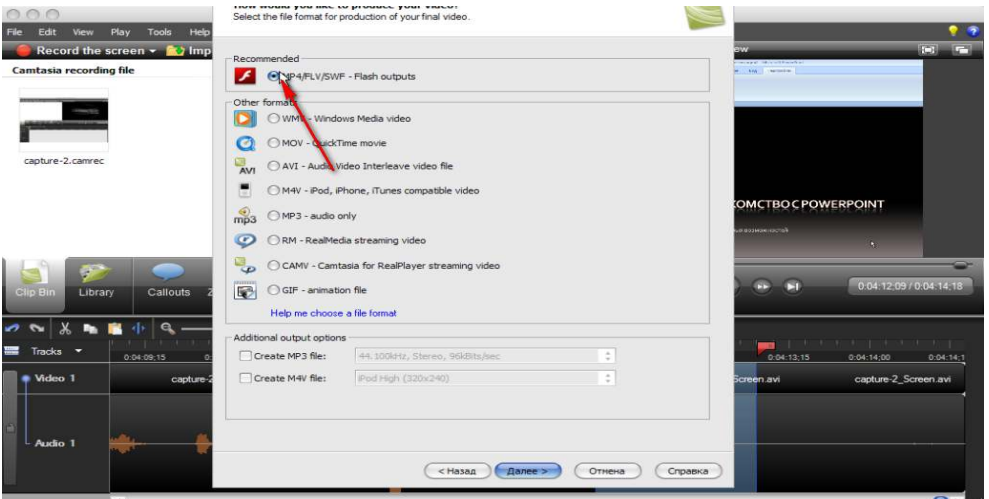


Рис. 072

Потому, что это самый распространённый формат, но если вы собираетесь записывать свои курсы на диске, то лучше выбрать Avi, так как этот формат даёт максимальное качество. Ставим точку в выбранном нами пункте и нажимаем «далее».

Здесь выбираем пункт: True Color 24 bit:

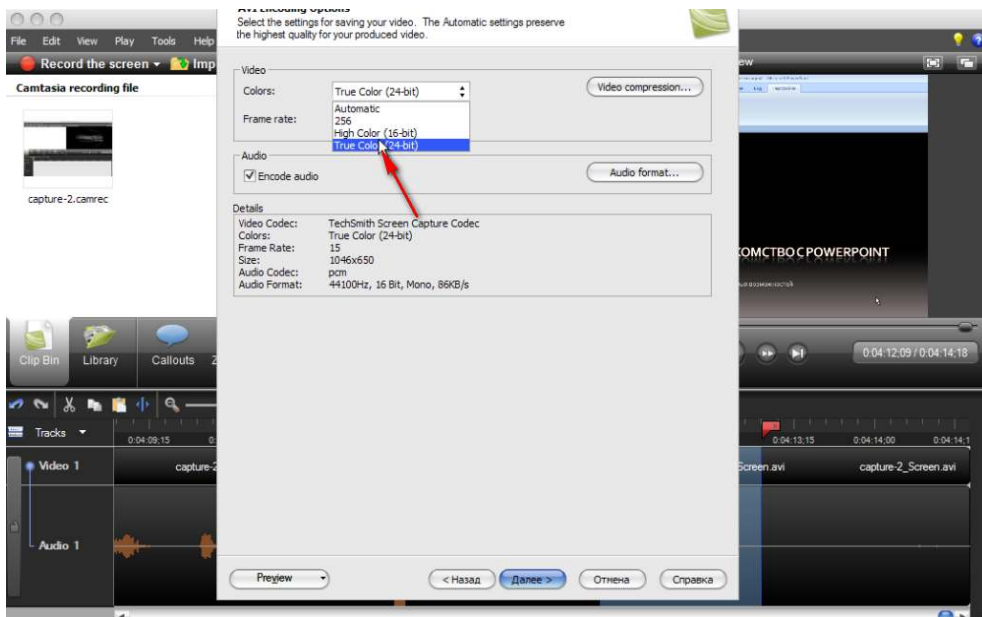


Рис. 073

Всё отлично, теперь выбираем Frame rate.

Кстати, если вы будете редактировать видео снятое на обычную камеру с помощью **Camtasia**, то советую Frame rate поставить на 30, и тогда всё отлично будет редактироваться.

Но если вы снимали свой рабочий экран или презентацию в PowerPoint то ставьте Frame rate на 15. В данном случае, 15 это оптимальный вариант.

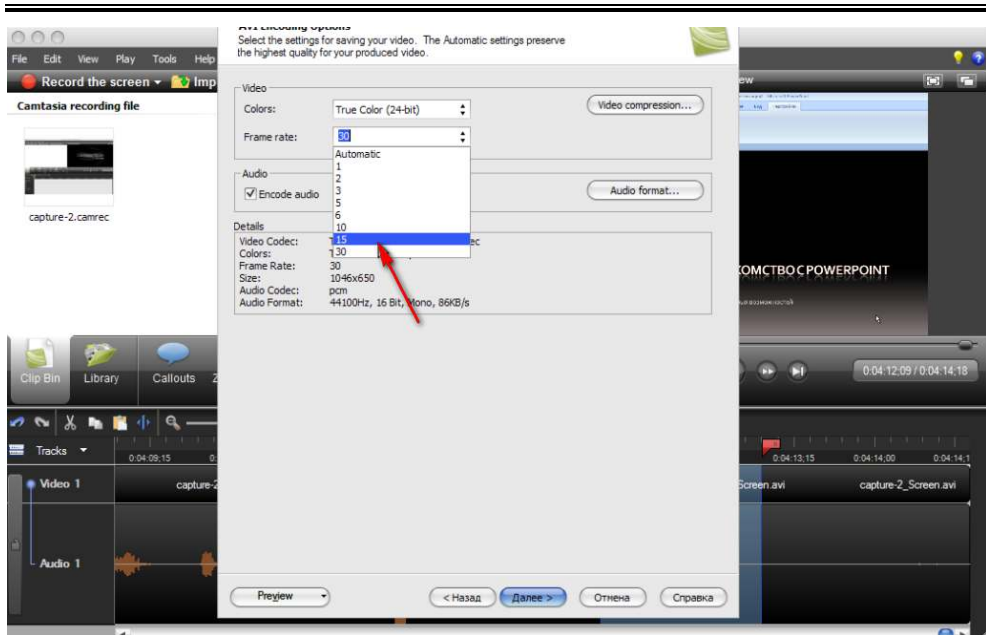


Рис. 074

Так, дальше у нас идёт выбор формата Audio.

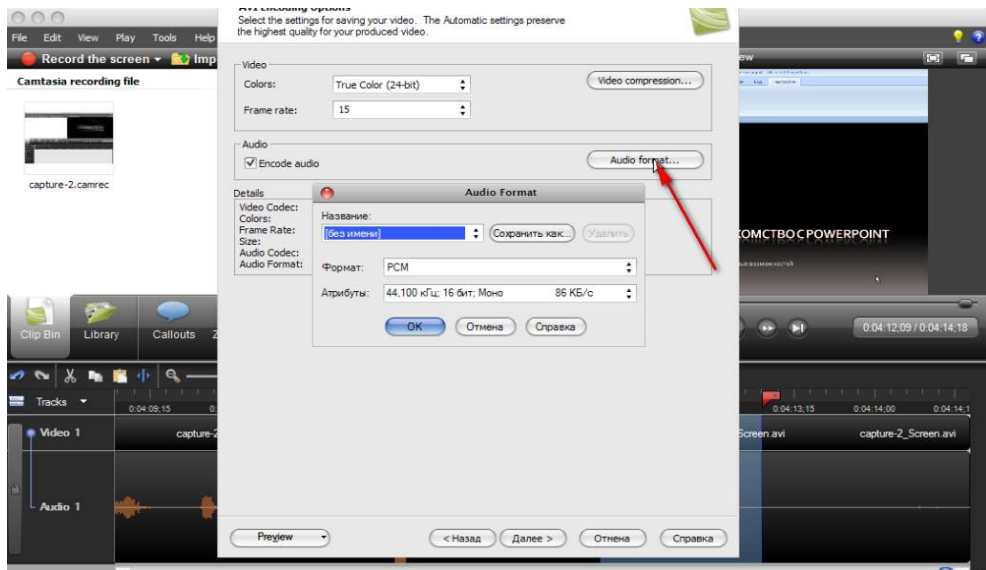


Рис. 075

Ставьте атрибуты: 44; 100 кГц; 16 Бит; Моно; 86КБ/с. Тут это оптимальный вариант. Запомните эти параметры, они вам не раз еще пригодятся.

Дальше по порядку у нас идёт пункт Video compression. В этом пункте нужно будет выбрать кодек, если вы не знаете какой кодек поставить, то оставьте тот, который стоит по умолчанию.

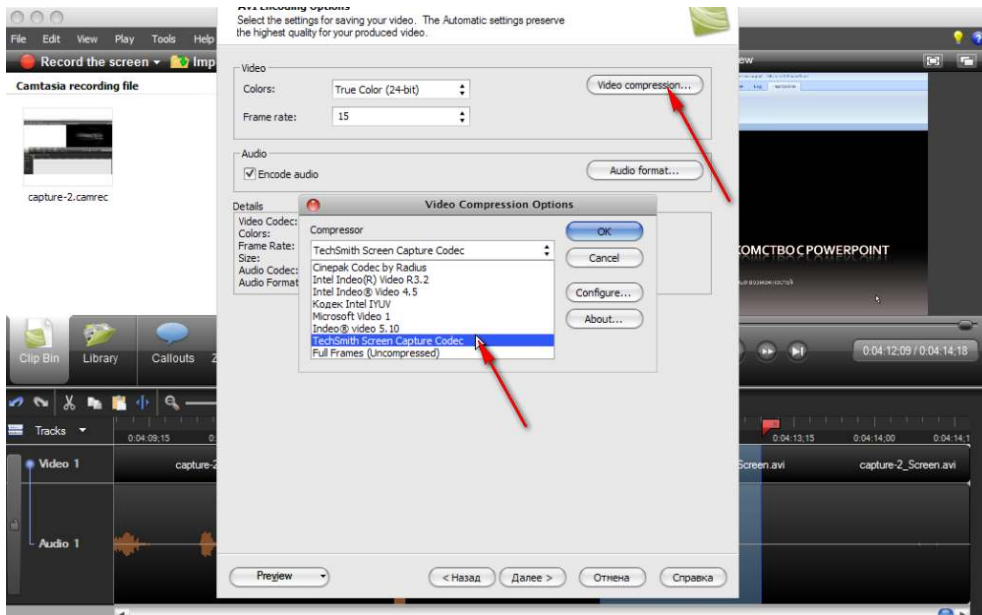


Рис. 076

Но если вы редактируете видео снятое на видеокамеру, то выбирайте кодек DivX.

После жмём кнопку «далее», и еще несколько раз «далее».

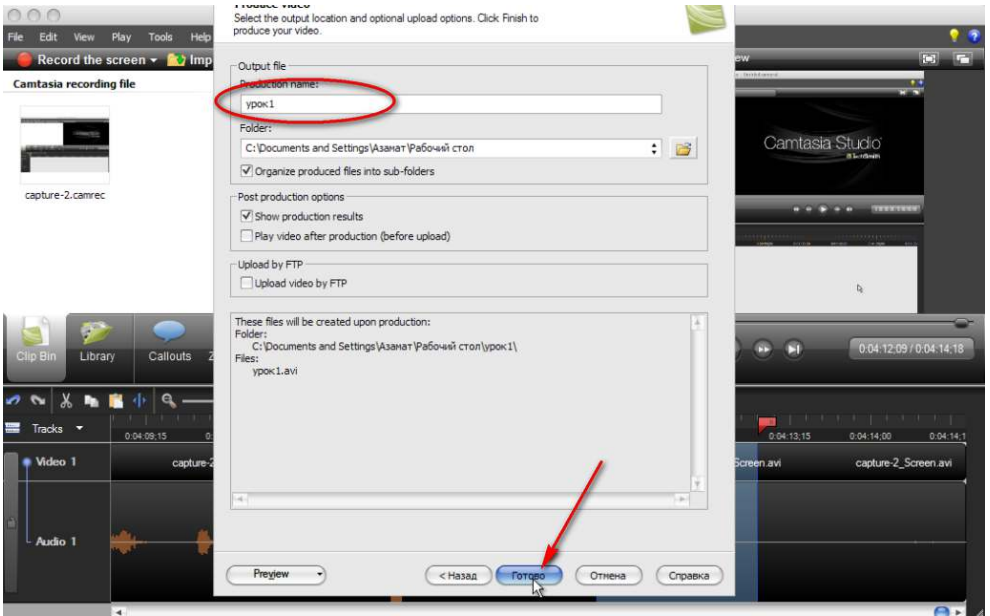


Рис. 077

Теперь сохраняем получившееся видео в любом месте на компьютере, и нажимаем готово.

Вот так создаются видео ролики в программе **Camtasia Studio**.

Как видите, ничего сложного тут нет, заново придумывать велосипед не придется. Нужно просто посидеть, пощелкать мышкой, и все!

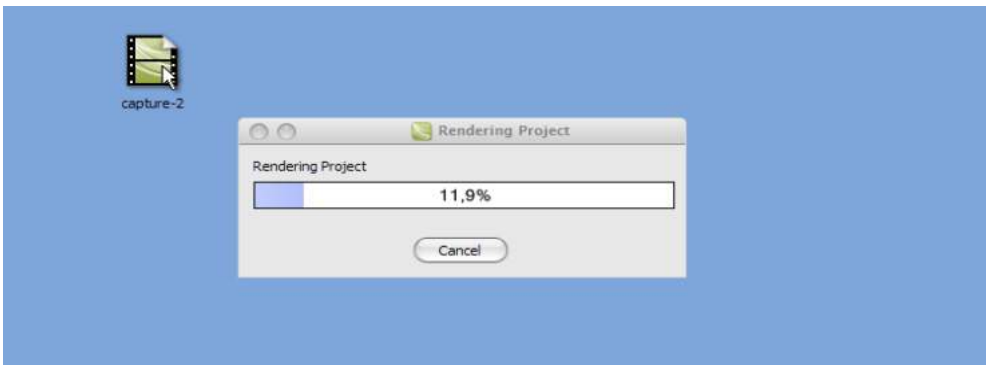


Рис. 078

Точно таким же образом вы будете редактировать и свою презентацию в **PowerPoint**, когда вы её отснимете.

Сейчас вам нужно сделать запись вашего продукта, неважно, сколько времени это займёт, важно чтобы у вас сегодня уже был готовый инфо-продукт. Всё, за работу, и не вставайте со стула, пока все записи проекта не будут готовы!

Компонуем файлы продукта

Дорогой коллега, вы добрались до этой страницы, значит, у вас уже есть записи своего собственного инфо-продукта. И теперь нам нужно подготовить для него меню, а как? Заказывать разработку меню у специалиста - дорого, да и времени отнимает много, а самому делать еще дольше.

У нас же время ограничено, и терять его мы просто не можем, поэтому используем самый простой вариант.

За пример возьмем мой курс «Бесстрашная публичная речь». Говорю сразу, никакого меню там и в помине нет. Там просто на диске файлы удобно распределены по папкам. Мы видим на диске всего три папки с файлами. Первая папка содержит в себе основной контент, а две остальные папки – это просто дополнения.

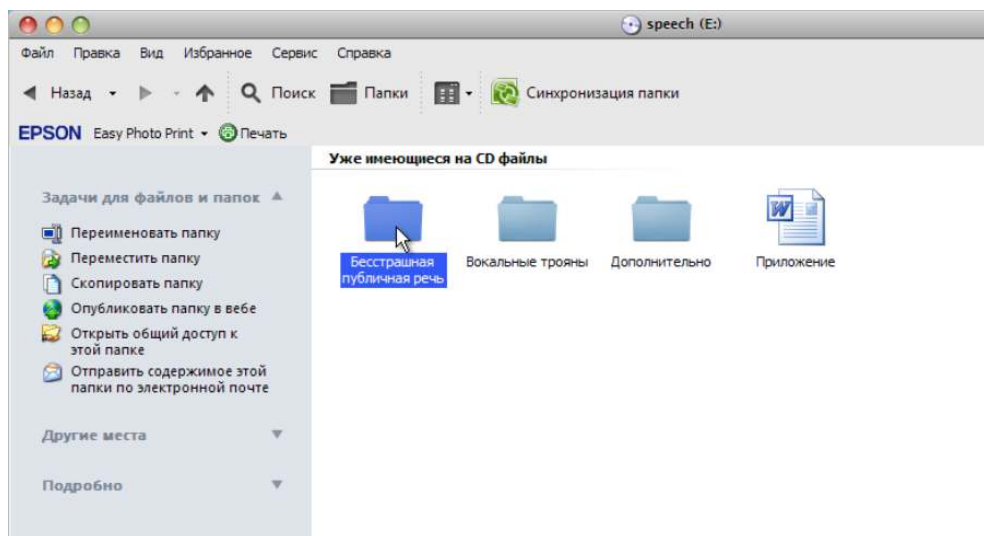


Рис. 079

Далее. Открываем и смотрим, - что же находится в основной папке. В основной папке всего два файла: непосредственно сама запись в формате mov длительностью 70 минут, и плеер для воспроизведения видеофайлов.

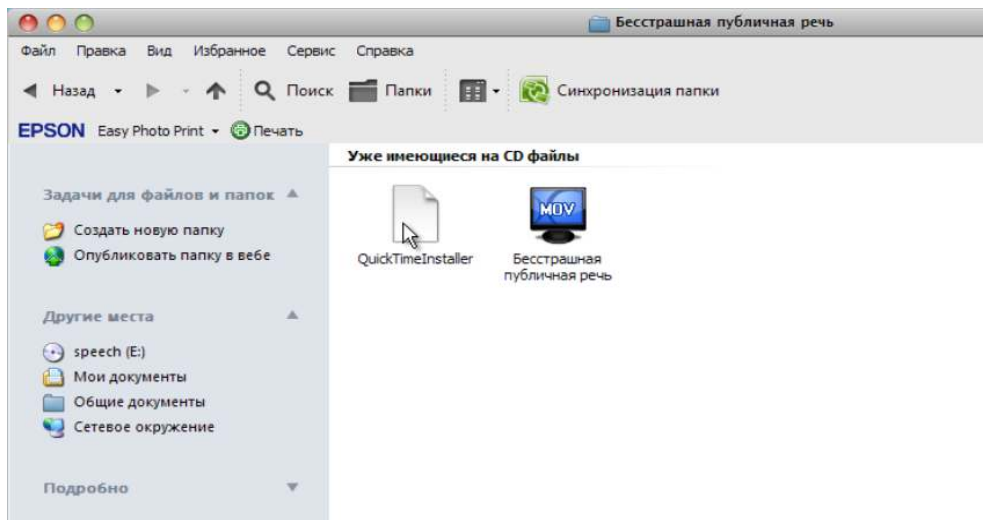


Рис. 080

В двух других папках находятся просто дополнения. В них можно положить дополнительные вспомогательные курсы, которые не были включены в основную папку, это также может быть какая-то электронная книга по теме курса, интервью, и так далее и то прочее, то есть любые сопутствующие материалы, которые сочтете полезными для ваших клиентов.

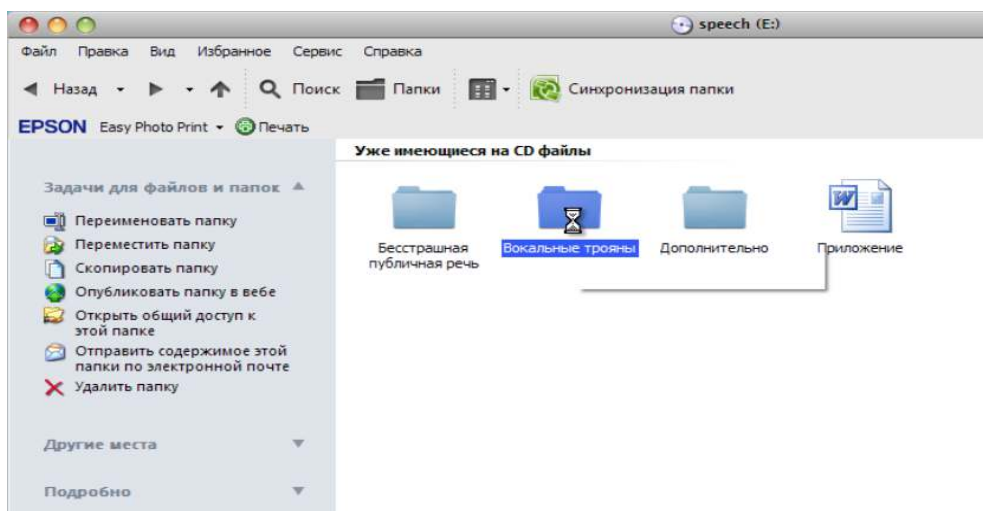


Рис. 081

И плюс небольшая пояснительная записка в формате Word, в которой рассказывается о том, в какой последовательности стоит изучать материалы. Просто инструкция. Вот что в ней написано:

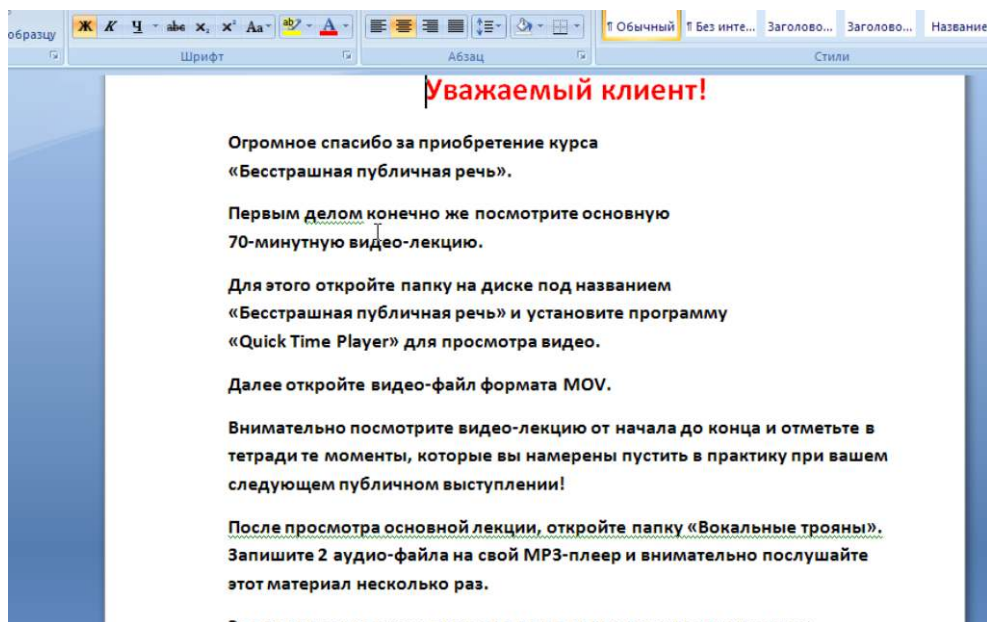


Рис. 082

Я на собственном примере показал, что меню для инфо-продукта делать совсем не обязательно, достаточно просто удобно расположить файлы на диске. Ведь клиенту совершенно неважно, какое меню вы создали для своего курса, ему важно решить свою проблему.

Также хочу дать еще один совет: если вы сделали курс в аудио формате, то при записи на диск используйте диски CD. Чтобы клиент мог слушать курс, сидя в машине или просто находясь на улице. Это также можно прорекламирровать, как одно из достоинств курса. Например: «Вы можете слушать мой курс в любом месте. Закачайте курс себе в mp3-плеер, 15 минут в день и проблемы как не бывало». Если же вы создали курс в видео формате, то тут однозначно нужно выбрать DVD-диски. Кстати, в последнее время все чаще используются чисто электронные варианты инфо-продуктов, которые скачиваются напрямую через интернет. Без записи на диски.

Таким образом, сейчас сгруппируйте наши файлы на диске. Расположите их так, чтобы клиенту было удобно их найти. Не имеет значения, если у вашего курса нет меню, главное, чтобы клиенту было удобно! На сегодня урок закончен, встречаемся завтра!

День 4

Еще раз приветствую вас уважаемые коллеги!

С вами снова Азамат Ушанов, и сегодня у нас с вами день под номером 4. На протяжении этого дня мы с вами разберемся с некоторыми мелкими, но важными вопросами.

Сегодня нам нужно сделать дизайн обложки нашего инфо-продукта, установить программу для создания сайтов, заказать доменное имя, то есть имя, которым сайт будет называться в интернете, и заказать хостинг, то есть место в интернете для размещения сайта.

Для начала займемся дизайном.

Сам я в дизайне ничего не смыслю, поэтому про дизайн обложки вашего инфо-продукта я попросил рассказать профессионала в этом деле, Юшкова Виталия, а сделаем мы это на примере обложки, которую Виталий делал для инфо-бизнесмена Альберта Жданова.

Делаем дизайн обложки

Чтобы создать интересную и привлекательную обложку для вашего DVD курса, вовсе не обязательно быть профессионалом в фотошопе и иметь кучу дипломов по дизайну.

Достаточно немного фантазии и элементарные знания работы в фотошопе. Как раз эти знания вы и получите на этих уроках.

Сначала мы создадим лицевую часть диска.



Рис. 083

Затем, заднюю сторону



Рис. 084

Потом боковую часть.



Рис. 085

Ну и сам диск.



Рис. 086

Хотя, знаете что? Если у вас действительно есть желание освоить самостоятельное изготовление обложки, идите на мой сайт в спец-раздел, скачи-

вайте видеоуроки под названием 1-design-done.mp4 и 2-design-2-done.mp4 и подробно и пошагово проработайте их.

Если же вы хотите «перепрыгнуть» этот этап, то ваше спасение – «свободные работники», то есть фрилансеры.

Используем фрилансеров

Итак, уважаемый читатель, слово опять взял я, Азамат Ушанов.

Если у вас, дорогой коллега, есть сложности с тем чтобы выполнить пройденные уроки своими руками, но есть немного денег, или если вам просто лень делать обложку своими силами, или решать любую техническую задачу для вашего бизнеса, если вам лень разбираться с собственным мини-сайтом, то добро пожаловать на сайт Free-Lance.ru.

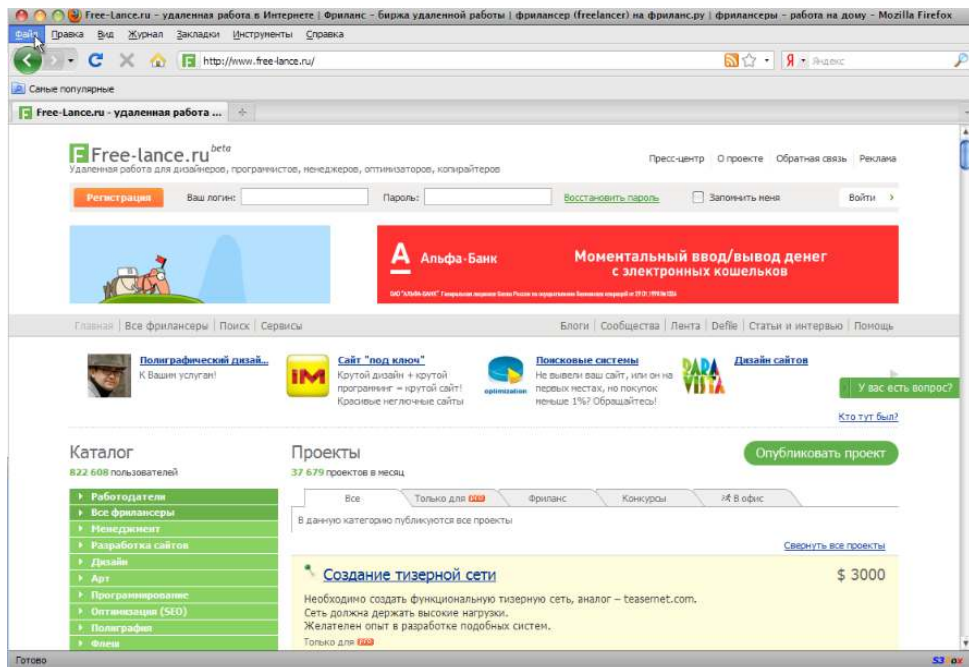


Рис. 087

Там предлагают свои услуги множество различных дизайнеров, программистов, копирайтеров, оптимизаторов. Там есть люди, которые могут вам помочь с любым вопросом. Но! Хочу вас предупредить. Нельзя оплачивать вперед за выполнение вашего задания полную сумму денег. Максимум можно внести предоплату в 50%.

Для этого вам необходимо будет зарегистрироваться на этом сайте, и далее подать объявление. Сумму за услугу назначайте минимальную, в зависимости от вашего задания. И хочу вам подсказать, что находятся люди, которые и за маленькую сумму выполняют ваше задание, причем выполняют довольно качественно.

В нашем случае, нам нужна обложка для DVD диска, не надо стремиться к супер крутой обложке, нам она нужна просто опрятная. За выполнение этого задания поставьте бюджет примерно, в 1000 рублей. Я лично вам рекомендую установить цену в 1000 рублей и посмотреть, что будет происходить.

Далее мы выбираем человека, изучаем его портфолио, и если вас все устраивает, общаемся с человеком, договариваемся о предоплате, а остальную сумму выплачиваем ему после выполнения всего задания. Я вас предупреждаю! В жизни люди встречаются разные, на этом сайте также живые люди, можно встретить как профессионала, так и дилетанта который запросто вас может обмануть, по простому «кинуть». То есть взять деньги и не выполнить работу. У нас такие случаи были, поэтому-то я вас и предупреждаю. Чтобы этого избежать - не оплачивайте вперед.

А в общем, Free-Lance.ru может вам сильно упростить жизнь. Я, например, очень много технических дел по поводу дизайна, различных программных решений заказывал у разных людей и оставался доволен. Я вам его рекомендую, но с учетом тех предосторожностей, о которых я вам рассказал.

Заказываем домен и хостинг

Отлично, мы сделали обложку для диска, и следующее что мы сделаем - это покупаем домен и хостинг. То есть другими словами, это название сайта и место в интернете, где вы свой сайт разместите. Давайте сейчас заходим на сайт yutex.ru.

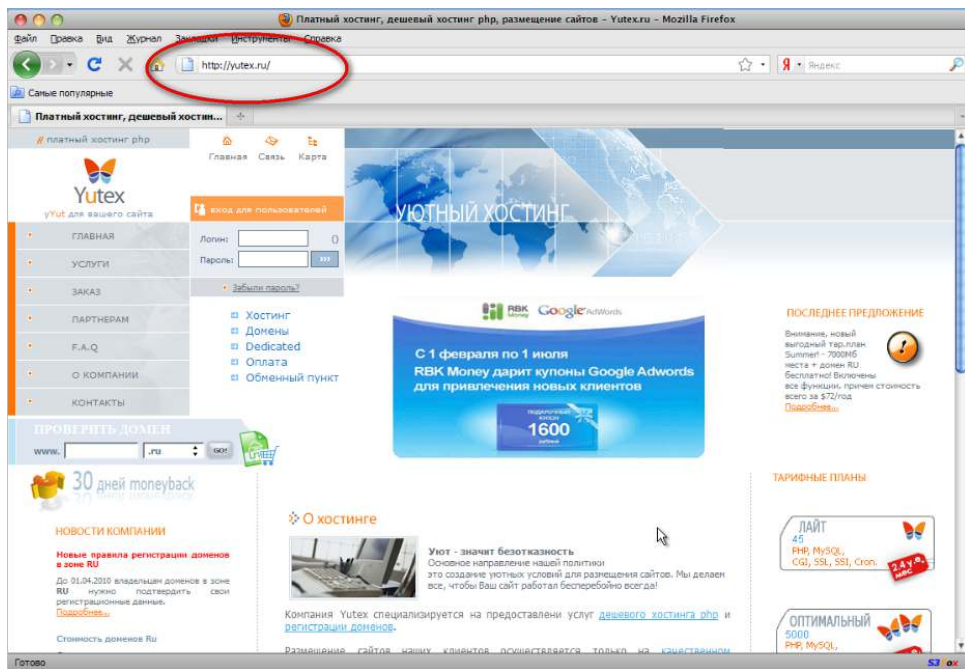


Рис. 088

Я рекомендую вам выбрать именно эту хостинговую компанию, так как я сам все свои сайты храню на этом хостинге.

Для начала нам необходимо выбрать тарифный план. Тарифных планов здесь много, для начинающего больше всего подходит тариф «оптимальный». У нас есть 5 гигабайт, а если вы купите хостинг на год, то вам дадут домен в подарок.

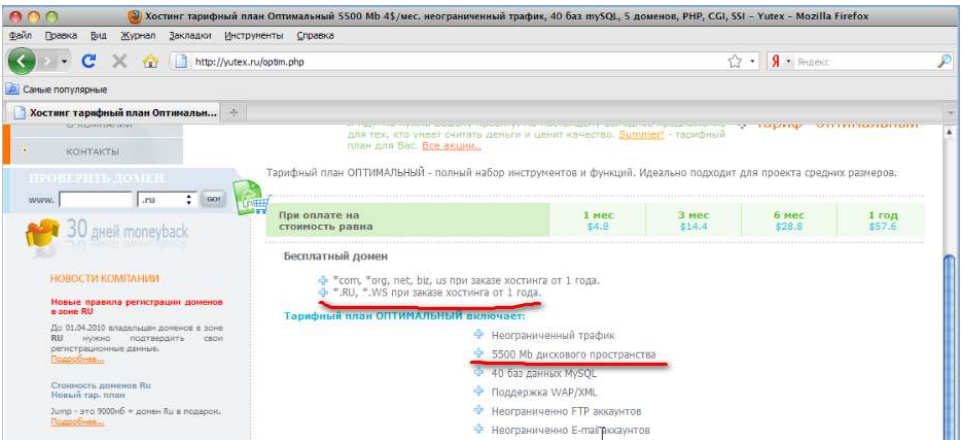


Рис. 089

Ну что ж, пора заказывать хостинг.

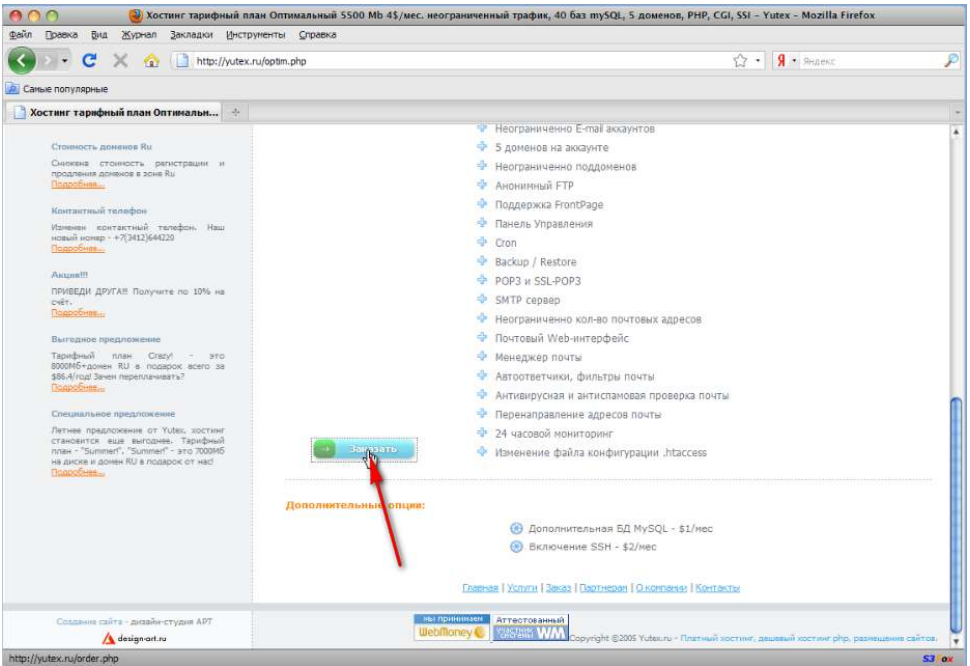


Рис. 090

Сейчас нам надо зарегистрироваться, придумать логин, заполнить все поля и ГОВОРО.

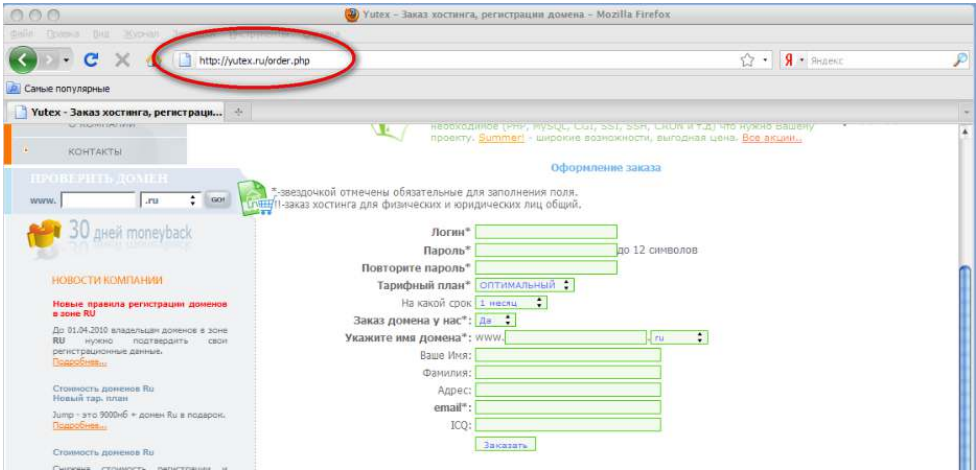


Рис. 091

Так, всё, мы зарегистрировались, теперь нам нужно зайти в наш личный кабинет и пополнить счёт.

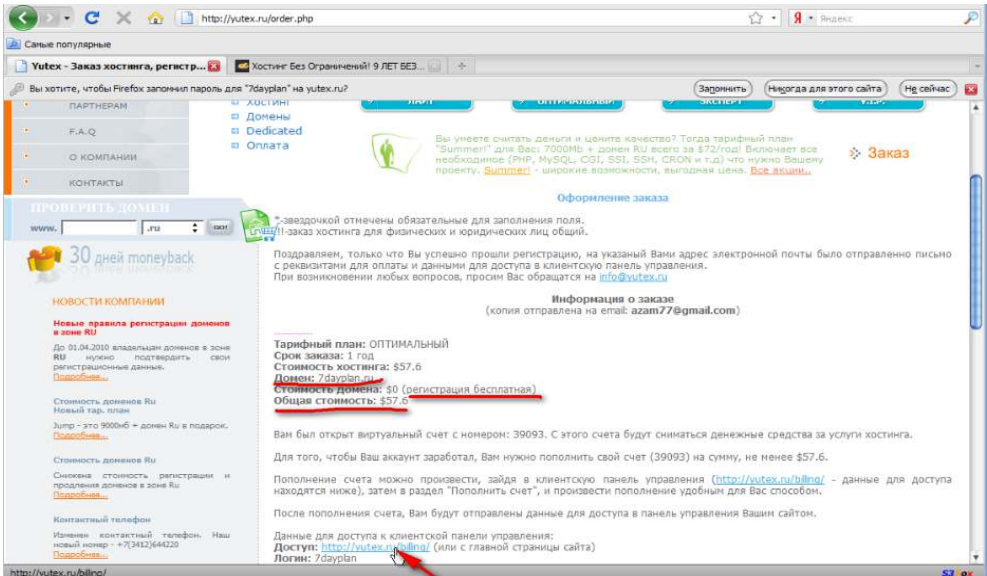


Рис. 092

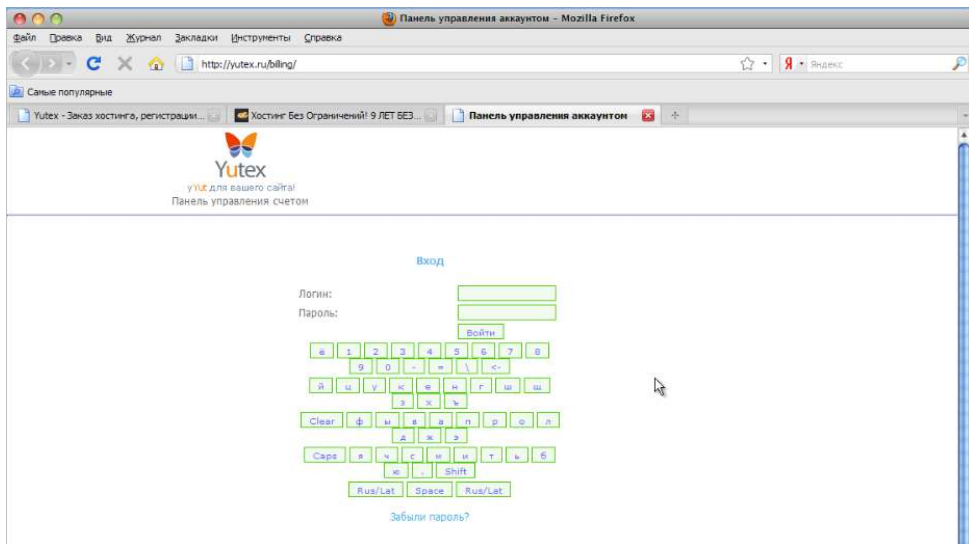


Рис. 093

Теперь вот сюда нужно вписать свои паспортные данные.

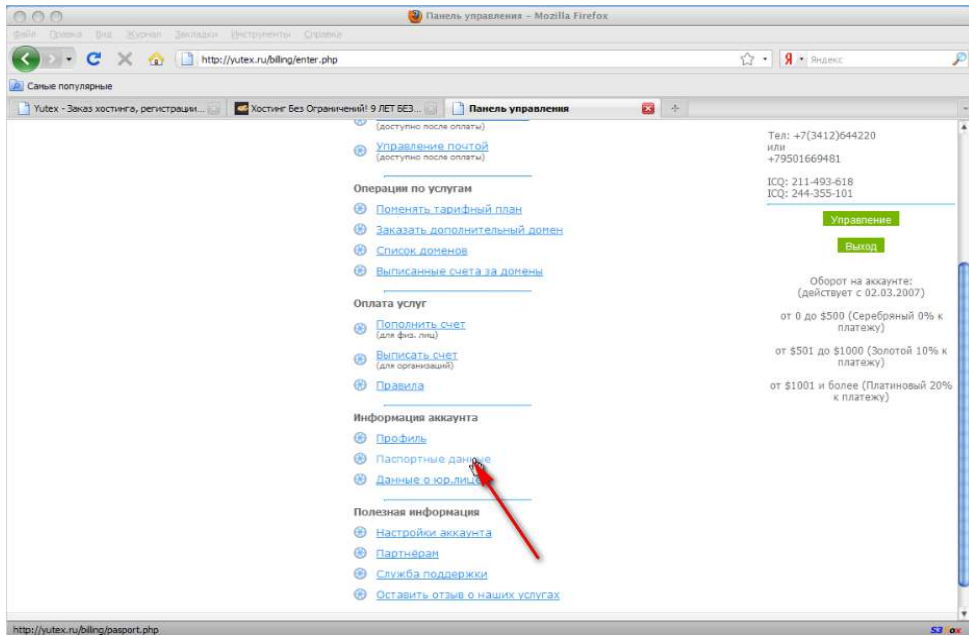


Рис. 094

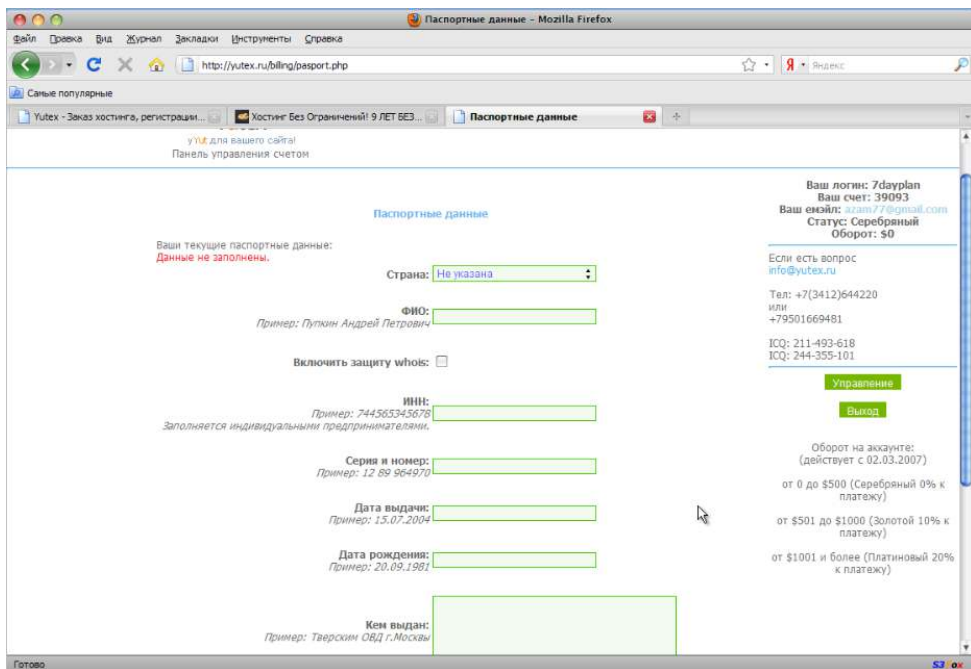


Рис. 095

После того как вы оплатили хостинг, к вам на почту должно прийти письмо со всеми данными по хостингу и домену.

Сегодня вы покупаете хостинг, а уже завтра получаете письмо со всеми данными. И сможете размещать свои сайты.

Устанавливаем программу Dreamweaver

Всё, что нам осталось на сегодня сделать, это установить программу dreamweaver. Эта программа отлично подходит для создания простых мини-сайтов.

Я этой программой пользуюсь уже лет восемь и никогда не менял ее на более свежую версию. А зачем, если программа и так делает все, что мне надо? Этой версией программы уже никто кроме меня, наверное, и не пользуется, она уже давно выведена из продажи, а если вы решите воспользоваться свежей версией, то можете свободно приобрести самую свежую версию через интернет.

Чтобы установить вот эту, «доисторическую» версию программы, нужно просто разархивировать архив на рабочий стол...

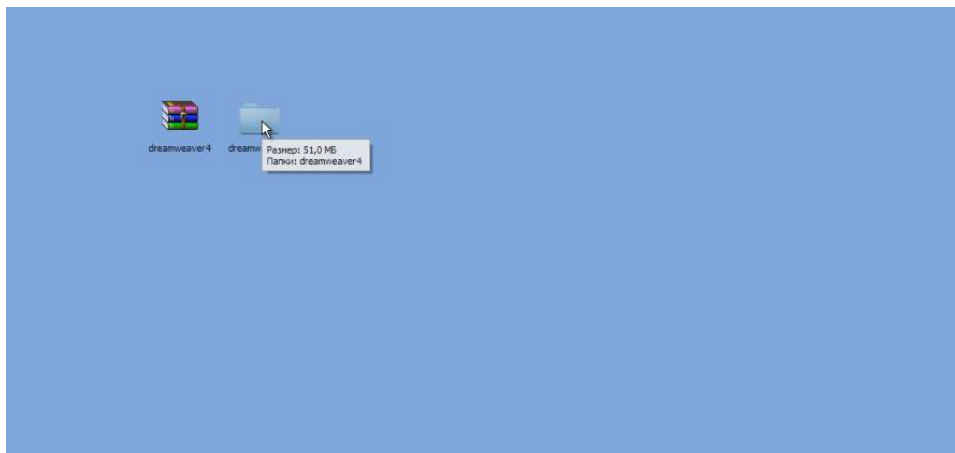


Рис. 096

Установить совместимость с более свежими версиями Windows, для этого: Нажимаете на ярлычке программы правую клавишу мыши, выбираете «Свойства», «Совместимость», ставите галочку «Отключить визуальное оформление» и нажимаете на кнопку «Ок».

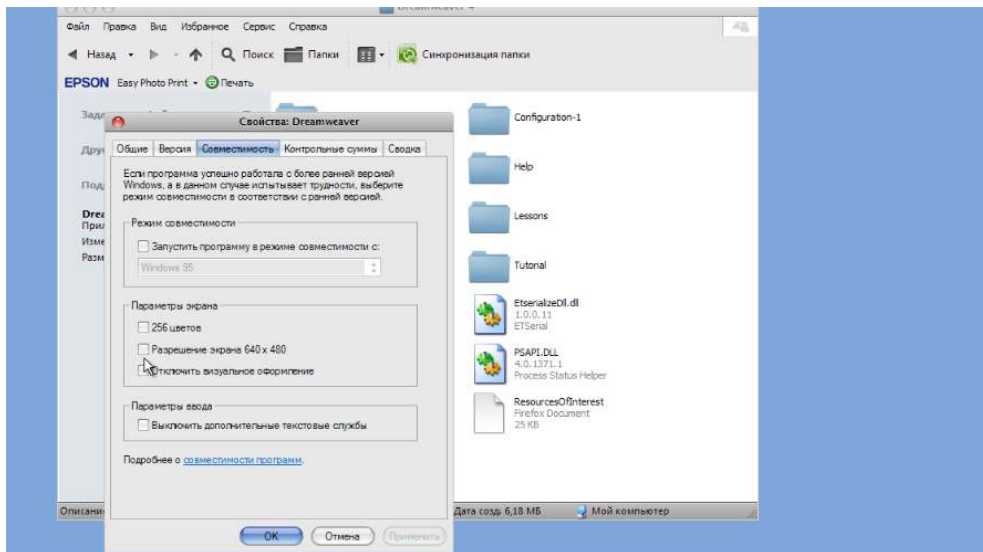


Рис. 097

Проверяем, что везде установлена кириллица, то есть русские буквы.

«Изменить» -> «Свойства страницы» -> «Кодировка документа» стоит на «Cyrillic (Windows 1251)»:

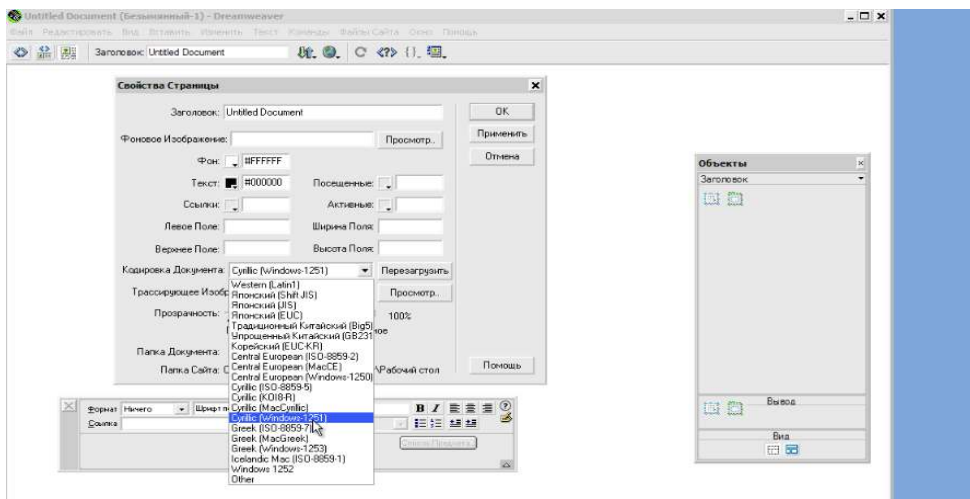


Рис. 098

И «Редактировать» -> «Настройки» -> «Шрифты/кодировка» в пункте «Обычная кодировка» должно стоять «Cirillic (Windows 1251)», а в «Настройки» должно стоять «Cirillic»

В программе постоянно будем использовать панели «Объекты» и «Свойства». Для вызова этих панелей нужно будет убедиться, что в пункте меню «Окно» эти галочки стоят.

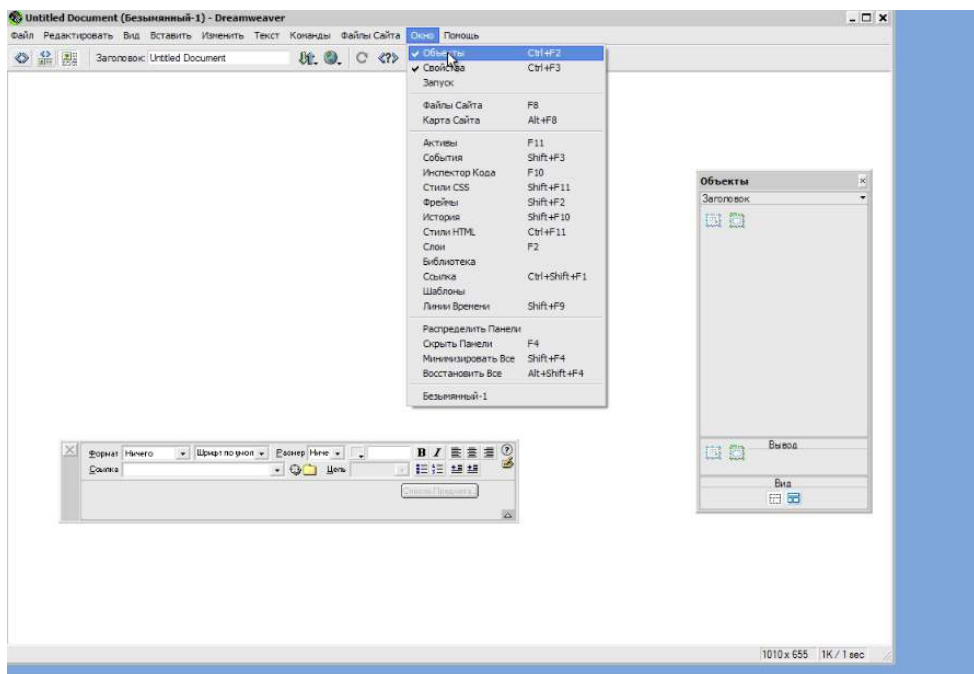


Рис. 099

Если же вы решите использовать свежую версию, то скорее всего настройка на русский язык в ней уже будет включена.

На этом наш урок сегодня заканчивается, а завтра мы с вами займемся непосредственно нашим сайтом.

День 5

Разбираемся с продающим мини-сайтом

Приветствую вас дорогой коллега! Добро пожаловать в день под номером 5. С вами Азамат Ушанов, и сегодня мы займемся созданием вашего продающего мини-сайта.

Мы с вами не будем создавать гигантский сайт, который содержит 2 километра текста, мы с вами сделаем простой, но вполне работоспособный сайт, и у нас на странице будет только заголовок и продающее видео, как у меня в видеокурсе о бесстрашной публичной речи.

Вот, посмотрите, как выглядит мой сайт:

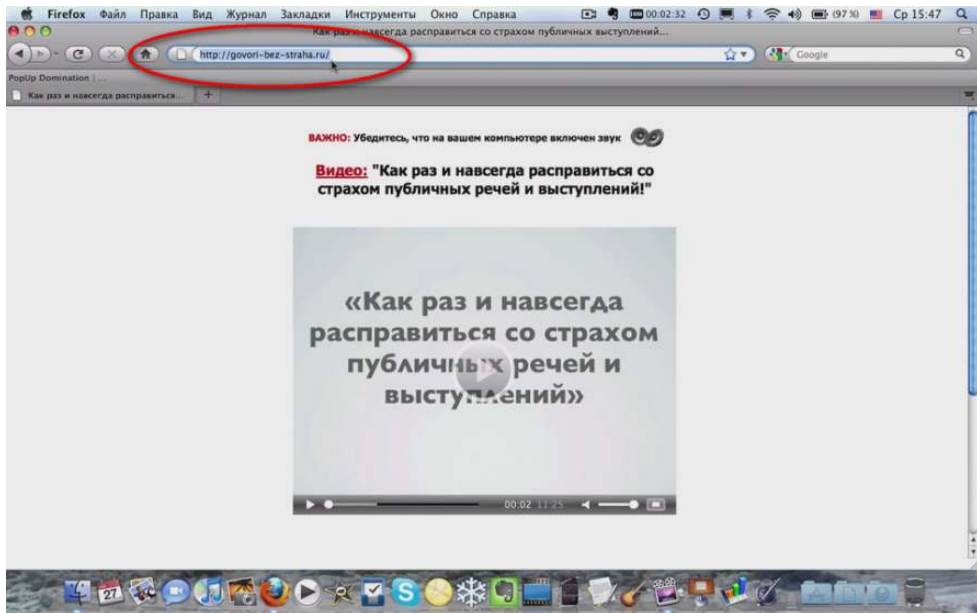


Рис. 100

А еще лучше зайти на мой сайт по адресу www.govori-bez-straha.ru и нажмите на воспроизведение.

Вот в таком виде мы и будем делать ваш сайт, потому что так мы его сможем сделать буквально за считанные часы.

Как видите, здесь нет ничего особенного, просто страница с заголовком и изображением, от которых создается впечатление, что это просто полезное видео. Вот, допустим, заходит человек на эту страницу с контекстной рекламы из Яндекс Директа, и что он видит? Перед ним просто полезное видео.

Вы обратили внимание на то, что на сайте нет кнопки «заказать»? Кнопка заказа появляется только в конце этого видео, и я говорю о том, что вот это такой-то курс, приобретайте его. А с самого начала у человека даже не возникает подозрения, что ему будут что-то предлагать купить. И поверьте мне, данный метод работает.

Я рекомендую вам применить такую же модель, так как она очень хорошо работает на холодный трафик, то есть на людей, которые с вами еще не знакомы. Ваша задача продать ваш информационный продукт незнакомым людям, и с помощью такого подхода вы действительно сможете это сделать.

Ниже по тексту в этой книге я размещаю полный текст моего продающего ролика, и этот же текст вы можете скачать в спец-разделе моего сайта «для читателей».

Возьмите его и сделайте просто на его основе свой. Оставьте ту же самую структуру, она отлично работает для продажи любого информационного продукта, используйте из него все что только можно, просто замените информацию о моем продукте на информацию о вашем продукте и укажите выгоды тоже именно для вашего продукта. Вот текст моего продающего видеоролика:

Здравствуйте, уважаемый посетитель!

Добро пожаловать в бесплатную презентацию «Как раз и навсегда расправиться со страхом публичных речей и выступлений».

Меня зовут Азамат Ушанов и перед тем, как мы начнем, я хочу сказать вот что. Я не являюсь профессиональным психологом и не являюсь профессиональным тренером в области ораторского искусства. Я просто обычный человек, который имел очень серьезные проблемы с выступлением на публике.

В мои школьные и студенческие годы я боялся этого настолько сильно, что даже не мог нормально прочитать простой доклад перед аудиторией в 20 человек. Я сразу начинал сильно нервничать, покрываться потом, заикаться и дергаться.

Одним словом даже «маленькое публичное выступление» для меня было сущим кошмаром и я просто никак не мог контролировать свой страх.

Вот, я даже раскопал на компьютере старое видео одного из моих провальных «публичных речей» в университете, и хочу буквально в течение нескольких секунд показать его вам, чтобы вы увидели насколько серьезна была проблема...

ВСТАВКА О ТОМ, ЧТО БЫЛО ДО

Да уж, времена были не ахти. Я очень сильно комплексовал по поводу того, что превращаюсь в нервного клоуна всякий раз, когда выхожу выступать. Однако в один обычный день ситуация поменялась кардинальным образом. Причем случилось это очень быстро. После этого я стал совершенно без проблем выступать ни только перед любой аудиторией в университете, но и перед аудиториями в сотни человек на семинарах по интернет - маркетингу, в своей рабочей деятельности...

ВСТАВКА О ТОМ, ЧТО БЫЛО ПОСЛЕ

Мне безусловно нужно очень многому научиться в ораторском искусстве, однако как вы видите, проблема страха буквально испарилась, и теперь мы наблюдаем совсем другую картину.

Что же произошло и куда пропал дискомфорт и вся нервозность?

Скажу сразу, что это не НЛП и не какая-то новомодная психотехника...

Все это, дорогой друг, результат практического применения очень простых и может быть даже банальных, общеизвестных вещей, о которых вам никогда не расскажут профессиональные психологи и которую вы тем более не найдете в интернете в свободном доступе. В действительности, сейчас интернет захламлен информацией по ораторскому искусству. Есть куча бесплатных статей, обучающих курсов и дорогостоящих тренингов.

Однако нет ни одного по-настоящему КОМПЛЕКСНОГО решения конкретно этой острой проблемы – страха, который сковывает вас изнутри всякий раз когда вам необходимо выступить перед людьми. Везде проблема страха разбирается или «поверхностно», или же сугубо теоретически на непонятном простому человеку языке...

Поэтому я решил собрать те самые простые, легкие практические принципы, которые помогли мне избавиться от страха публичных выступлений в рекордно короткий срок, и поместить их в 70-минутный мультимедийный курс «Бесстрашная публичная речь».

Если вы примените те легкие, простые принципы, о которых я говорю в курсе на практике, то я вам гарантирую: страха публичных выступлений у вас больше не будет. Вы увидите мгновенный положительный прогресс уже при вашей следующей публичной речи, вне зависимости от величины аудитории...

Вся информация из курса «Бесстрашная публичная речь» поможет вам в бизнесе, в работе, в социальной и даже личной жизни.

Раскрепощенность в общении, внимание и восхищение со стороны окружающих, придадут вам уверенности во всех ваших делах.

Вот всего лишь малая часть из того, что вы узнаете, получив мультимедийный курс «Бесстрашная публичная речь»:

Парадоксальный способ полного расслабления перед вашей публичной речью (этот небольшой сдвиг в мышлении поможет вам не только уничтожить ваш страх, но и расположить к себе всех людей в вашей аудитории)

4 простых, но крайне эффективных принципа от одного пластического хирурга, которые сведут ваш страх публичных выступлений до минимума, делая ваши речи расслабленными, уверенными и полностью натуральными.

Как простыми методами поставить себе отличную дикцию и выработать такой голос, который заморозит любой зал и подарит вам истинный кайф от каждого вашего публичного выступления.

Секрет удивительной взаимосвязи ваших повседневных житейских дел со страхом публичного выступления (и как сделав крошечные изменения в вашей повседневной жизни вы можете магическим образом избавиться от страха выступить публично)

В деталях, как именно необходимо двигаться и смотреть на аудиторию, чтобы страх улетучился сам собой, как только вы вступили на сцену.

Как одно небольшое осознание снабдит вас непревзойденным пофигизмом относительно того, кто сидит в зале. Вы будете выступать уверенно и раскрепощено, даже если в зале будет присутствовать президент страны :)

Принцип «высшей точки» или как вы можете распрощаться со страхом публичных выступлений уже через 1 неделю после приобретения этого замечательного мультимедийного курса.

Курс «Бесстрашная публичная речь» - это 70 минут простой, практической и мгновенно работающей информации, которая принесет вам результат быстро! Вам не нужно продолжать рыться в завалах информации в интернет, читать нудные, никому не понятные 1000 – страничные книги по психологии, ходить к психиатрам или же на дорогостоящие тренинги по ораторскому искусству, которые не уделяют проблеме страха должного внимания.

Мультимедийный курс «Бесстрашная публичная речь» - это простой, понятный, практический курс, дающий вам феноменальные положительные результаты легко и быстро!

Вы можете заказать себе копию прямо сейчас, воспользовавшись кнопкой, которая появилась чуть ниже окошка с данным видео.

Кстати, сделав заказ сегодня, вы получите не только курс «Бесстрашная публичная речь», но и ценнейший подарок в виде аудио-курса «Вокальные трояны» от моих коллег Виктора Орлова и Булата Шамсутова. Это великолепный курс, благодаря которому я сам существенно улучшил свою речь и дикцию. А как вы понимаете, отсутствие страха публичных выступлений + хорошо поставленная дикция = такие публичные речи, за которые вам будут порой аплодировать стоя!

Поэтому делайте заказ сейчас. На эту покупку у вас в случае чего есть полное право на возврат денег. Вот моя гарантия вам...

Попробуйте практические приемы из курса «Бесстрашная публичная речь» во время вашего следующего выступления перед аудиторией людей. Если вы не избавитесь от страха и не станете чувствовать себя

гораздо комфортнее, увереннее и раскрепощеннее перед любой аудиторией, то просто напишите в нашу службу поддержки и попросите возврат денег. Мы перечислим вам деньги обратно, а вам даже не нужно будет высылать курс назад. Я настолько уверен в качестве курса и в том, что он принесет вам положительный результат, что даю вам годовую гарантию на 365 дней!

Курс «Бесстрашная публичная речь» стоит 1497 рублей. Цены тренингов по ораторскому искусству (на которых проблема страха публичных выступлений разбирается поверхностно, или же не разбирается вообще) колеблются в районе 10 – 30 тысяч рублей.

Зачем платить тому же частному психологу по 5000 рублей за час, когда вы можете посмотреть мультимедийный курс и избавиться от проблемы быстро, легко, при помощи осознания простых и максимально понятных вещей?

Более того, когда вы получите и примените курс «Бесстрашная публичная речь» на практике, платить будут вам! Кто знает, возможно вы будете так же как и я выступать на конференциях и семинарах по темам своей профессиональной деятельности и получать по 35 т.р. за один час своих бесстрашных, уверенных и полезных речей?

Выбор за вами!

Вот, что вы можете сделать сейчас:

Кликнуть на кнопку ниже, выбрать удобный способ оплаты, далее заполнить форму со своим адресом и ФИО, и уже в течение 10-14 дней получить курс на руки. Сделайте свой заказ прямо сейчас и раздавите страх публичных выступлений раз и навсегда!

Уже через несколько недель вы сами удивитесь тому насколько классно и эффектно вы начали выступать на публике :)

С вами был Азамат Ушанов. И я желаю вам великолепного дня!

А сейчас мы проанализируем это видео, и поговорим о том как вам сделать примерно такое же, по такой же структуре, и вы увидите что это довольно легко.

Разбираемся с продающим видео

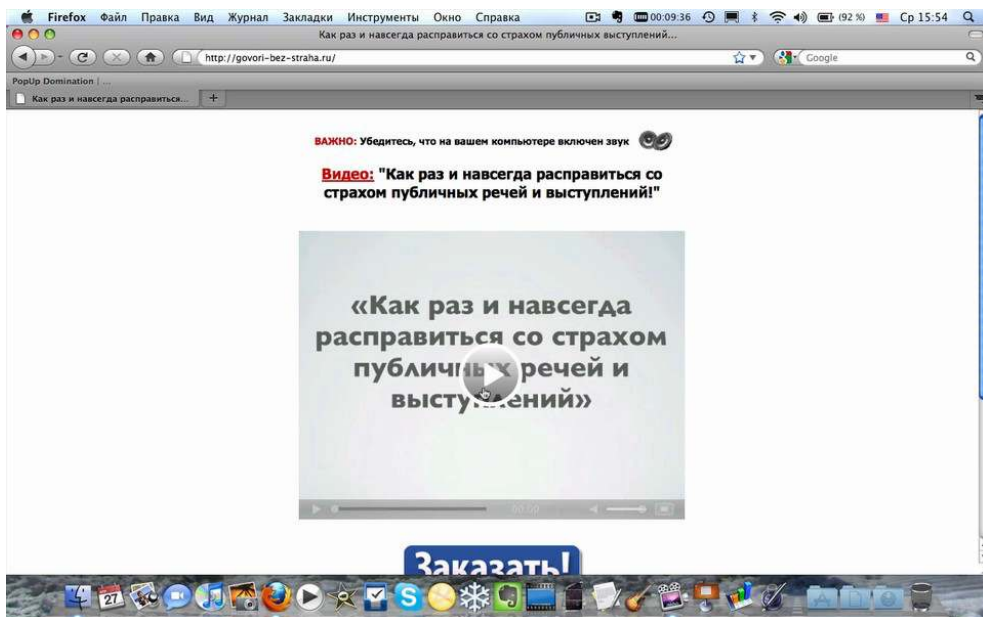


Рис. 101

- Добрый день, уважаемые посетители. Добро пожаловать в бесплатную презентацию «как раз и навсегда расправится со страхом публичных речей и выступлений».

Получается, что в самом начале ролика я дал обещание, помогу решить проблему страха при публичных выступлениях. То есть я сказал не про свой продукт, а про проблему клиента и про решение этой проблемы. «Вы узнаете, как избавиться от проблемы X и получить выгоду Y». Все, этого вполне достаточно, чтобы захватить внимание посетителя, подтвердить, что да, на этом сайте он получит метод избавления от этой своей проблемы. Вы привлекаете внимание человека, и дальше его внутренний голос подскажет ему, что это то, что ему нужно.

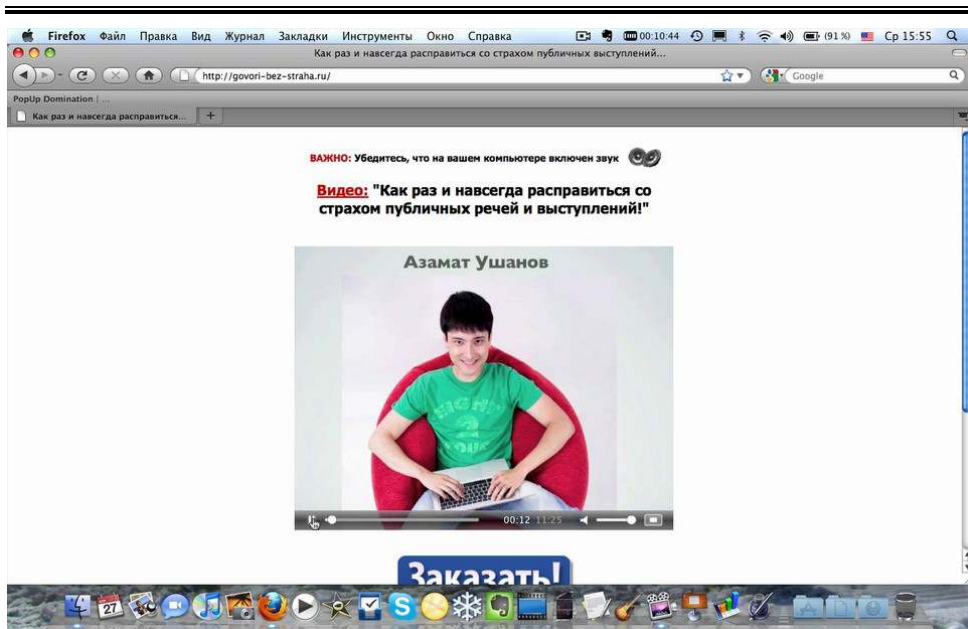


Рис. 102

Дальше, я просто представился, рассказал о себе правду, сказал что я являюсь профессиональным психологом или тренером, и показал как я выгляжу в реальной жизни. Этот шаг я сделал для того, чтобы человек мне доверял, чтобы ему стало понятно кто я, как я выгляжу, что я не профессионал, а просто сам смог справиться со своей проблемой, а теперь хочу помочь ему. Для иллюстрации этого я нашёл у себя на компьютере старое видео, на котором снято одно из моих провальных «публичных выступлений», когда я еще учился в университете, и просто вставил его в своё продающее видео. Оно подошло мне как нельзя более кстати, потому что я очень наглядно продемонстрировал то, что было раньше, и то что стало сейчас.

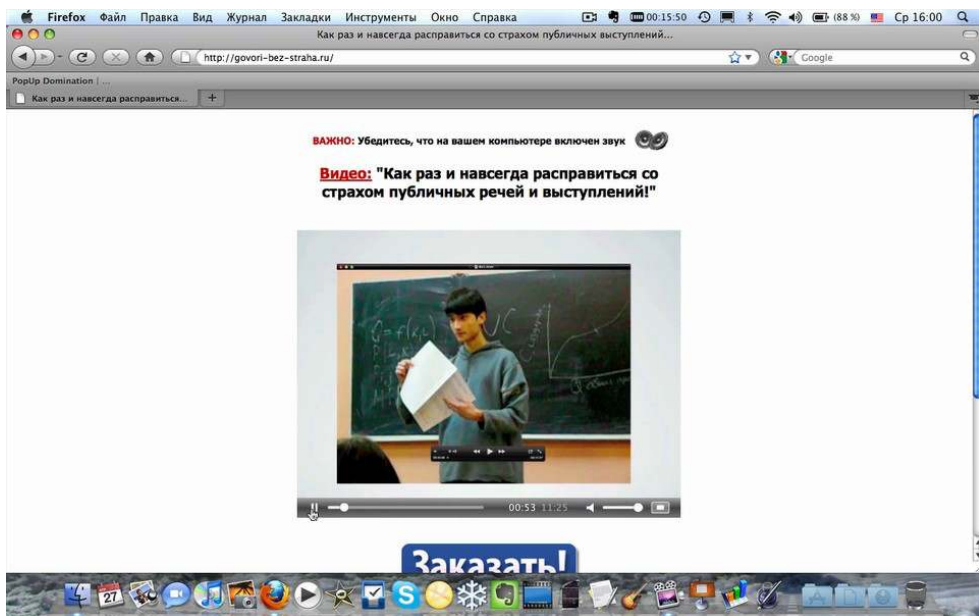


Рис. 103

Вы также можете взять какие-то свои материалы, это может быть видео как в моём случае, или фото, потому что рассказать это одно, а вот показать, да еще на личном примере - это уже совершенно другое. То есть желательно чтобы зритель сам смог сравнить результат. Такой шаг нужен чтобы увеличить уровень доверия со стороны клиента, чтобы клиент смог сказать – «да, этот парень такой же как и я, и если эти приёмы помогли ему, то и я тоже смогу решить свою проблему».

Запомните, на протяжении всей вашей карьеры в интернет-бизнесе, надо быть прозрачным и честным, у таких людей покупают больше, они не знают проблем ни по поводу финансов, ни по поводу продаж.

Лучше всего в интернет-продажах работает если честно рассказать историю о своих прошлых проблемах, показать себя обычным нормальным человеком с теми же проблемами, что и у клиентов, а лучше даже продемонстрировать на видео или на фото, ярко и эмоционально поведать о том как отвратительно это было, и потом объяснить – как сам смог от этих проблем избавиться, и это наглядно, визуально продемонстрировать.



Рис. 104

Обратите внимание на еще одно мое высказывание – «Безусловно, мне еще многому надо учиться в ораторском искусстве», - я «продолжаю быть прозрачным».

В видео, в котором я выступаю после того как смог справиться со своими страхами, я делаю какие-то ошибки, доклад мой получается совсем не идеальным, но видно, что я уже не боюсь выступать, то есть от проблемы страха я избавился. И когда клиенты своими глазами видят что было до и что стало после, они начинают верить, что этот продукт действительно помогает.

И еще один важный секрет, - вам нужно позиционировать свое решение проблемы как какое-то неожиданное мистическое открытие. Что, вы, как бы неожиданно, открыли серию простых вещей, о которых не пишут в газетах, о которых не говорят специалисты, и о которых не найдешь в интернете информацию в свободном доступе.

То есть здесь вы уже начинаете готовить клиента к покупке, вы отсекаете для клиента возможность получить информацию по-другому, кроме как купив ее у вас.

Или же можно сказать, что вы перепробовали массу способов, прежде чем нашли подходящий, или что переработали гору информации, прежде чем у вас получился простой пошаговый алгоритм. И что у вас получился действительно уникальный и работоспособный рецепт, который в другом месте найти невозможно. Вам нужно дать понять клиенту, что сделать у вас покупку – это самый легкий и простой путь, чтобы решить его проблему, и вы отмечаете всех конкурентов простой и банальной фразой, что ни в бесплатных, ни платных источниках другого такого рецепта больше нет.

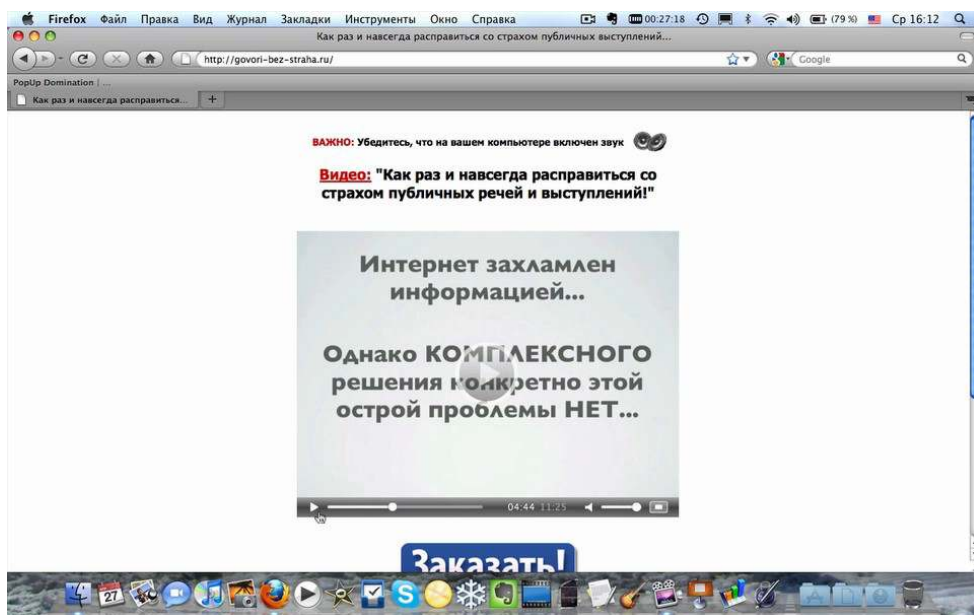


Рис. 105

Если поискать в интернете информацию на любую распространенную тему, то на вас выльется целое море информации. Но 95% этой информации окажется пустой и бесполезной, окажется информационным мусором. И все ваши клиенты это тоже отлично знают, поэтому вам нужно сказать, что вы предлагаете «комплексное решение этой острой проблемы», то есть объяс-

нить, что клиент может получить нужное ему решение, сможет избавиться от своей мучительной проблемы прямо здесь и сейчас.

Еще обратите внимание, что я в своем продающем видео сказал что «я решил собрать простые легкие принципы, которые помогли мне избавиться от страха публичных выступлений в рекордно короткий срок». Людям нравится, когда им дают последовательность простых шагов, и людям очень нравится получать результаты как можно быстрее.

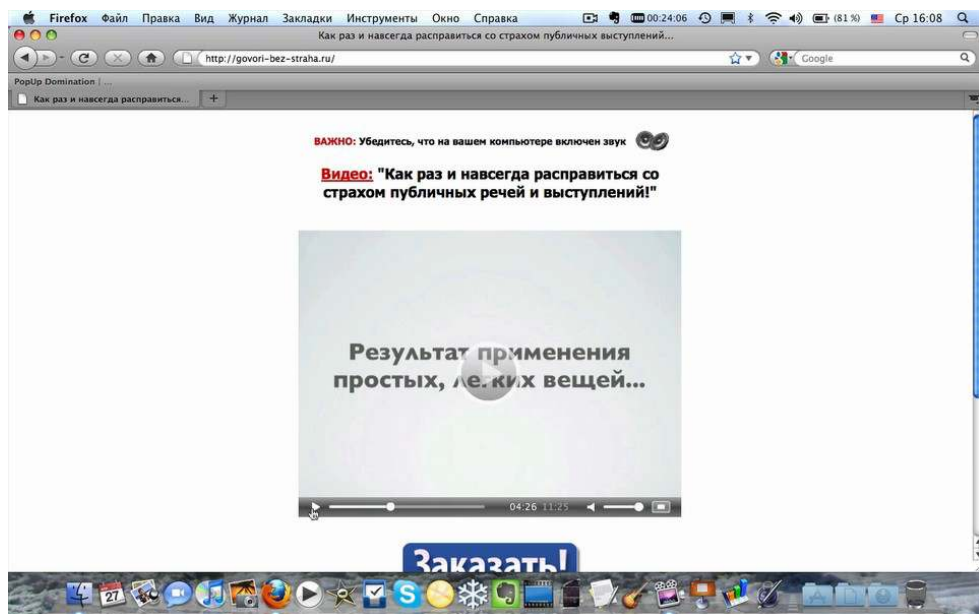


Рис. 106

В моем курсе говорится, что в других продуктах проблема страха выступлений или не затрагивается вовсе или дается поверхностно, теоретически, и на практике это не помогает.

Вот на этой стадии нужно презентовать информационный продукт, показать его графическое изображение, и здесь, или немножко раньше должна появиться кнопка «заказать».

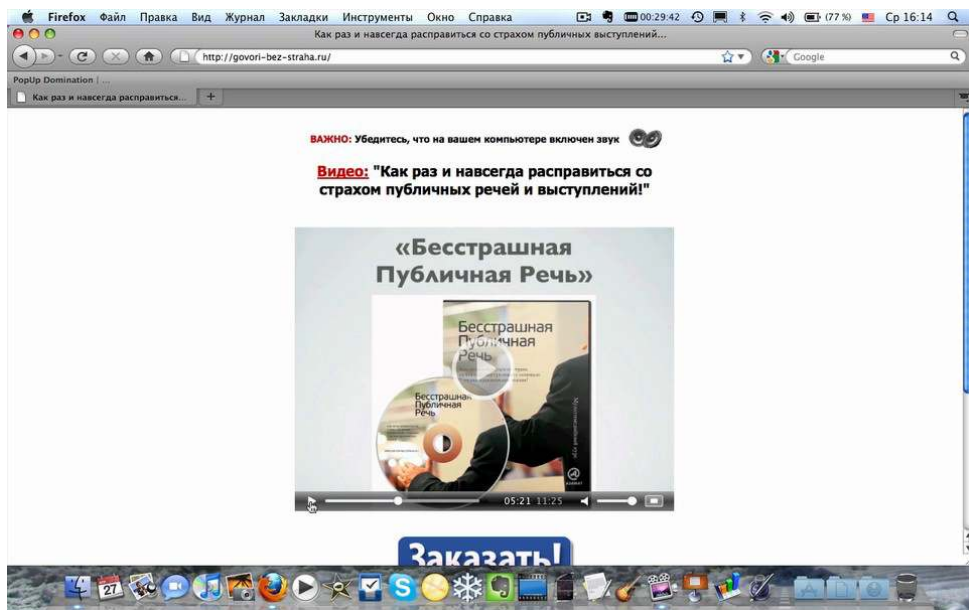


Рис. 107

Вот пример, как я презентовал свой курс: «Принципы, о которых я говорю, прекрасно работают на практике, я вам это гарантирую - страха публичных выступлений у вас больше не будет. Вы увидите мгновенный, положительный результат уже при следующей вашей речи, вне зависимости от количества человек в аудитории. Вся информация из курса «Бесстрашная публичная речь» поможет вам в бизнесе, в работе, в социальной и даже личной жизни. Раскрепощенность в общении, внимание и восхищение со стороны окружающих придадут вам уверенности во всех ваших делах».

И мы подводим человека к тому, что он получит именно те выгоды, которые хочет на самом деле. Если он справится со страхом выступлений, он станет более раскрепощенным, получит уверенность в себе, восхищение от окружающих, то есть получит выгоды гораздо большие, чем просто избавиться от страха.

А дальше я создаю интригу – я перечисляю в виде маркированного списка, в виде так называемых «буллитов» (с английского переводится как «пули»), несколько методов, и увлекательно их описываю. «Парадоксальный способ...», «секрет удивительной взаимосвязи...», «секретный ме-

тод...» - не нужно рассказывать, в чем они заключаются, нужно интересно их описать. Этот список должен быть максимум из 10 пунктов, потому что у вас продающее видео и вам нельзя наскучить клиенту. Будьте коротки, и бейте точно в цель всеми своими пулями. Обратите внимание, в каждом этом пункте я опять говорю про выгоды, которые клиент получит – «полное расслабление...», «кайф от выступлений...», «голос, который заворочит любой зал...». И это именно те выгоды, те качества, которые хочет видеть в себе клиент.

Дальше я опять презентую свой курс, опять останавливаюсь на том, что это простая, мгновенно работающая информация, дающая феноменальные результаты, и уже предлагаю воспользоваться кнопкой «заказать», а еще вдобавок предлагаю клиенту получить дополнительные полезные и приятные бонусы. То есть ближе к концу продающего видео делаю наше предложение еще более ценным.

Еще два важных момента – это гарантия и обоснование цены. Я сказал, что настолько уверен в качестве курса, что даю гарантию полного возврата денег на целый год, если «вы не избавитесь от страха, и не станете чувствовать себя гораздо комфортнее». И только после этого, когда я заранее ответил на все возможные возражения клиента, я называю цену: курс «Бесстрашная публичная речь» стоит 1497 рублей, и обосновываю эту цену. Я позиционирую эту цену так, что полторы тысячи рублей – это мелочь по сравнению с теми выгодами, которые получает клиент. Я сравниваю получение выгод в моем курсе с другими способами – у психолога, или на курсах ораторского искусства, и из-за того что стоимость оффлайн тренингов высока, как правило в десятки раз дороже моего курса, у моего курса оказываются неоспоримые преимущества:

- он специально создан для того чтобы справиться со страхами
- комплексное и детальное решение проблемы
- проверенное на себе, простое и подходящее для всех
- с гарантированной защитой от потери денег
- да еще и гораздо дешевле, чем у конкурентных предложений

- да еще и с дополнительными бонусами – улучшением дикции и речи

- да еще и с дополнительными преимуществами, о которых клиент сам даже и не помышлял – «так же как и я выступать на конференциях и получать по 35 т.р. за один час своих бесстрашных, уверенных и полезных речей»

Все, - дело сделано! И вы говорите клиенту «Выбор за вами. Вот что вы можете сделать прямо сейчас»:

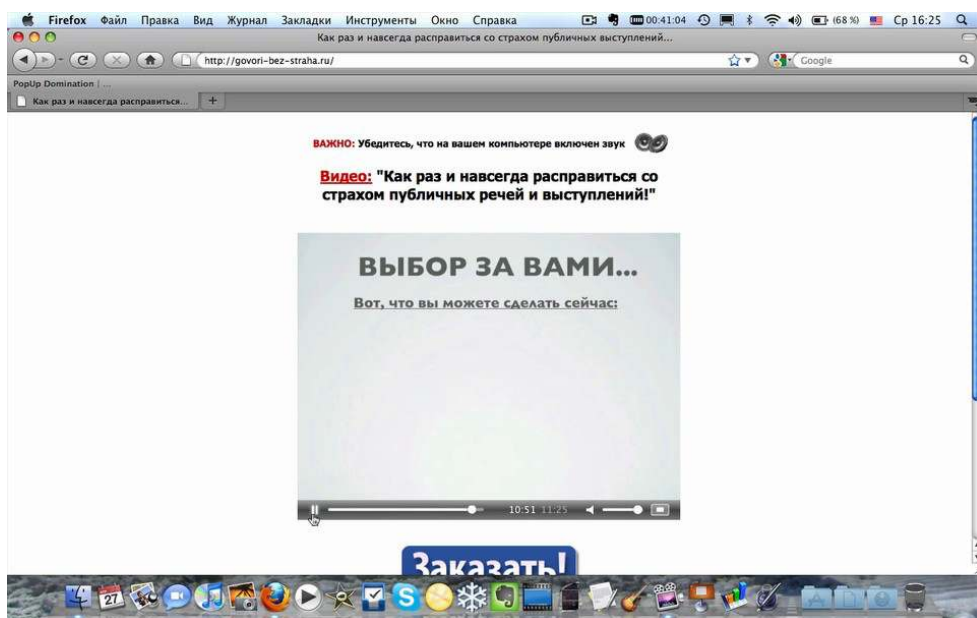


Рис. 108

Это последний, обязательный и очень важный элемент для вашего продающего видео - когда вы презентовали курс, рассказали про выгоды, рассказали про цену, про гарантию, про бонусы, когда вы закрепили все, – скажите клиенту, что ему делать. Конкретно. Не ждите, что человек сам догадается. Скажите клиенту явно – что и в какой последовательности ему нужно сделать. «Кликните сюда..., выберите способ..., заполните свой адрес и ФИО...» и в конце «Сделайте свой заказ прямо сейчас и раздавите страх публичных выступлений раз и навсегда». Как ни странно, люди в интернете

много тупят, нужно им до мельчайших подробностей рассказать, что им нужно сделать, только в этом случае все происходит гладко.

А сейчас ваша задача - взять за образец мое продающее видео, оно великолепно работает, и по его образу и подобию составить текст своего. Не надо углубляться в теорию, да, конечно, мое видео тоже составлено по правилам, например, оно полностью соответствует формуле под названием АИДА. То есть начинаем с привлечения внимания «attention», потом вызываем интерес «interest», потом вызываем желание купить «desire», потом «action» - действие.

Но вам нужно просто прочувствовать мое видео, нужно по его образцу максимально похоже смоделировать ваше. Заменить мой продукт на ваш продукт, заменить все выгоды от моего продукта на ваши выгоды, заменить мои бонусы на свои бонусы. Полный текст моего продающего видео есть в этой книге, есть в спец-разделе на сайте. Распечатайте его, еще несколько раз просмотрите мое видео, и составьте текст своего продающего видео. Пишите его просто на бумаге, черкайте, выделяйте маркером, максимально адаптируйте мой текст под свой продукт. Нам нужен текст вашего продающего видео.

До следующего урока, действуйте.

Готовим слайды для продающего видео

Продолжаем наши уроки. Сейчас у вас уже должен быть текст вашего продающего видео. Вы уже чётко представляете, что будет в нем, знаете что скажете сначала, что скажете потом, т.е. у вас есть чёткий план действий, и сейчас вам необходимо создать слайды в программе PowerPoint. Основываясь на тексте продающего видео, выбирайте все основные тезисы, самые важные моменты и размещайте их на слайдах презентации PowerPoint. Не нужно делать слишком много слайдов, например, в моей презентации их было всего 22.

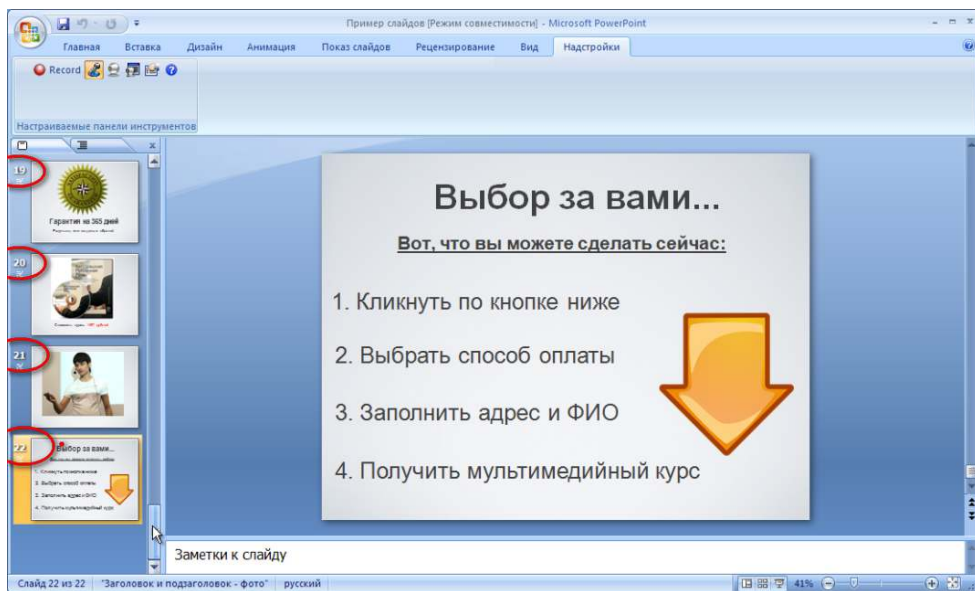


Рис. 109

Лучше всего сделать самый простой вариант презентации. Вы можете взять за основу белый слайд и черный текст на этом белом фоне, я так делаю очень часто.

Используйте как можно меньше текста на своих слайдах, чтобы не было вот такого безобразия:

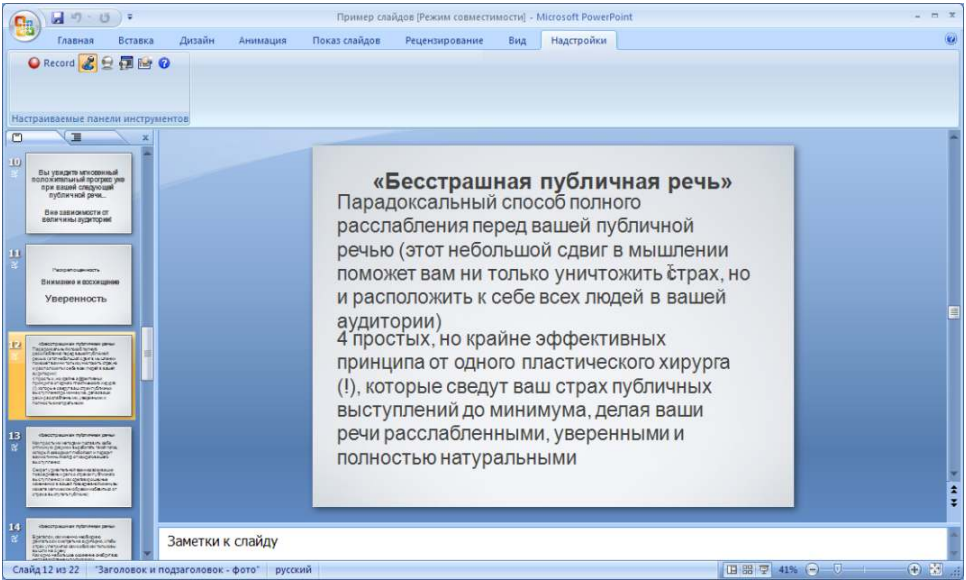


Рис. 110

Естественно, это правило тоже можно нарушить при крайней необходимости, например когда вы перечисляете, какие-то фишки своего проекта. Но всё же, старайтесь, чтобы было больше пустого пространства.

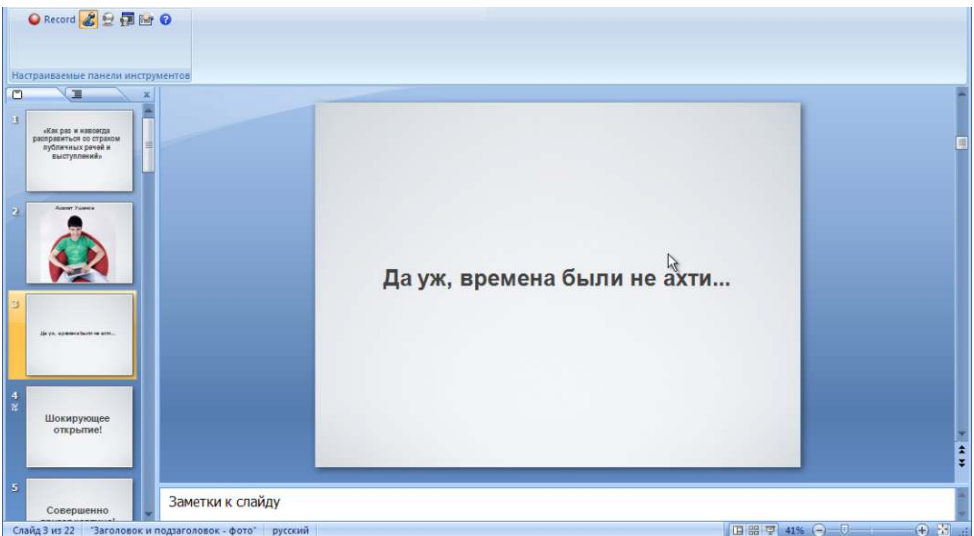


Рис. 111

Все должно быть простым и легко воспринимаемым, чтобы у вашего клиента мозг не взорвался до момента, когда он купит ваш курс.

Располагайте слайды в строгой последовательности с тем, что вы говорите.

Самый первый слайд должен отражать название вашего инфо-продукта.

Затем, когда вы представляетесь, должна стоять ваша фотка. Внимание, выбирайте нормальную, хорошую фотографию, а не ту где вы, например, сидите дома на диване!

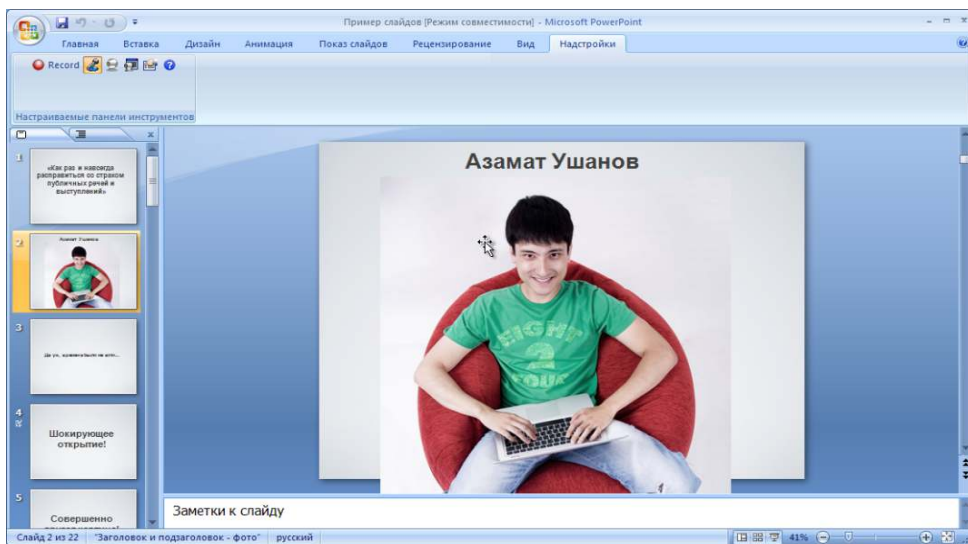


Рис. 112

Вы визуально представляете свой информационный продукт:

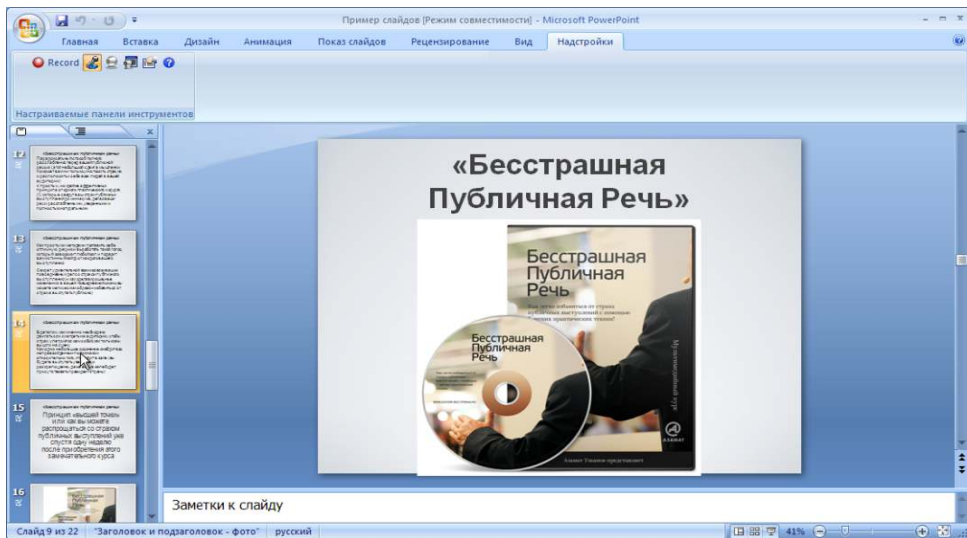


Рис. 113

Указываете стрелкой, когда уже пора делать заказ:

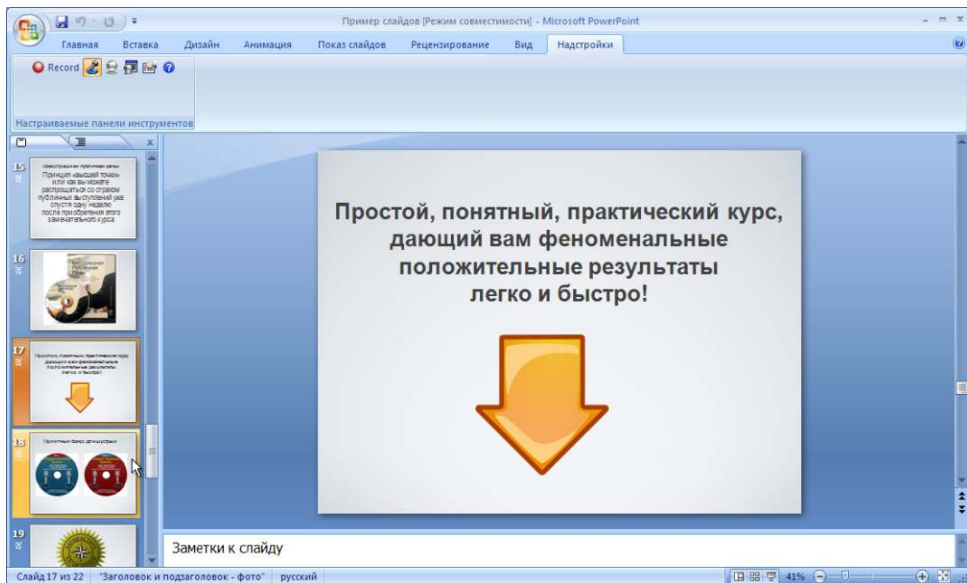


Рис. 114

И, конечно же, презентация бонусов:

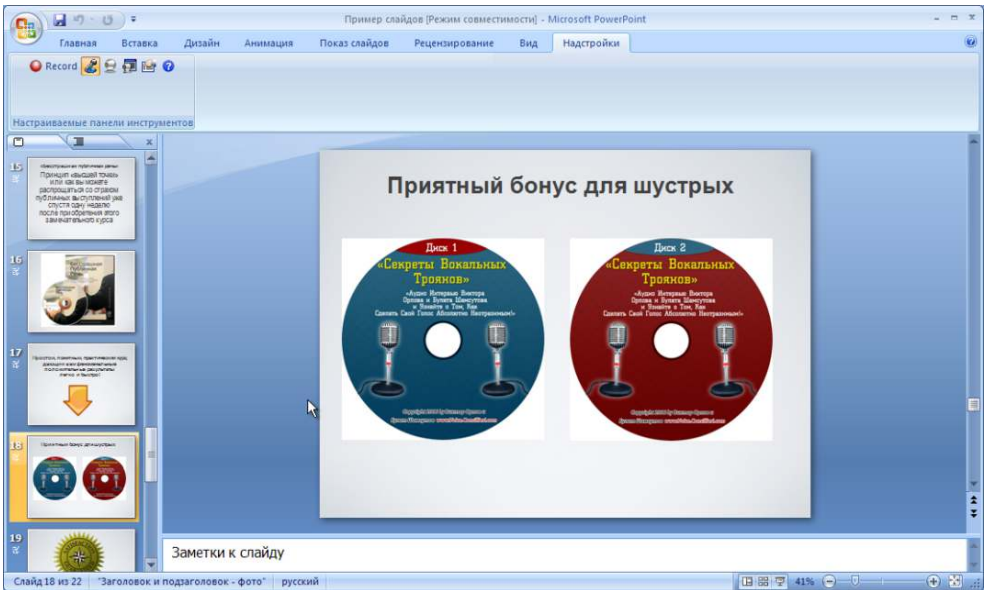


Рис. 115

Гарантию:

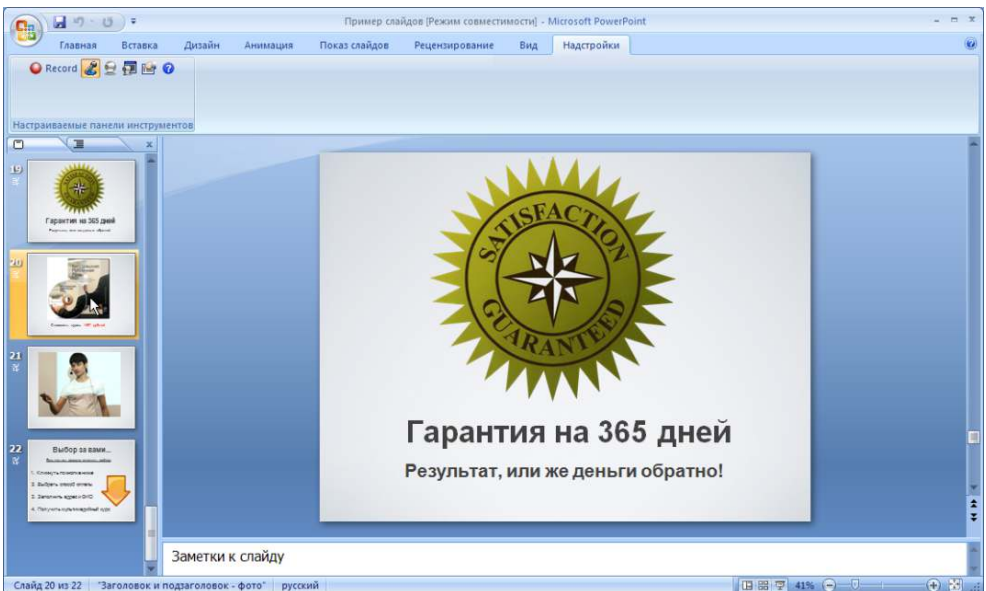


Рис. 116

Цену:

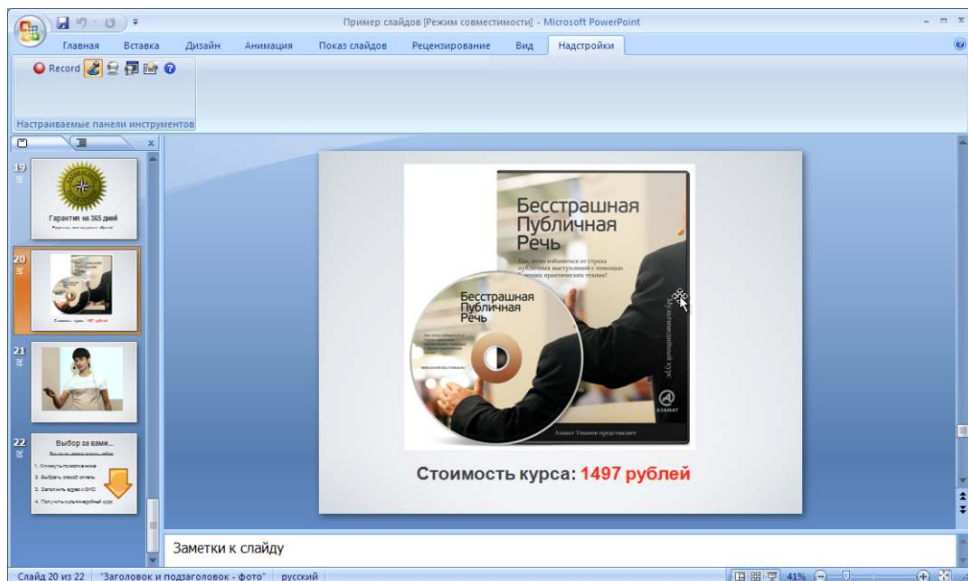


Рис. 117

Примерно в таком виде вам и нужно сделать свою презентацию. Максимально просто и максимально аккуратно. Ключевое слово «аккуратно». Не «круто», не «гламурно», а **аккуратно**.

Следующим шагом мы будем записывать наше продающее видео, а для этого нужно чтобы вы сейчас полностью подготовили свою презентацию.

Поэтому наш урок заканчиваем, готовьте презентацию, и до встречи на следующем уроке!

День 6

Записываем продающее видео

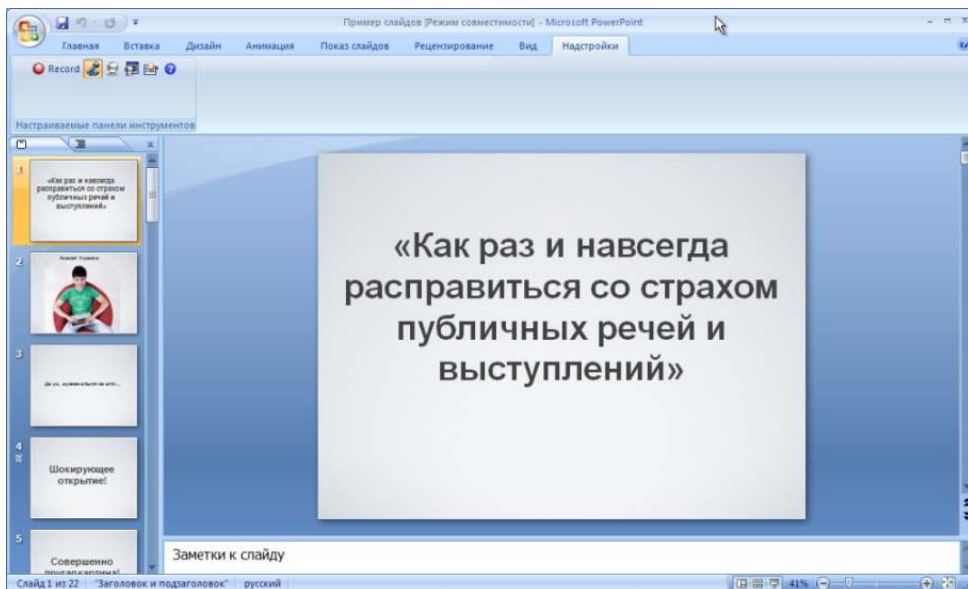


Рис. 118

Теперь, когда ваши слайды с продающей презентацией готовы, вы должны записать презентацию в видео формате. Для этого открываем вкладку настройки, и если вы помните, когда мы устанавливали программу Camtasia Studio, то вместе с ней установился плагин, который позволяет нам записывать подобные презентации.

И сейчас вам достаточно только нажать на кнопку записи.

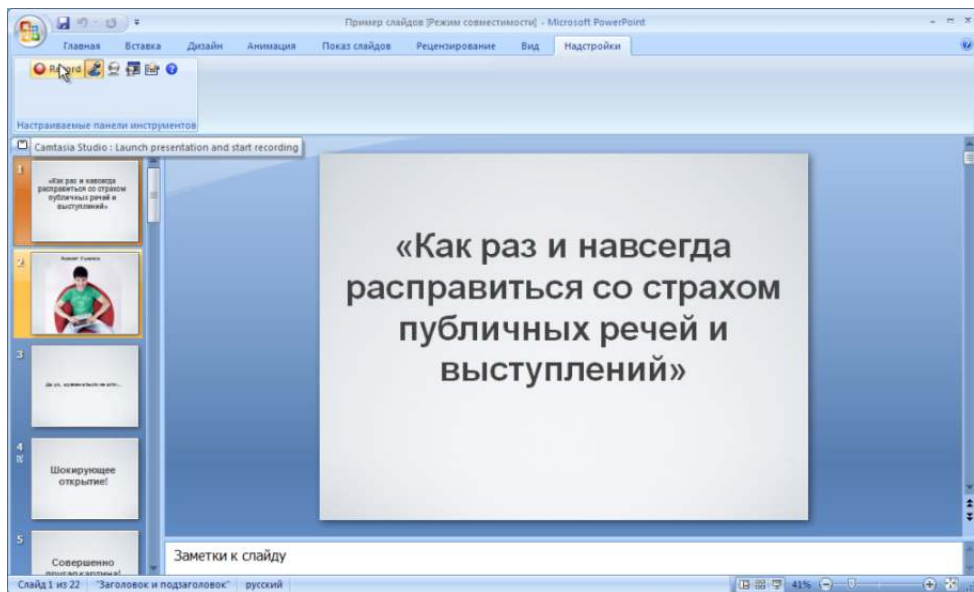


Рис. 119

Вот здесь, в левом верхнем углу, есть такая кнопка – begin recording. Нажимаем на неё и просто говорим в микрофон, перелистывая при этом слайды.

Вы можете распечатать текст для своего продающего видео и положить его рядом, чтобы в случае если вы что-то забудете, вы могли бы в него посмотреть. И если будет какая-то ошибка, то это тоже не страшно, просто продолжайте говорить, продолжайте запись, потом все ошибки можно будет отредактировать в Camtasia Studio, там есть такая функция.

Да, может быть, у вас не получится записать презентацию с первого раза, возможно, вам понадобится несколько дублей. Но за один день вы запишете любую презентацию.

Ваша задача сейчас - сделать хорошую презентацию, не отличную, а просто хорошую, и полностью законченную на все 100%, и получить первый заказ.

У многих людей есть психологическая неприязнь к процессу рекламирования, кому-то может оказаться сложно сказать «вот мой продукт, купите

его». Но вам надо просто рассказать о тех трудностях, которые у вас были, потом рассказать о способах их решения и о тех выгодах, которые это решение даст людям.

Вы сейчас просто начнете говорить в микрофон, вы в этот момент даже не находитесь перед людьми, а просто сидите у себя дома в привычном окружении перед своим компьютером. Вас в этот момент никто не слушает, и никто вам даже слова не сможет сказать. Так что, просто кладем перед собой листочки с текстом, просто нажимаем на кнопку «начать запись», и просто начинаем щелкать слайды и спокойно говорить в микрофон.

Когда вы будете записывать презентацию, играйте голосом, говорите немного волнообразно. Не надо рассказывать всю презентацию монотонным, нудным голосом, это снижает внимание к вашему рассказу, поэтому, время от времени меняйте интонацию голоса, время от времени говорите медленно, либо в какой-то момент повысьте голос. Людям будет приятно вас слушать.

Но, как получится, так получится! Даже если у вас будет плохое видео, вы всё равно его опубликуете и получите свой первый заказ, я вам гарантирую. Нажимайте на «запись», и за дело!

Конвертируем видеоролик для интернета

Готово, вы записали свою презентацию? Хорошо, отбросьте все сомнения, нет, перезаписывать видео не надо, да, этого видео достаточно чтобы принести вам первый заказ, у вас сейчас в программе Camtasia Studio ваше первое продающее видео, продолжаем с ним работать.

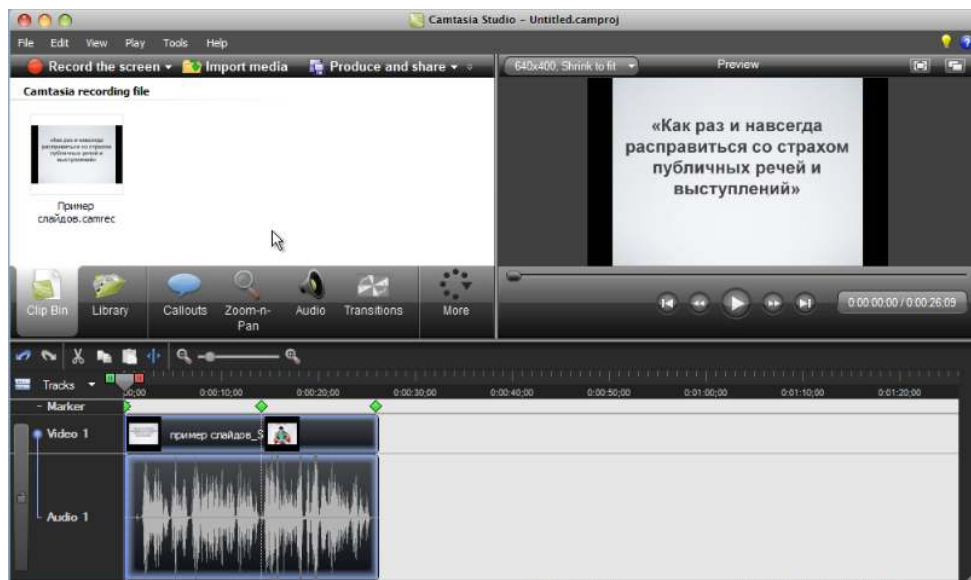


Рис. 120

Сейчас моя задача показать вам, как сконвертировать видео ролик, то есть подготовить его к размещению на сайте.

Выставляете разрешение видео 640 на 400, в том случае, если у вас монитор широкоформатный, либо, если монитор стандартный, то выбираете 640 на 480 – это самый лучший размер для продающего видео.

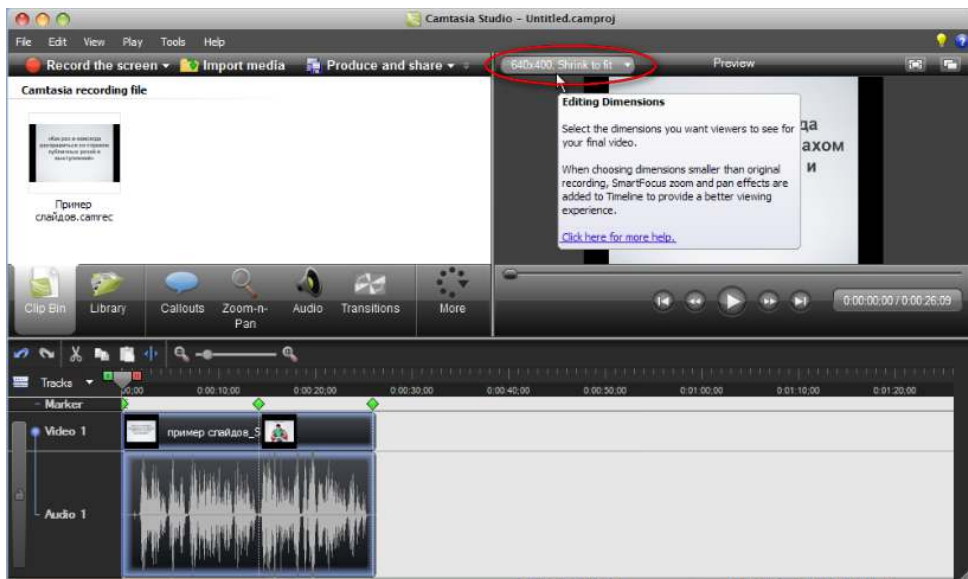


Рис. 121

Далее, мы нажимаем на пункт меню «Produce and share».

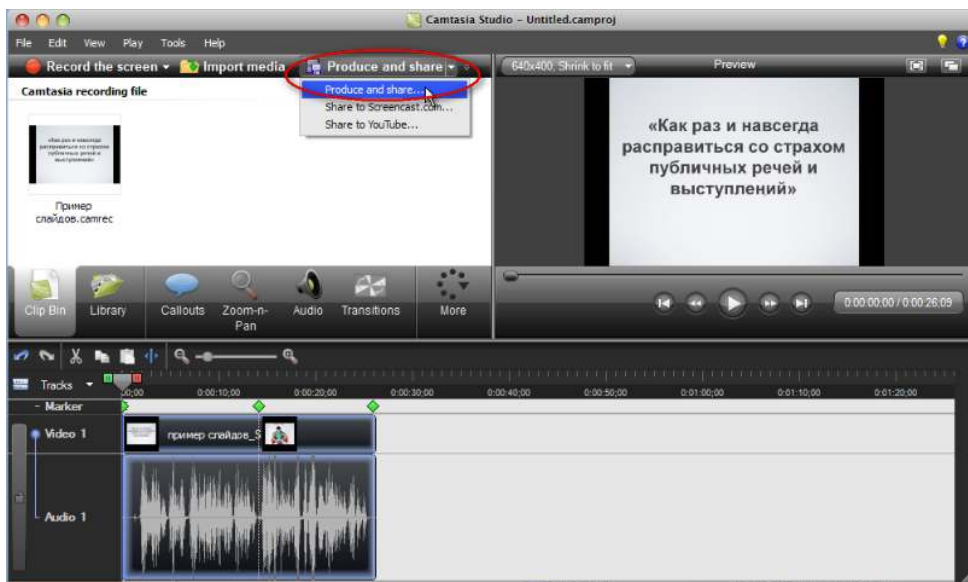


Рис. 122

Выбираем пункт «custom production settings».

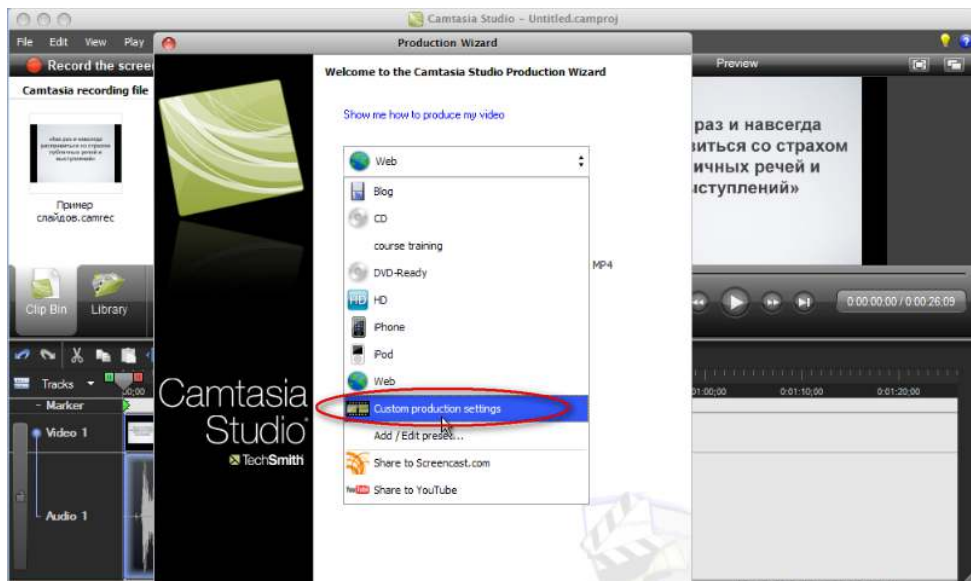


Рис. 123

Выбираем формат mp4 и нажимаем «далее».

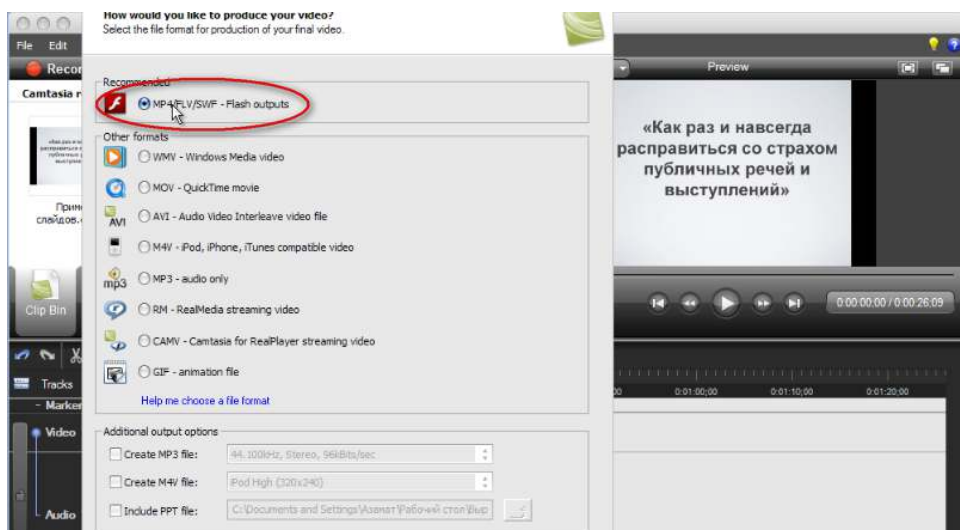


Рис. 124

После этого выбираем пункт «One video», убеждаемся, что разрешение 640 на 400, либо 640 на 480, выбираем функцию «Flash options».

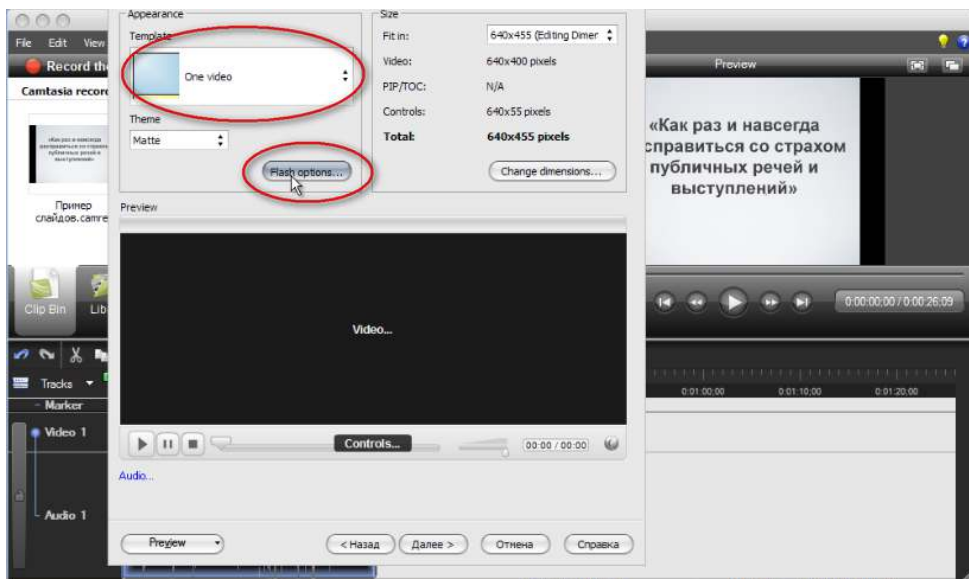


Рис. 125

Здесь выбираем формат mp4. Если у вас в видео нет никаких вставок с живым видео, а просто слайды, тогда ставим «Frame rate»: 5. Качество оставляем 100%. В «аудио» выбираем «bitrates»: 128 kbps.

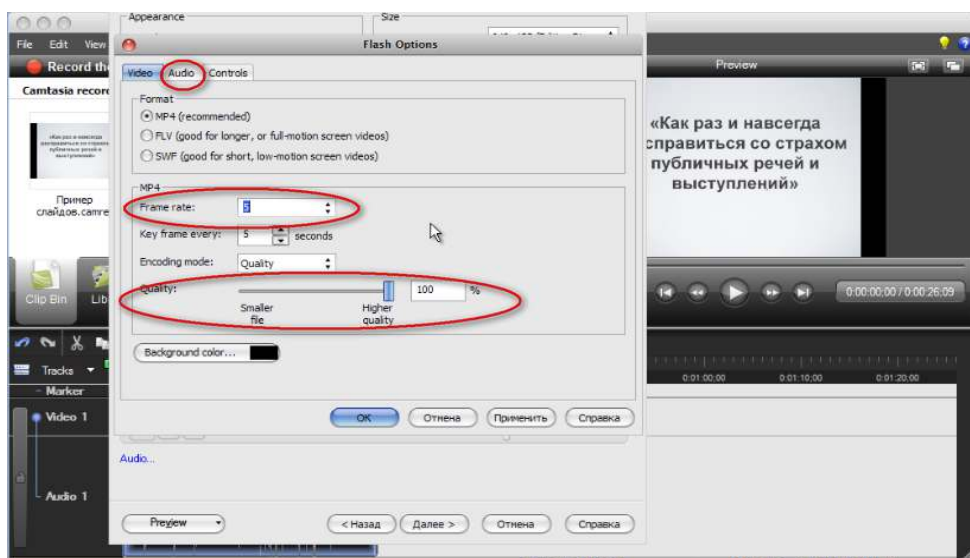


Рис. 126

Далее нажимайте «ок» → «далее» → «далее».

В графе «production name» пишем имя «videosale» и нажимаем «готово».

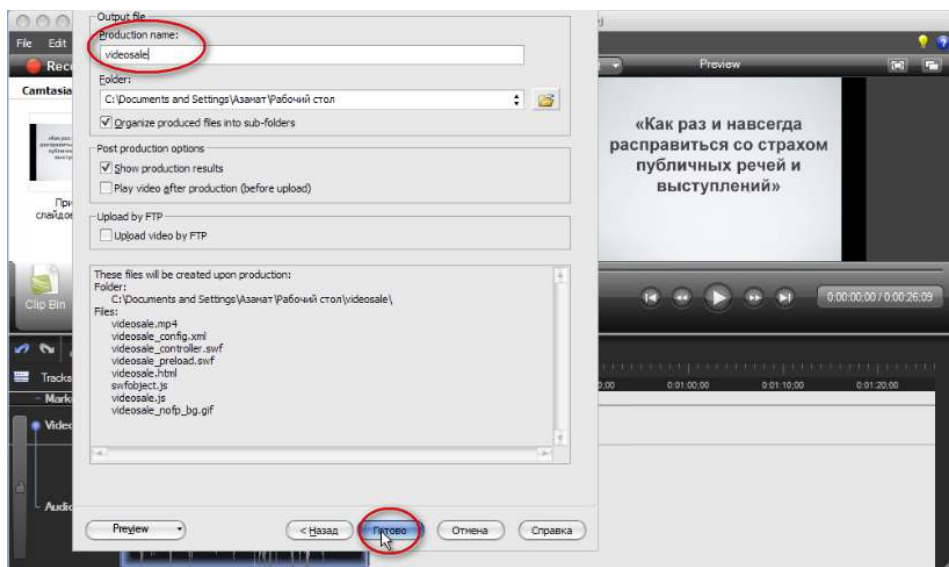


Рис. 127

Выполняется конвертация. После конвертации нажимаем «Готово». У вас появится папка «videosale».

В ней нам нужен только видеофайл «videosale», а остальные файлы просто удаляем. Это и есть ваша PowerPoint презентация, сделанная с вашим голосом за кадром.

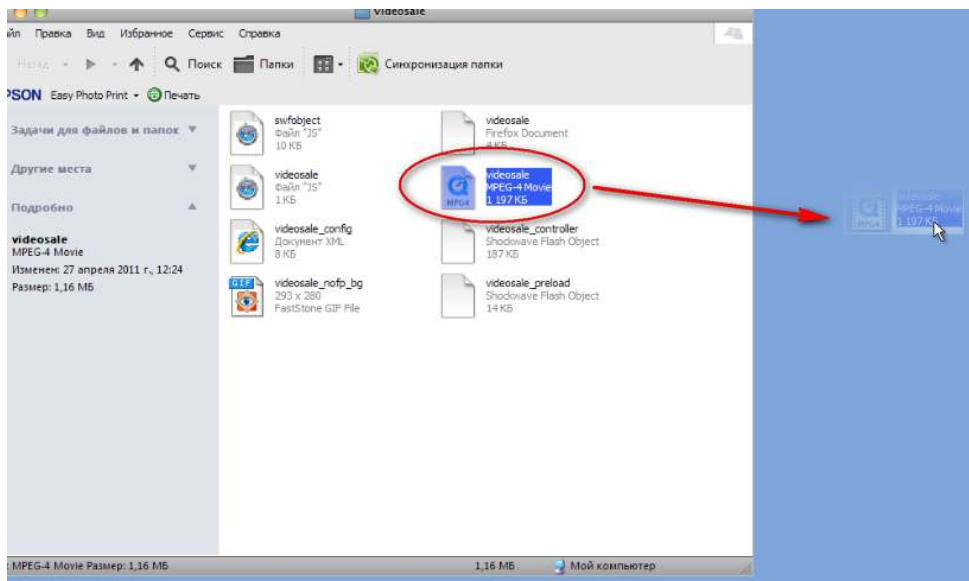


Рис. 128

Теперь все что вам нужно сделать – это создать мини-сайт. Шаблон я вам прилагаю, скачаете его со спец-раздела на моем сайте, покажу как произвести настройки и загрузку. Данные по хостингу вам уже должны были прислать на электронную почту.

Вы помните, в прошлых уроках мы заходили на utex.ru, регистрировали доменное имя и хостинг, а через день вам должны были прислать письмо с инструкциями и данными для управления хостингом и доменом. И сейчас я покажу вам, как оформить сайт, как протестировать его в интернете, как сделать так, чтобы все работало.

Делаем мини-сайт

На данный момент у нас с вами есть ваше продающее предложение в видео формате.

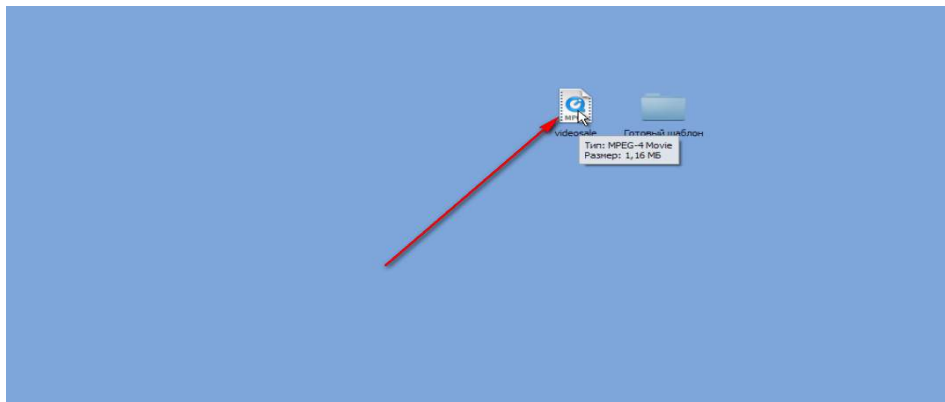


Рис. 129

Вы его успешно записали, обработали в программе Camtasia Studio. Теперь нам нужно создать сайт по шаблону, который я приложил к книге. Скачайте шаблон с моего сайта себе на компьютер.

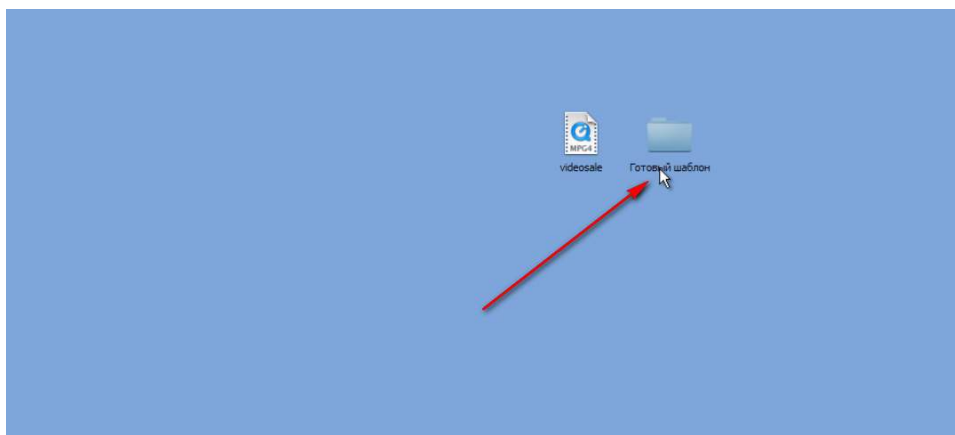


Рис. 130

В этой папке точно такой же шаблон, как у меня на сайте. Сейчас я покажу вам, как там нужно все настраивать.

Вот как выглядят файлы в нашем шаблоне. Еще в папке с шаблоном, находится папка flowplayer.

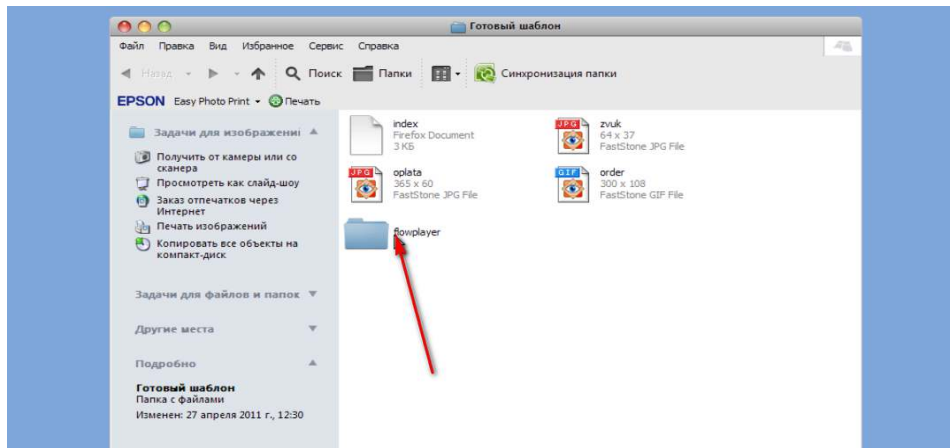


Рис. 131

Это плеер, с помощью которого вы сможете воспроизводить видео на своей страничке.

А вот главная страница вашего мини-сайта.

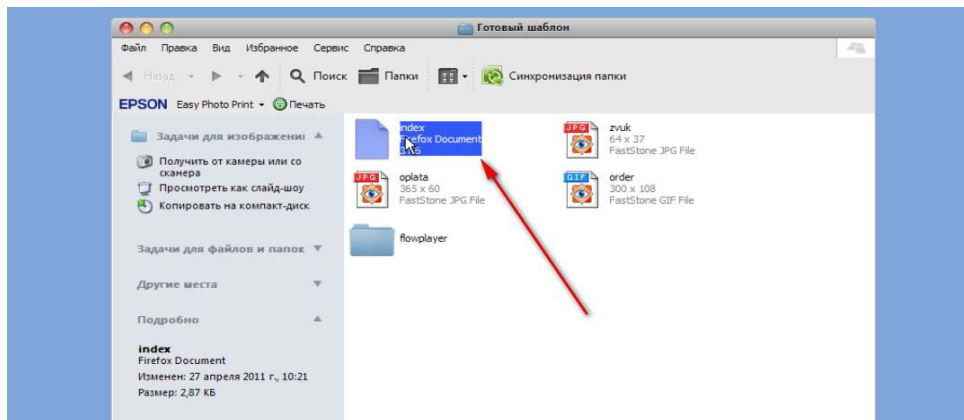


Рис. 132

Если вы еще никогда не делали сайты, а я это подозреваю, то помните, что все файлы каждого вашего мини-сайта, должны быть в одной папке. И сам файл `index.html` и файлы картинок.

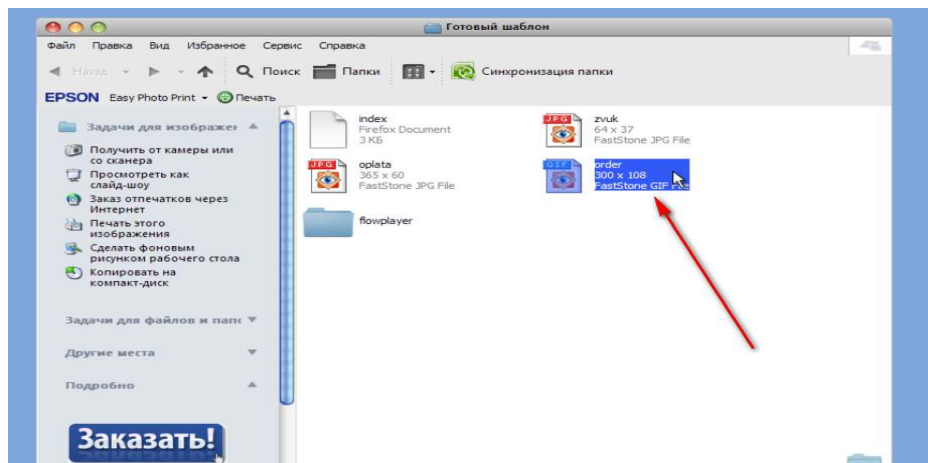


Рис. 133

Главная страница вашего сайта должна называться `index`. И не важно, какой язык программирования вы используете чтобы её создать, в любом случае главная страница должна называться `index`.

После такого, как вы зарегистрировались на сайте хостинг-провайдера `utex.ru`, вам должно было прийти подобное письмо:

В этом письме содержится важная информация для доступа к Вашему аккаунту, а также о его настройках. Убедительно просим сохранить да

Данные для доступа к панели управления:

Логин: **daypla**

Пароль: **zoeIxBVgkA4_**

Страница доступа: <http://178.236.177.85:2082>

Домен: 7dayplan.ru

Наши нейм сервера (DNS):

dns35.utex.ru

Рис. 134

Сейчас нас интересует: данные для доступа по FTP протоколу.

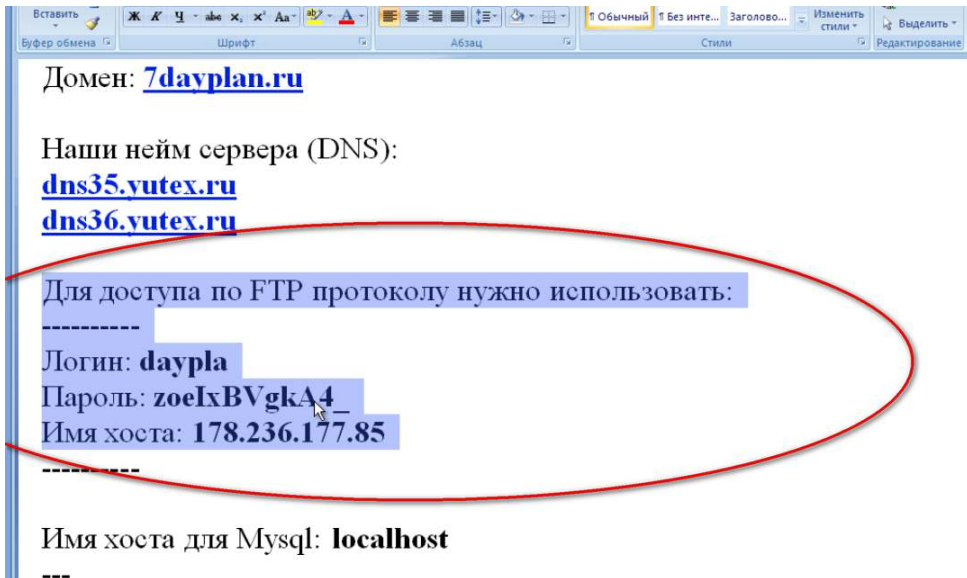


Рис. 135

Что ж, заходим в «Dreamweaver», как вы помните, мы уже скачали и установили эту программу в прошлых уроках.

Вот так выглядит сама программа изнутри, скорее всего, внешне у вас она отличается, это потому, что я использую старую версию.

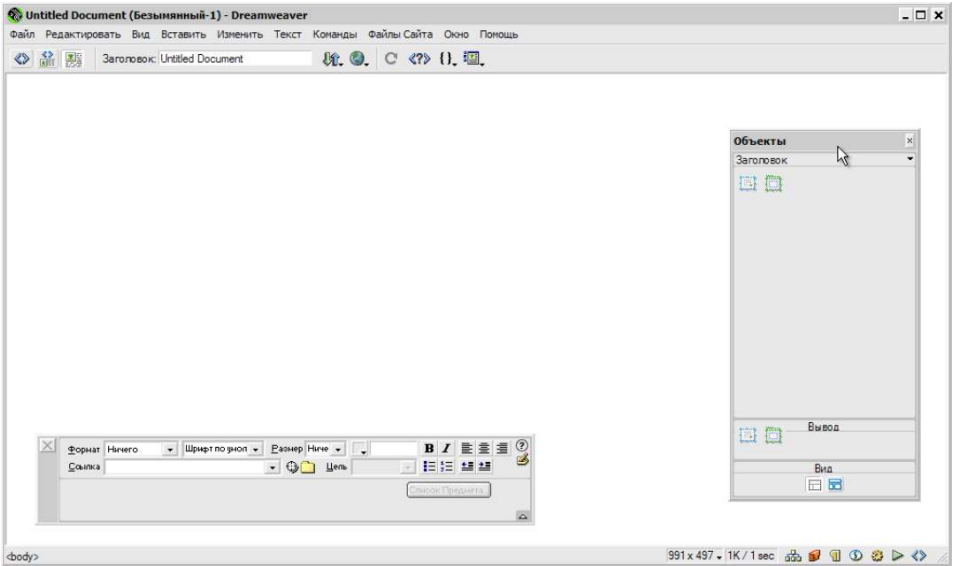


Рис. 136

Теперь нам нужно создать новый сайт. Для этого заходим в пункт меню: веб-сайты (у меня этот пункт называется файлы сайта). И выбираем вкладку создать «новый сайт».

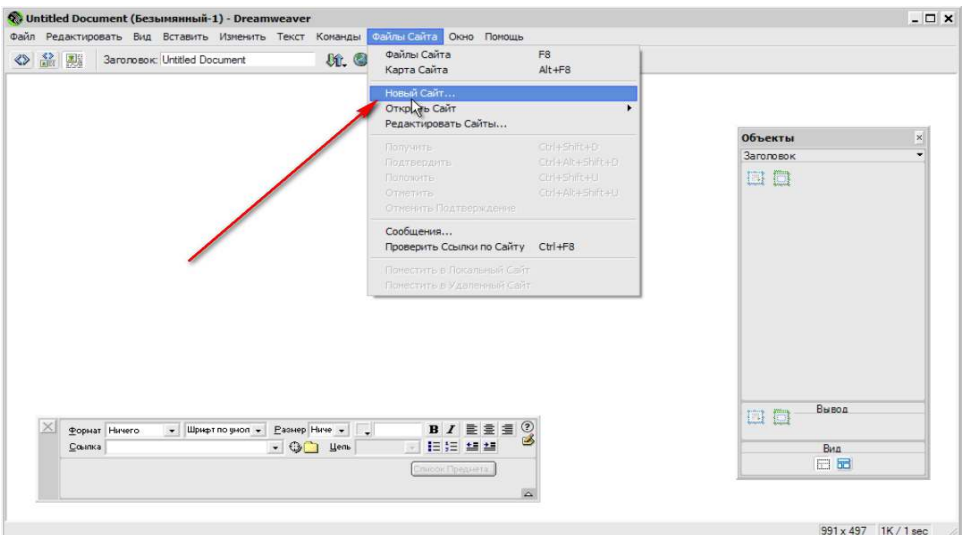


Рис. 137

И для начала нужно дать название вашему сайту

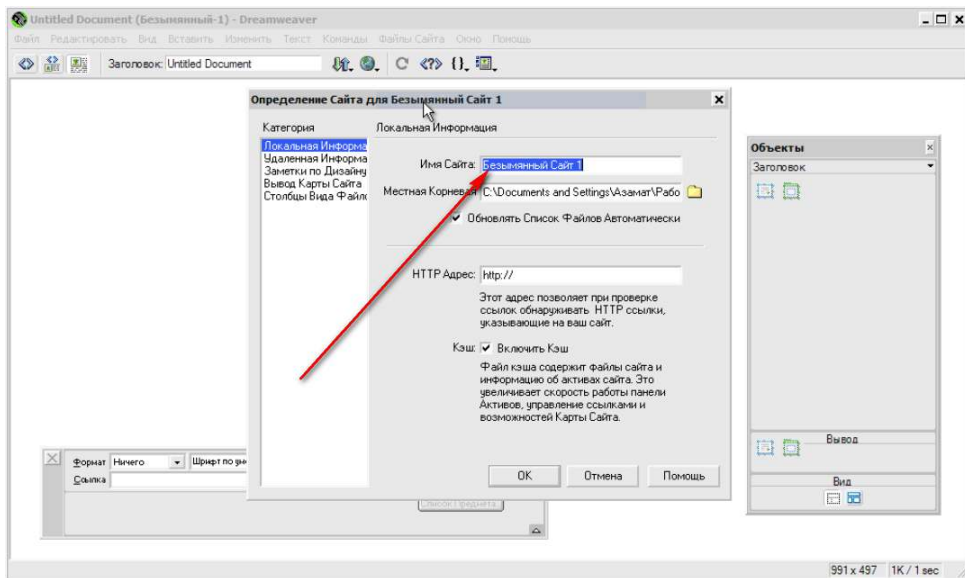


Рис. 138

Я его сейчас назову «7dayplan»:

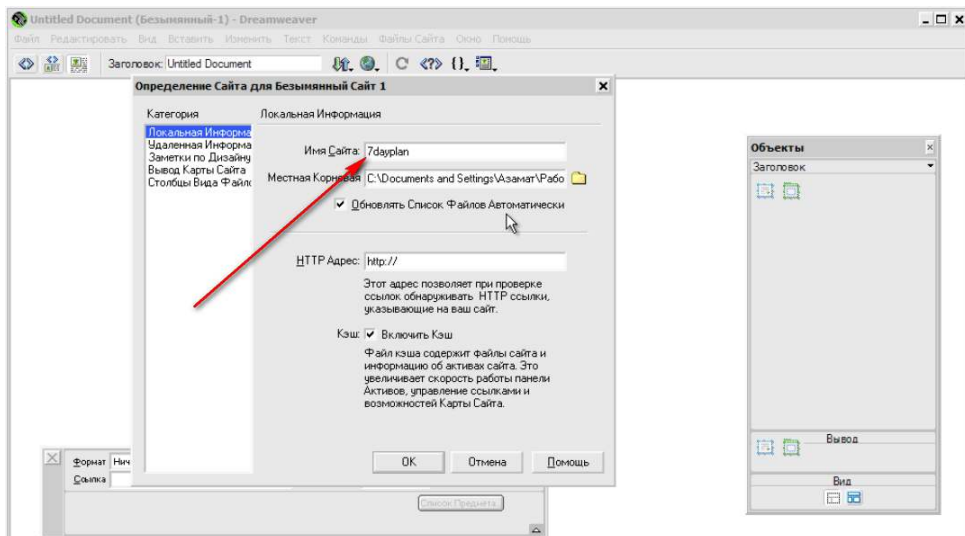


Рис. 139

«Местная корневая» - здесь нужно указать папку в которой на вашем компьютере хранятся файлы для сайта.

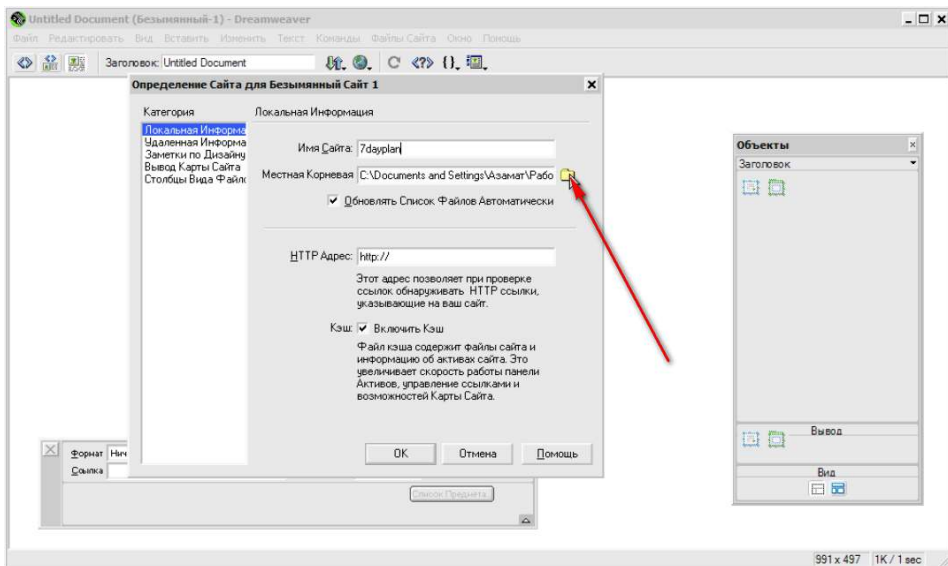


Рис. 140

Например, у меня это папка «7dayplan-test»

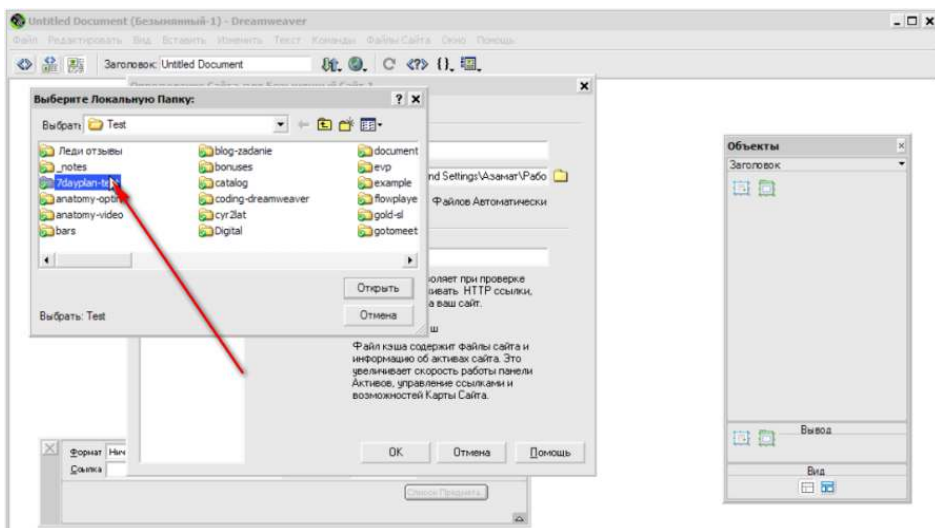


Рис. 141

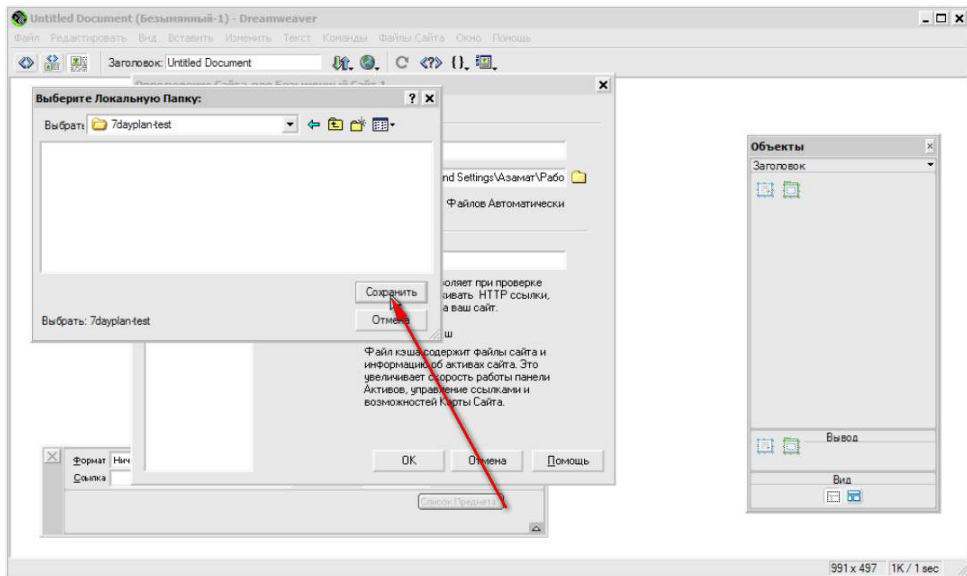


Рис. 142

Далее вписываем адрес нашего будущего сайта, например: «www.7dayplan.ru».

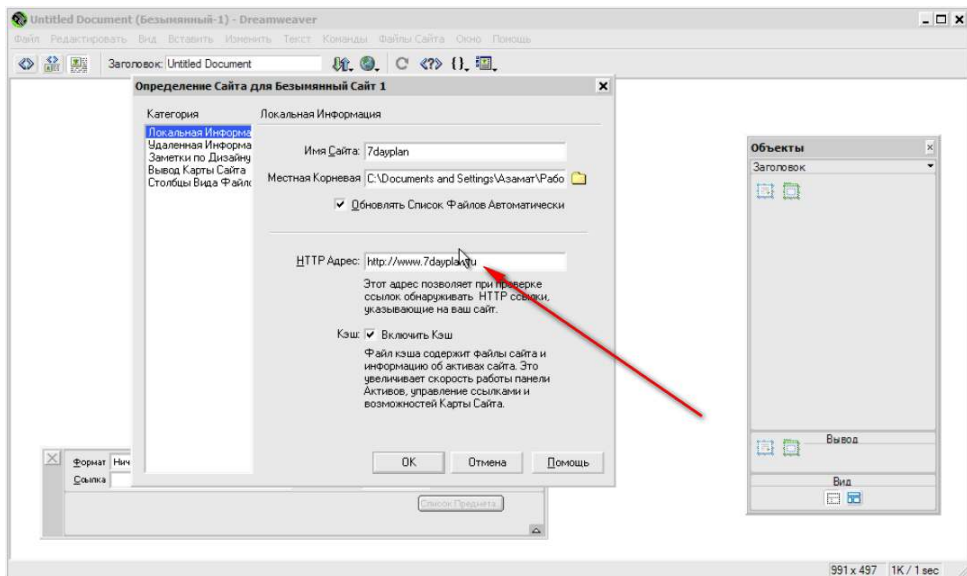


Рис. 143

Я зарегистрировал именно такой домен. А теперь смотрите! Это очень важно!

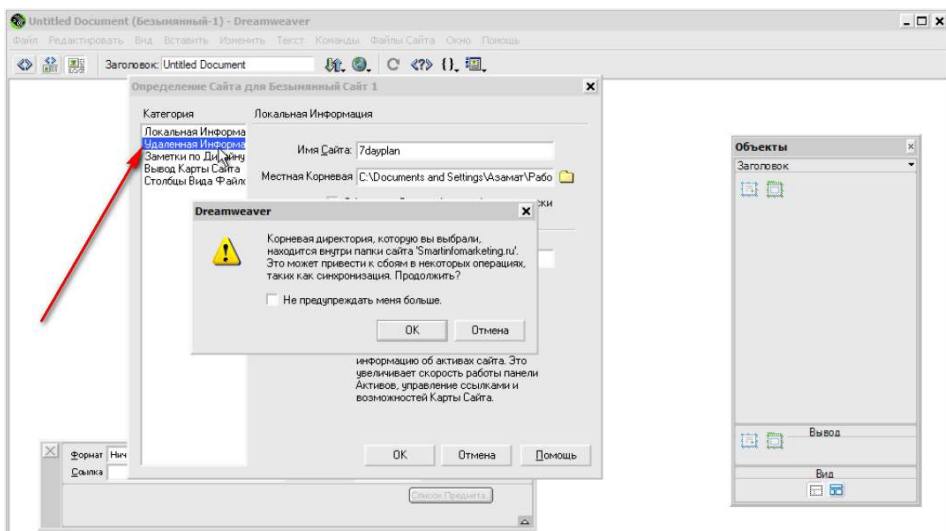


Рис. 144

Мы должны вбить удаленную информацию.

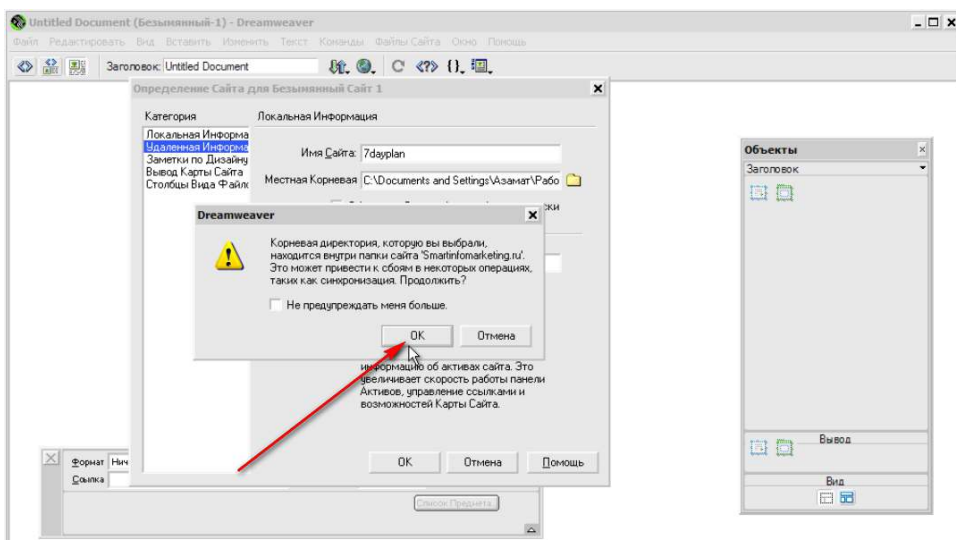


Рис. 145

Доступ по протоколу FTP.

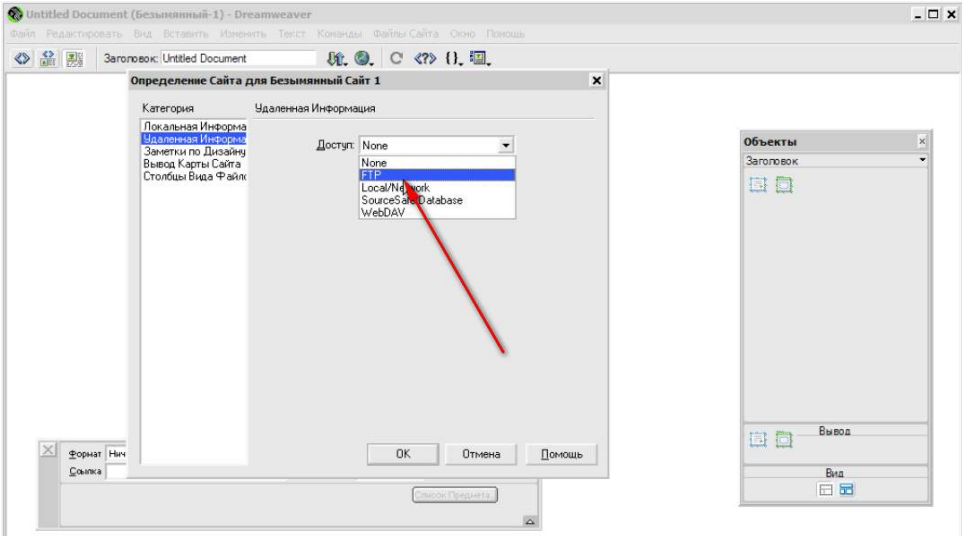


Рис. 146

Далее открываем наш файл от хостинг-провайдера, то есть письмо от Yutex. В нем, видите, имя хоста, вернее его адрес. Копируем.

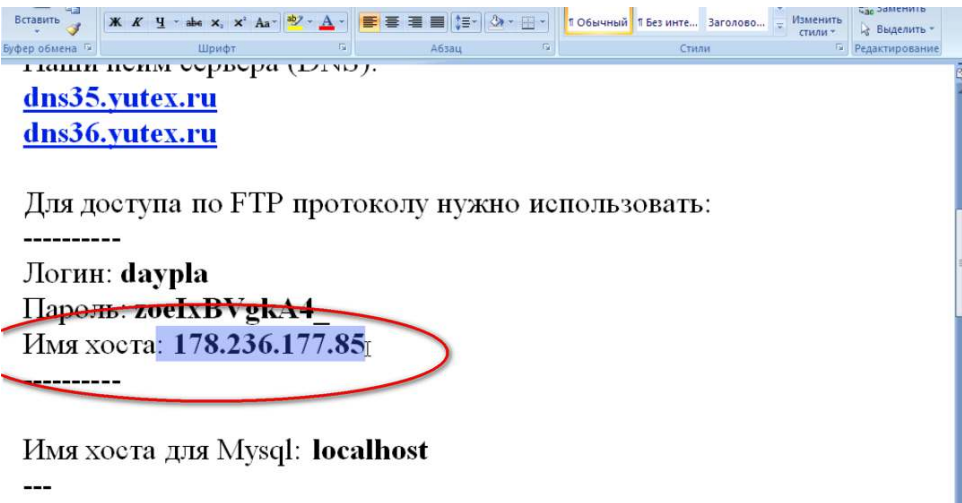


Рис. 147

Вот сюда его вставляем:

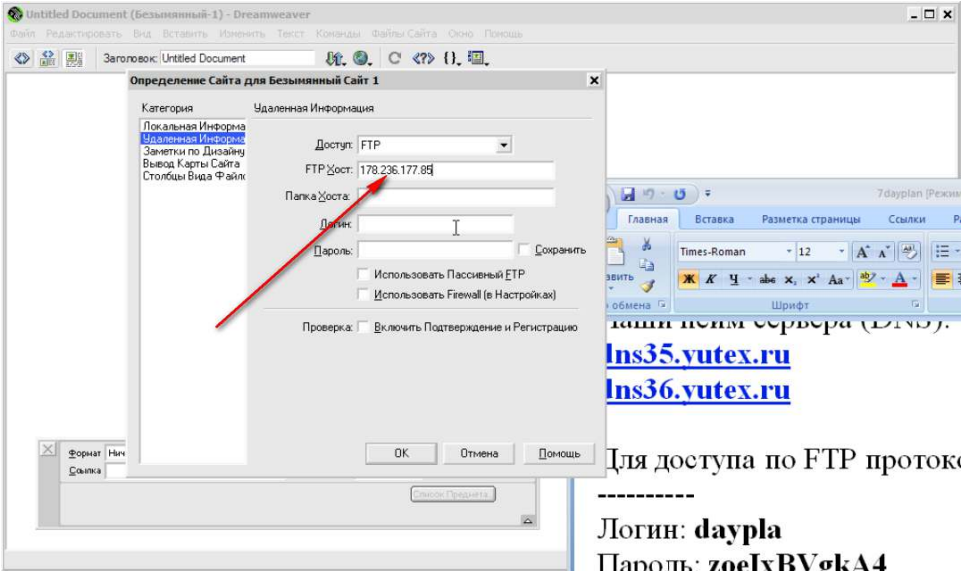


Рис. 148

Далее делаем то же самое с логином:

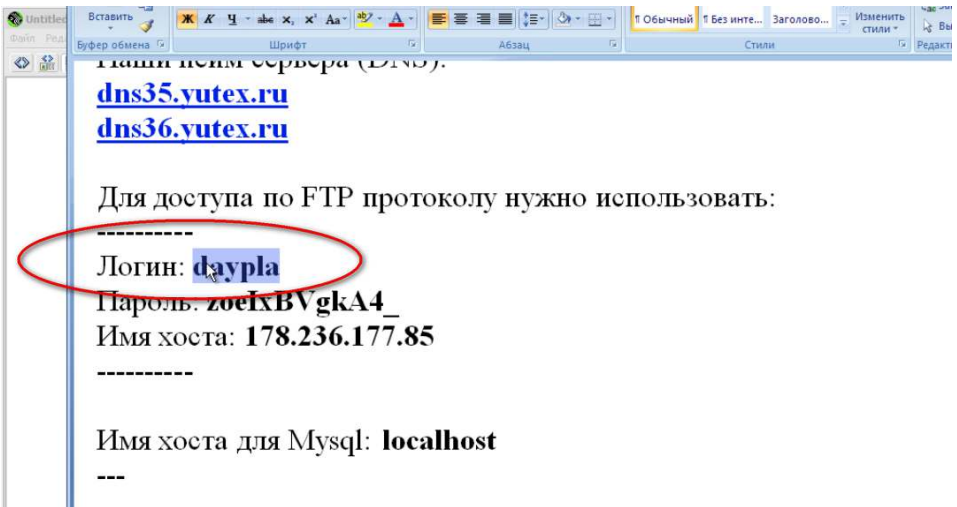


Рис. 149

Копируем и вставляем:

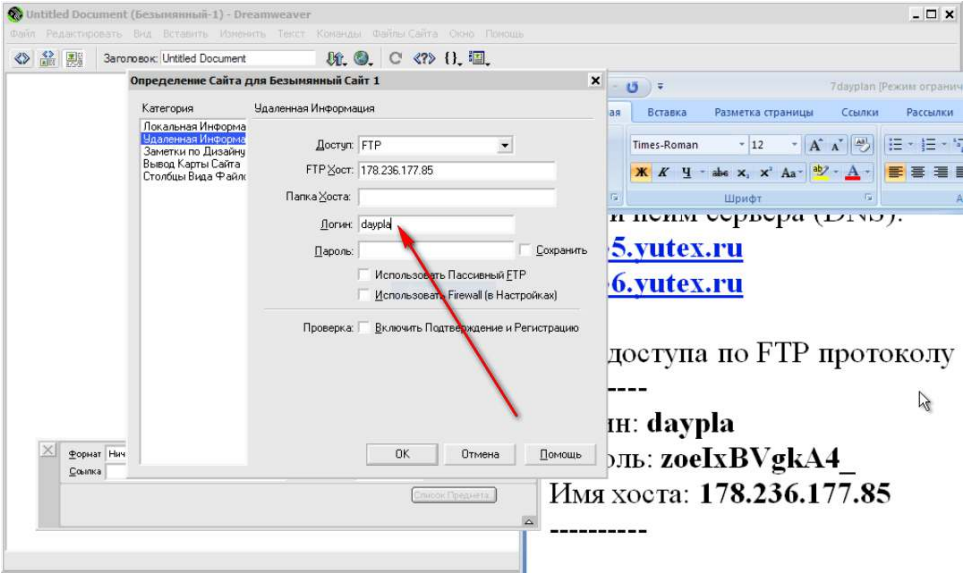


Рис. 150

Вводим точно так же пароль:

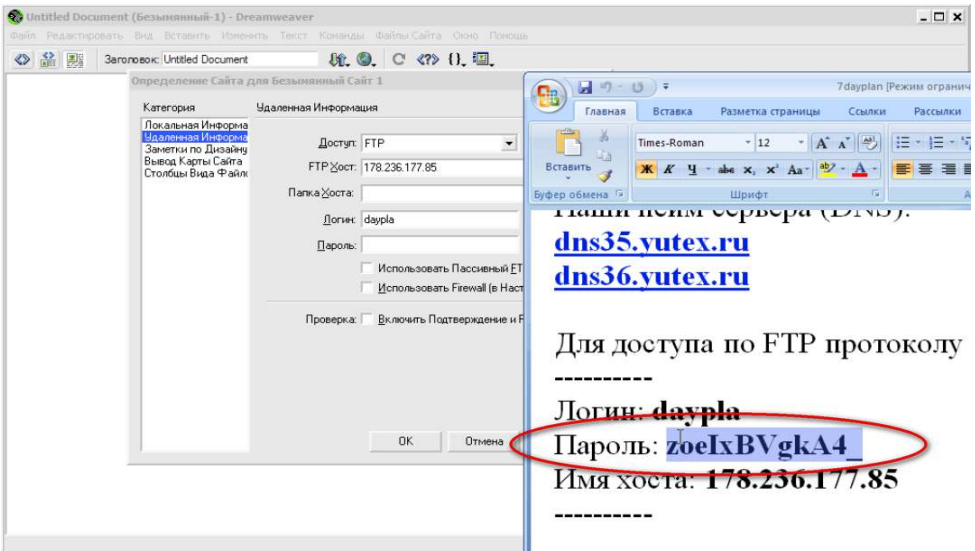


Рис. 151

Вставляем:

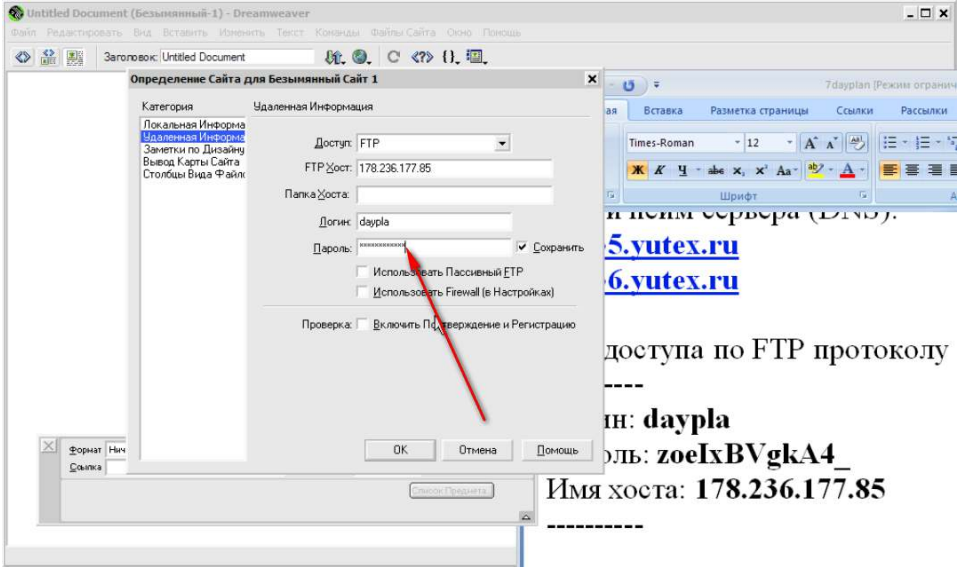


Рис. 152

Ставим галочку «Использовать пассивный FTP»

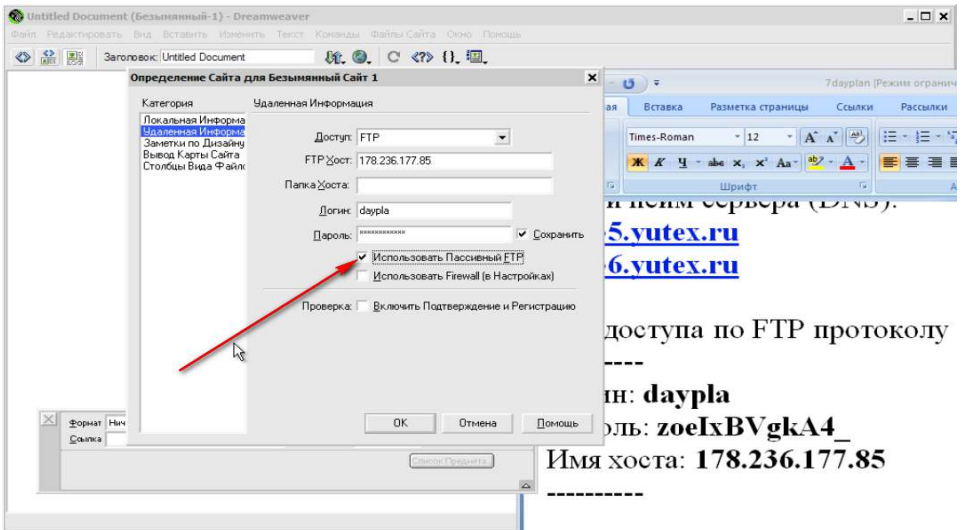


Рис. 153

Все. Нажимаем ОК, и еще раз ОК.

В общем, процесс этот понятен, просто копируем в программу те данные, которые вам прислал хостинг-провайдер, и всё.

После этого у вас должно появиться вот такое окошко, в нем будут собраны составные элементы вашего сайта, которые находятся у вас на компьютере:

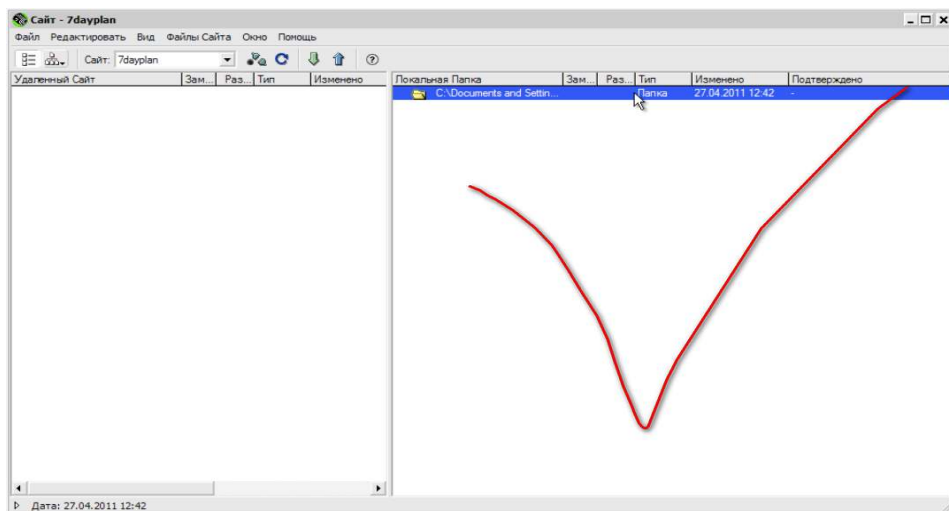


Рис. 154

А в этом окне будут видны те элементы сайта, которые находятся непосредственно в интернете на вашем сайте:

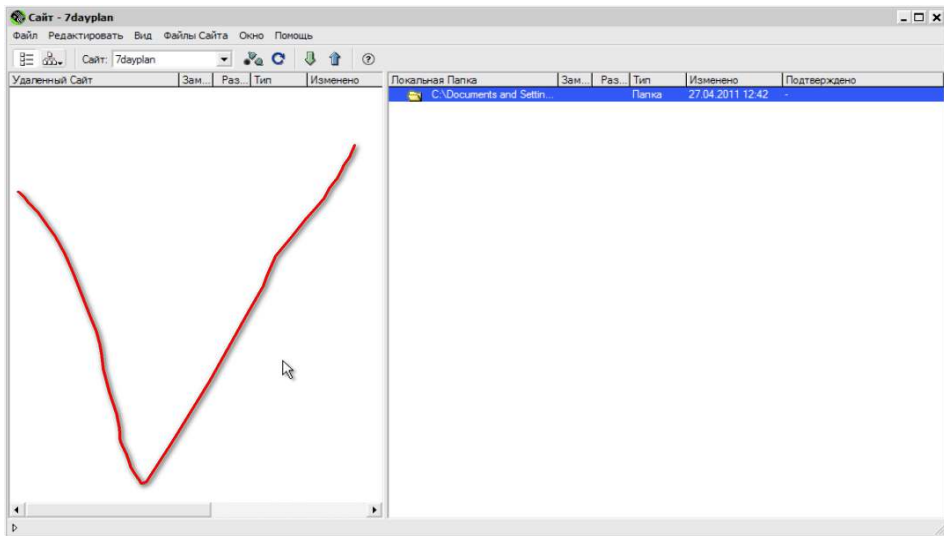


Рис. 155

То есть все, что будет у нас на удаленном сервере, все что мы туда закачаем. Соединяемся и при этом происходит синхронизация, то есть все то что мы изменили в нашем сайте на своем компьютере, также поменяется в интернете на удаленном сервере.

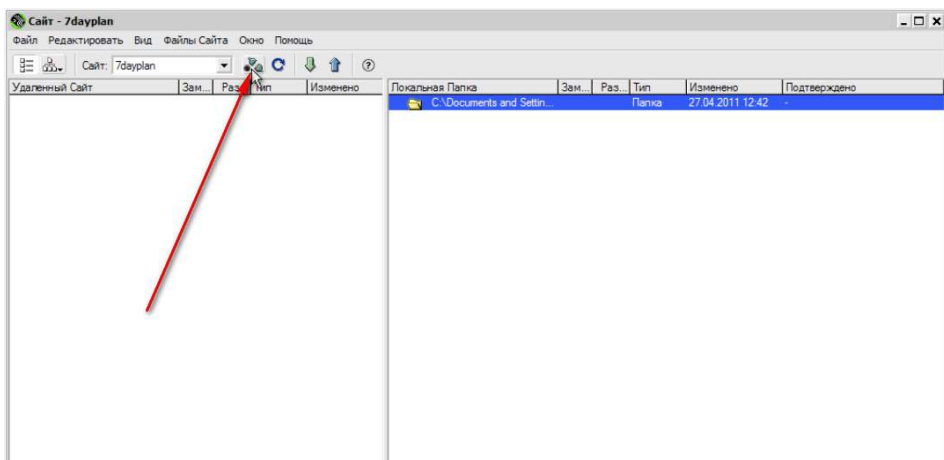


Рис. 156

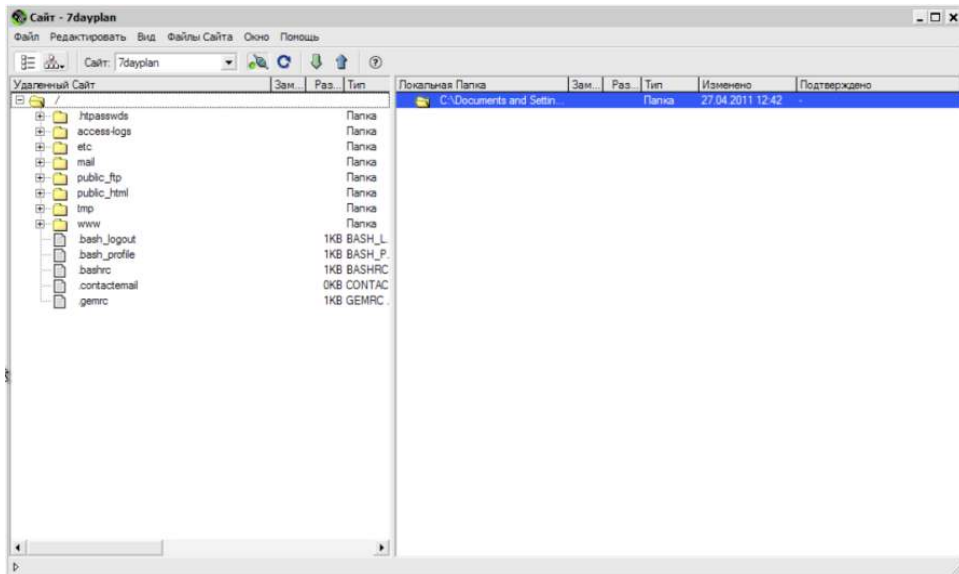


Рис. 157

И сейчас нас интересует папка WWW.

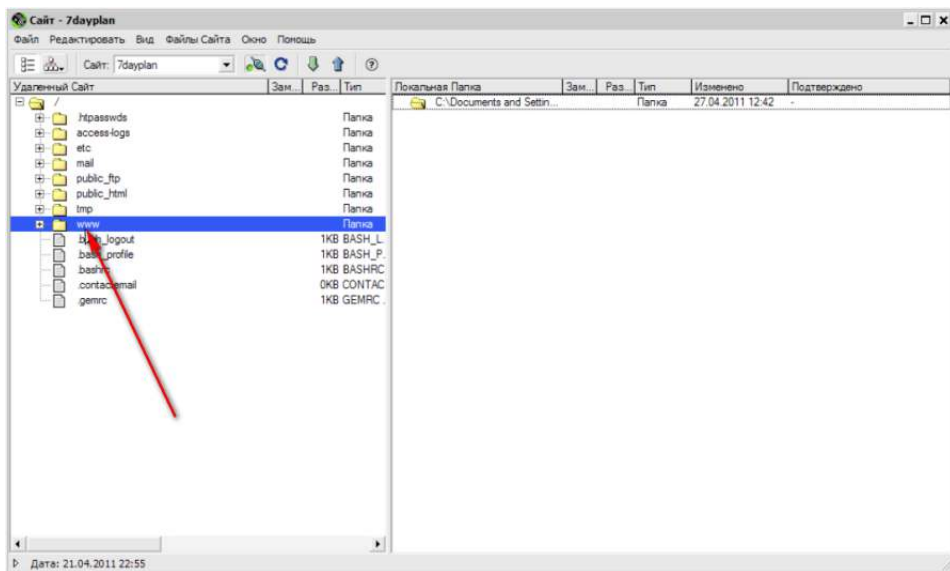


Рис. 158

В эту папку вы и будете закидывать все файлы своего сайта.

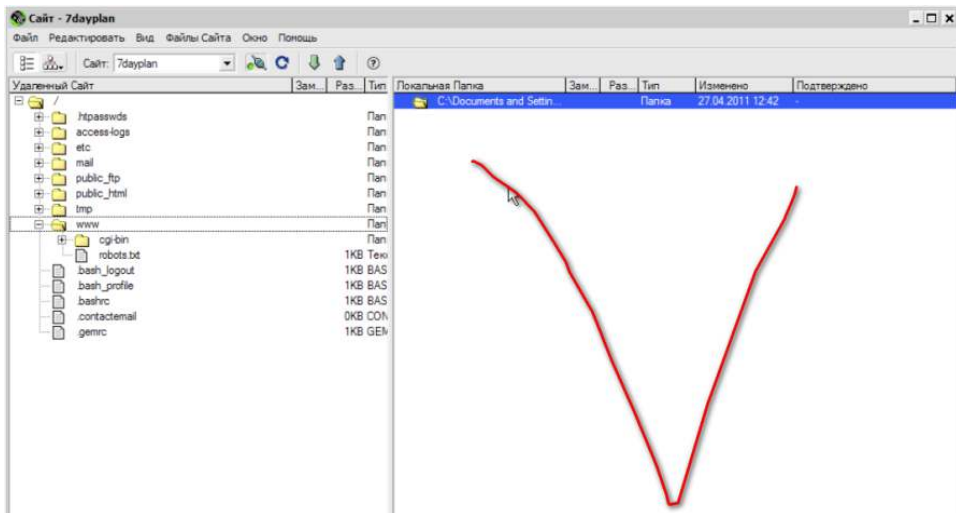


Рис. 159

Так, теперь, все файлы, которые лежат в нашем шаблоне нужно скопировать в папку на локальном сервере. Для этого открываем папку, где лежат файлы шаблона, выделяем их, говорим «копировать».

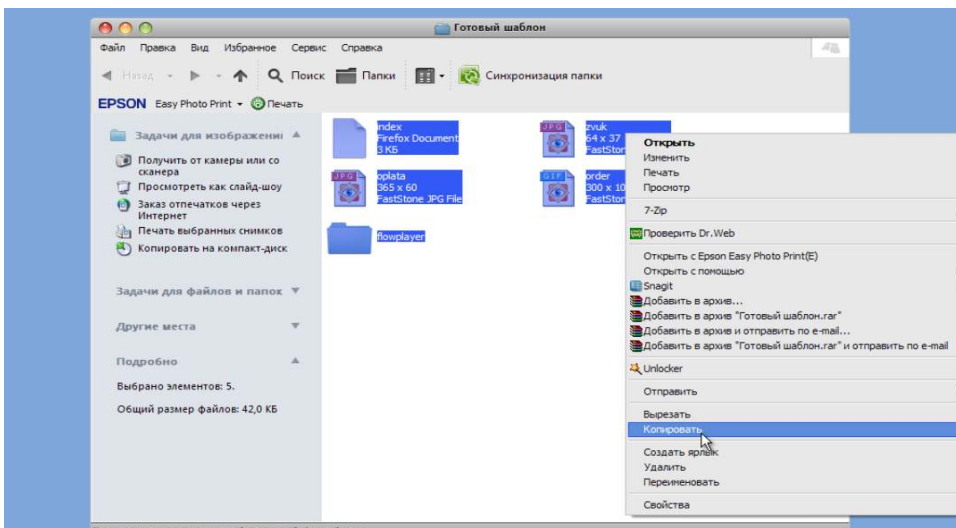


Рис. 160

Далее вы находите ту папку, которую мы указали в качестве локальной папки, и копируем туда файлы шаблона.

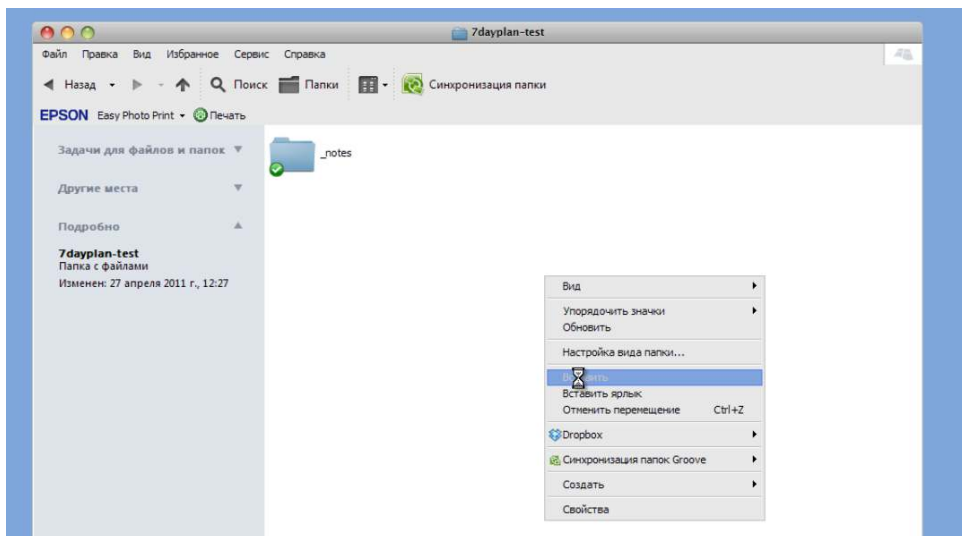


Рис. 161

Соответственно, после того как мы скопируем наши файлы в локальную папку, они появятся в программе **Dreamweaver**:

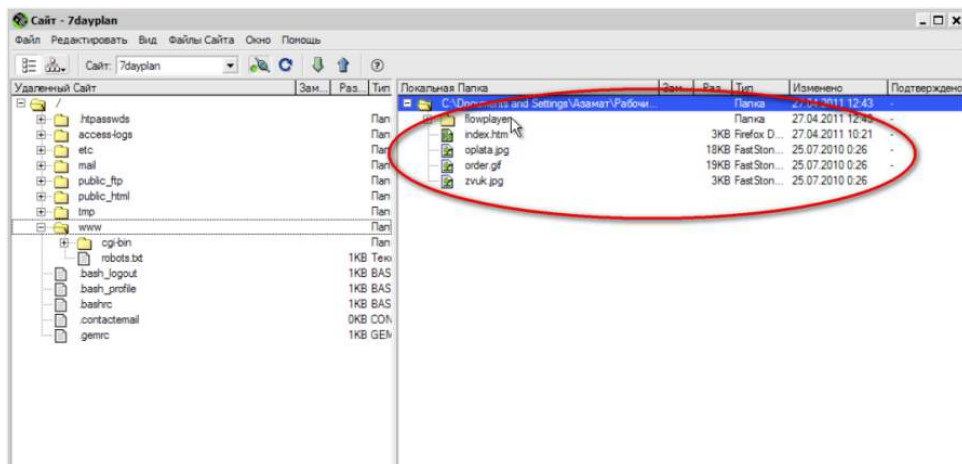


Рис. 162

И их мы можем перетягивать на вторую, соседнюю панель, и они будут при этом закачиваться на сайт:

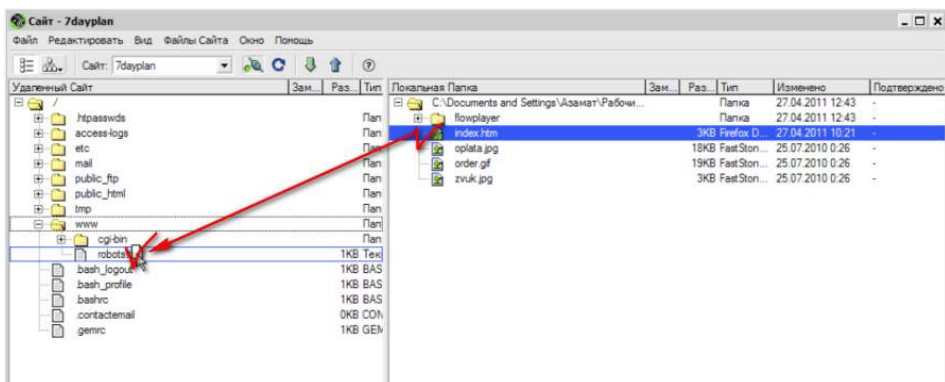


Рис. 163

Но перед этим нам нужно немного подкорректировать наш шаблон.

Ах, да, чуть не забыл... В эту же папку мы скопируем и ваше продающее видео.

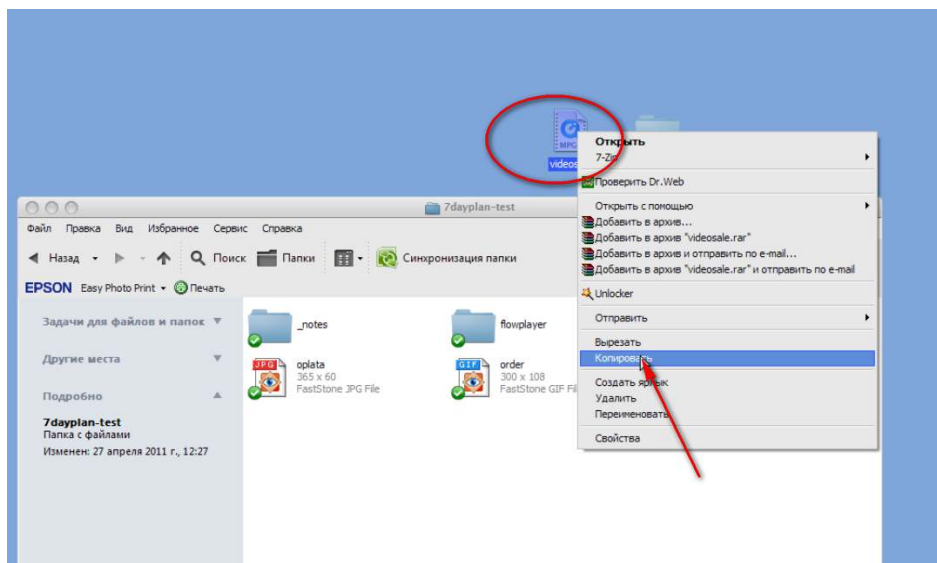


Рис. 164

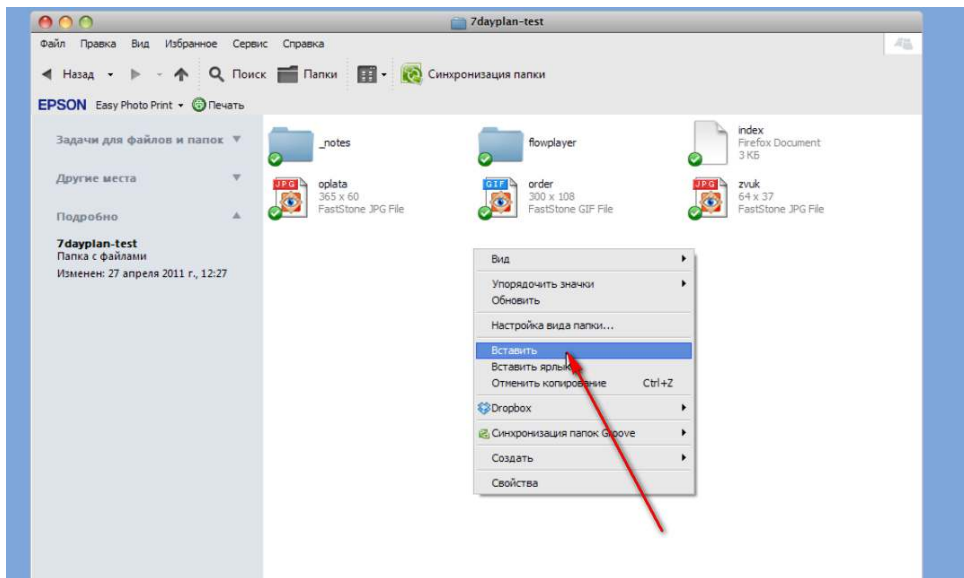


Рис. 165

Его первым делом вам необходимо загрузить на сайт. Скопировали и вставили.

Вот смотрим, у нас здесь файл videosale, который вы записали:

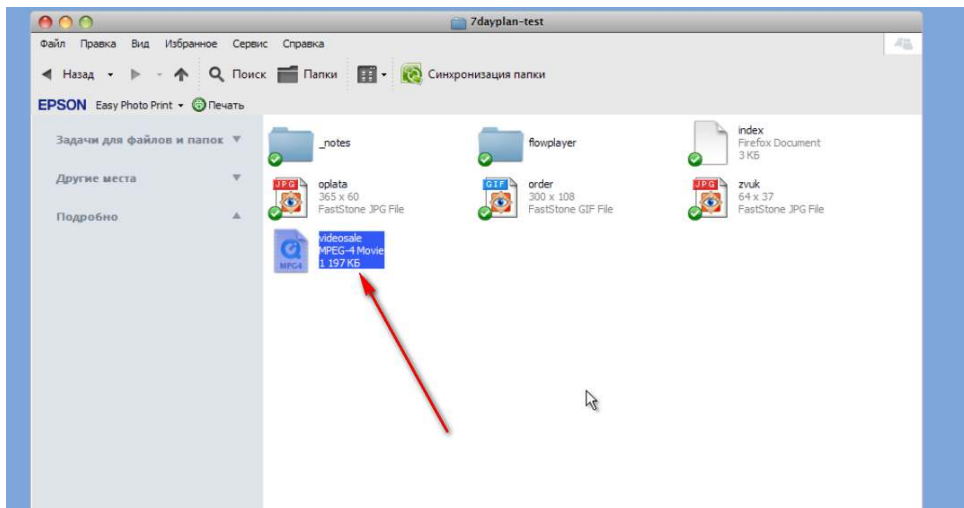


Рис. 166

и его мы закидываем в папку WWW:

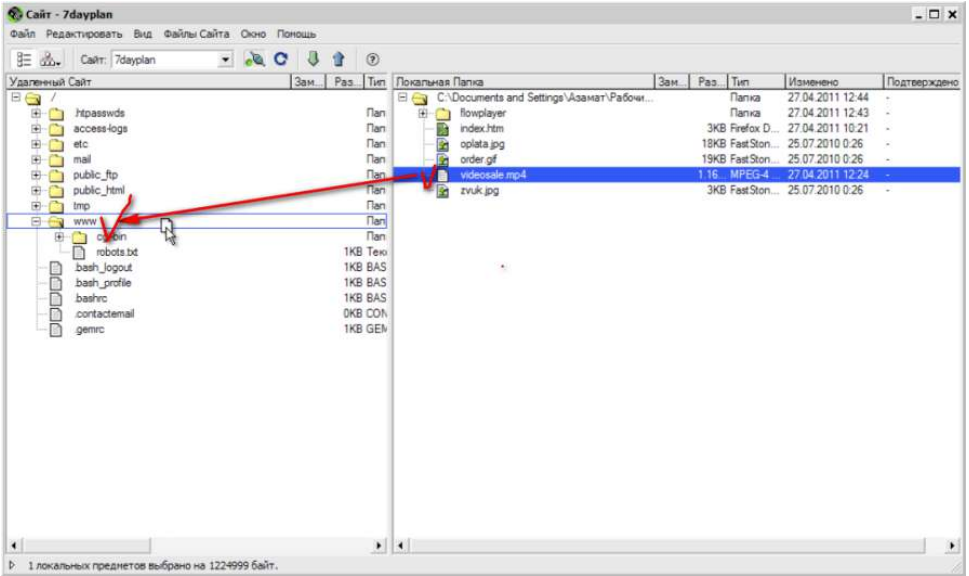


Рис. 167

Вот, появился:

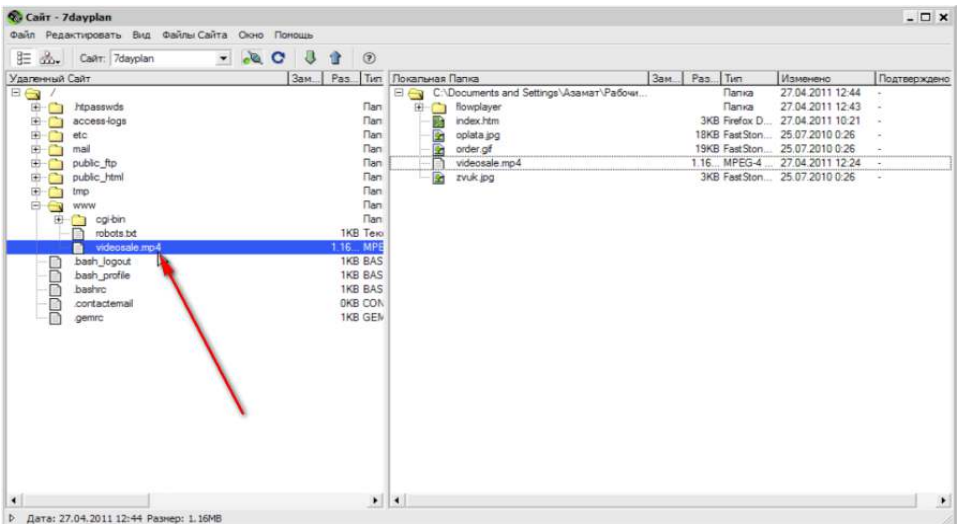


Рис. 168

Всё отлично!

Дальше нам нужно зайти в Dreamweaver и открыть файл Index

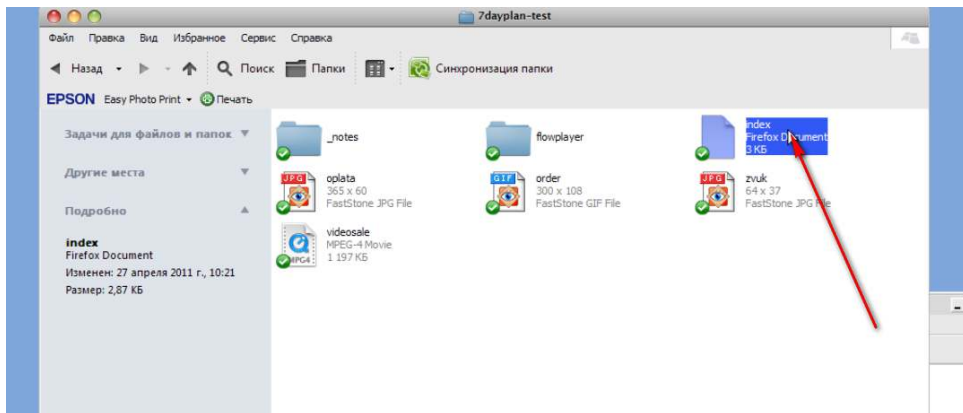


Рис. 169

Открываем его в Dreamweaver:

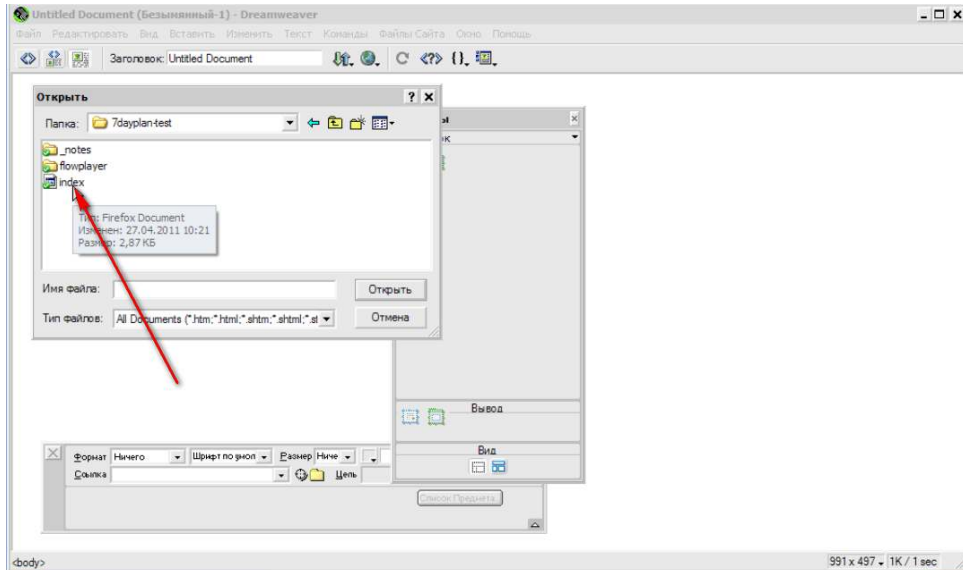


Рис. 170

И видим уже свой сайт:

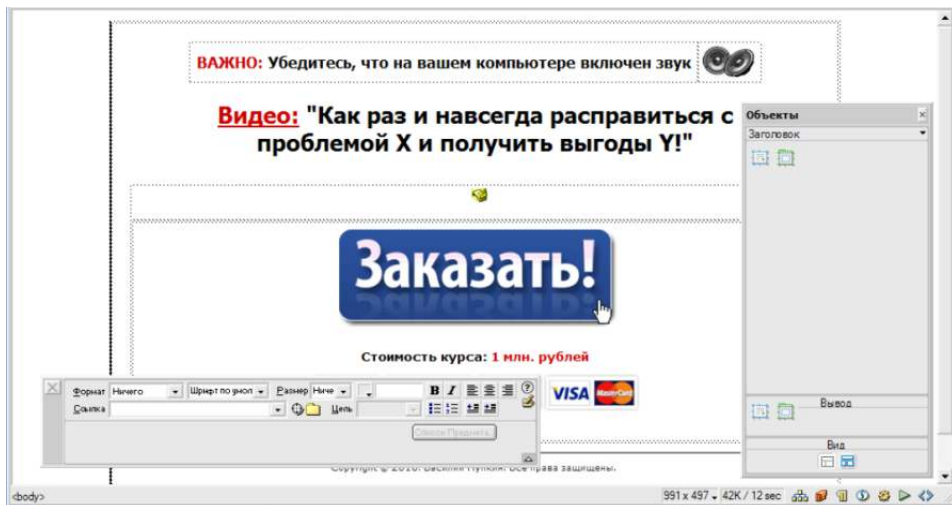


Рис. 171

Сейчас нам тут нужно будет кое-что сделать, а именно поменяйте заголовок на свой собственный, например «Как раз и навсегда справиться с проблемой X и получить выгоды Y». Вариантов заголовков огромное количество. Главное чтобы всё выглядело так, как будто это просто обучающее видео.

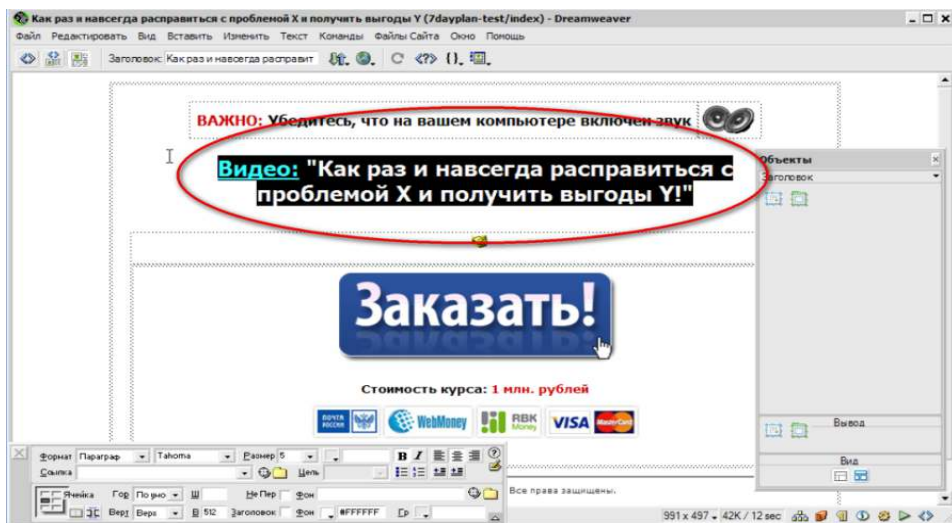


Рис. 172

Кнопка заказа будет появляться в самый последний момент.

Итак, редактируете заголовок, далее редактируете стоимость курса:

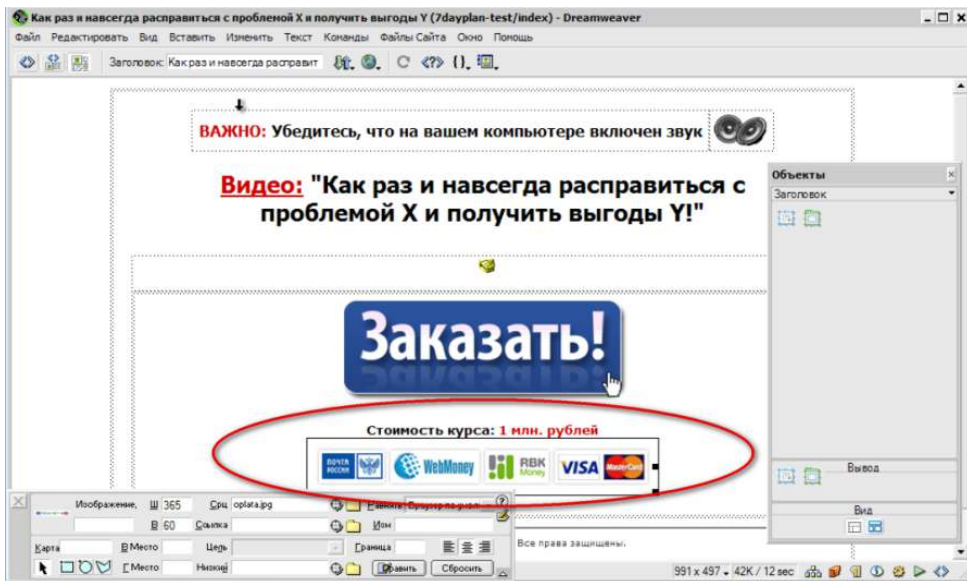


Рис. 173

Теперь редактируете сам заголовок страницы:

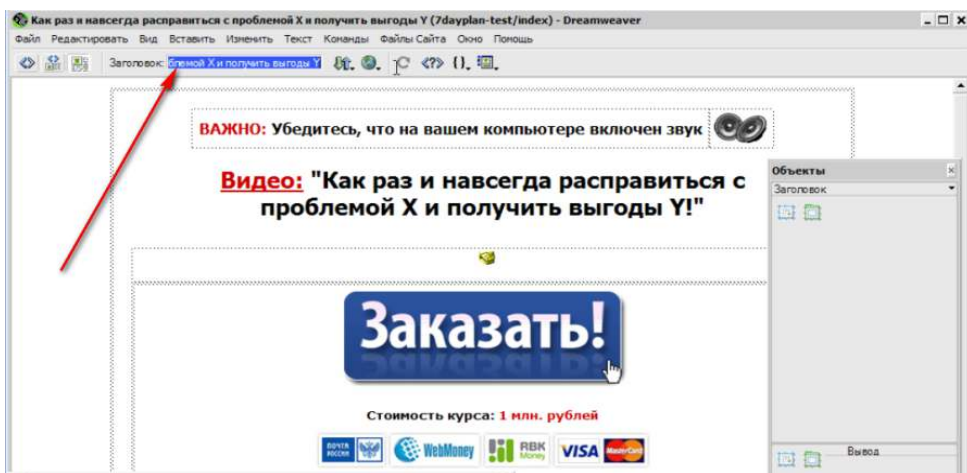


Рис. 174

Ах, да я еще кое-что забыл: нам нужно закачать плеер, который находится в папке **flowplayer**. Копируем его в локальную папку сайта.

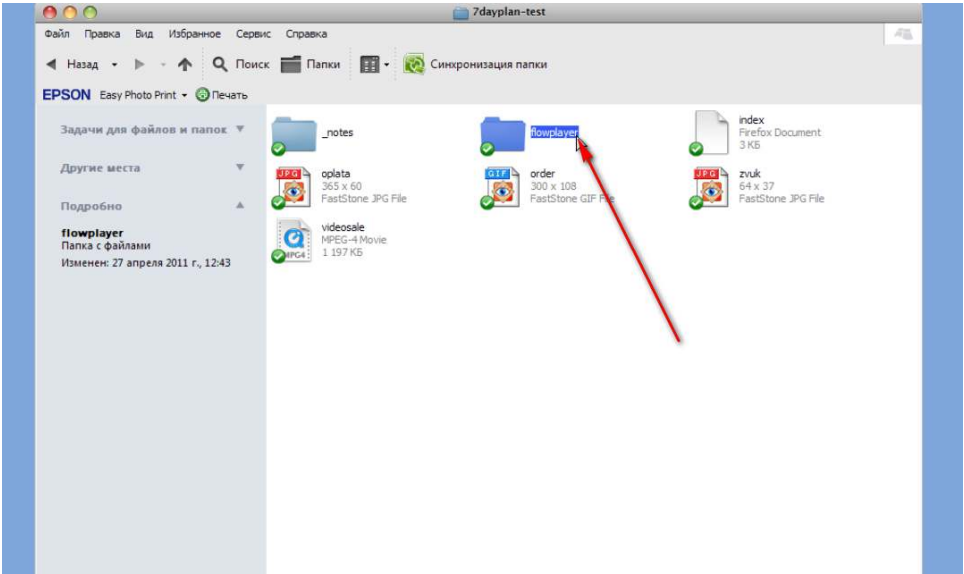


Рис. 175

И теперь через Dreamweaver скопируем папку **flowplayer** на наш сайт, и включим зависимые файлы:

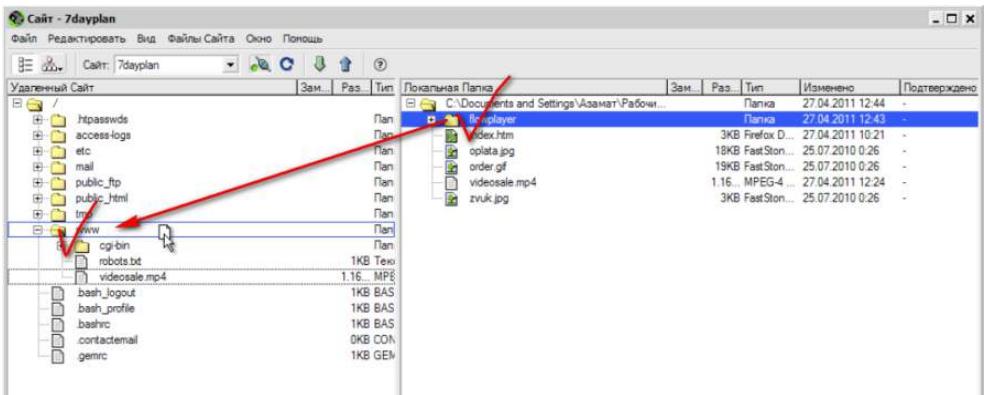


Рис. 176

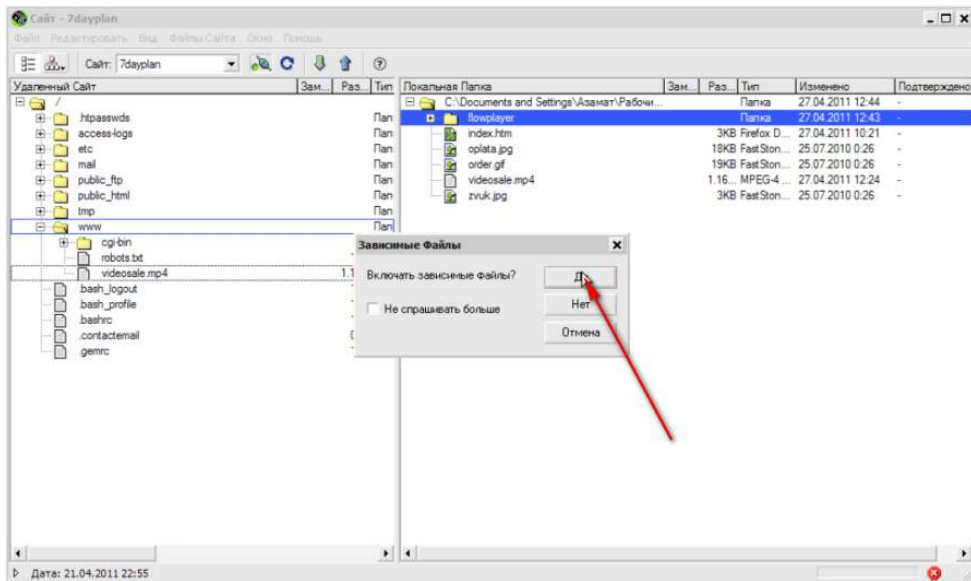


Рис. 177

После того как все это закачается, вы должны прописать кое-что в самом нашем индексном файле.

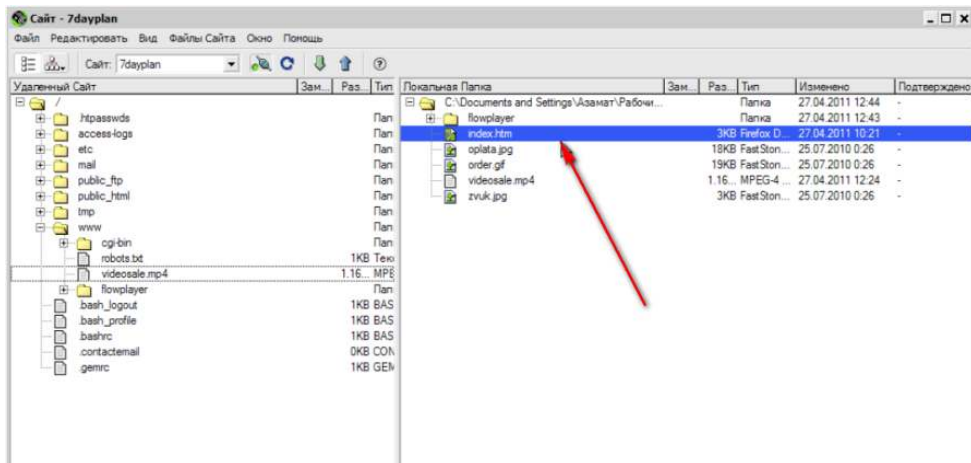


Рис. 178

Итак, заходим опять в панель редактирования:

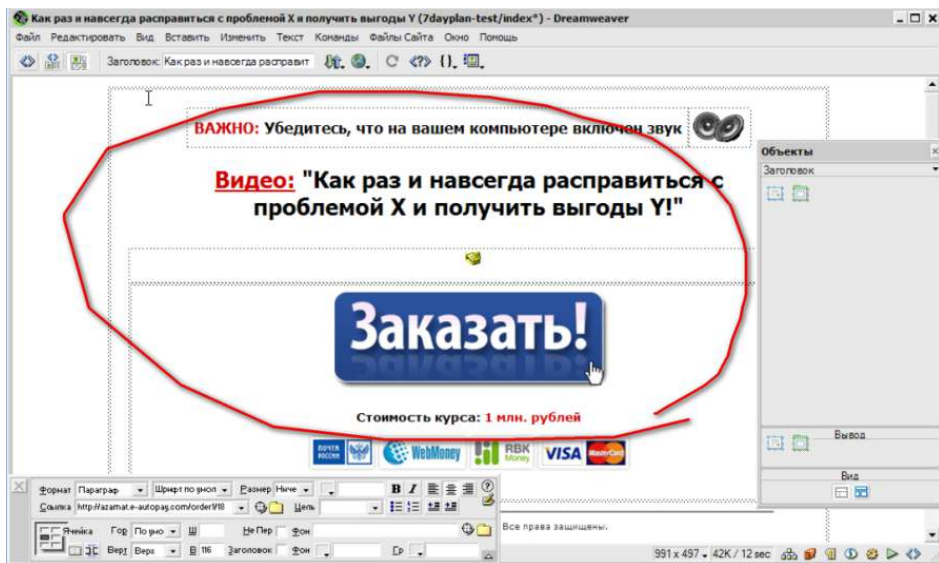


Рис. 179

Далее заходим в КОД:

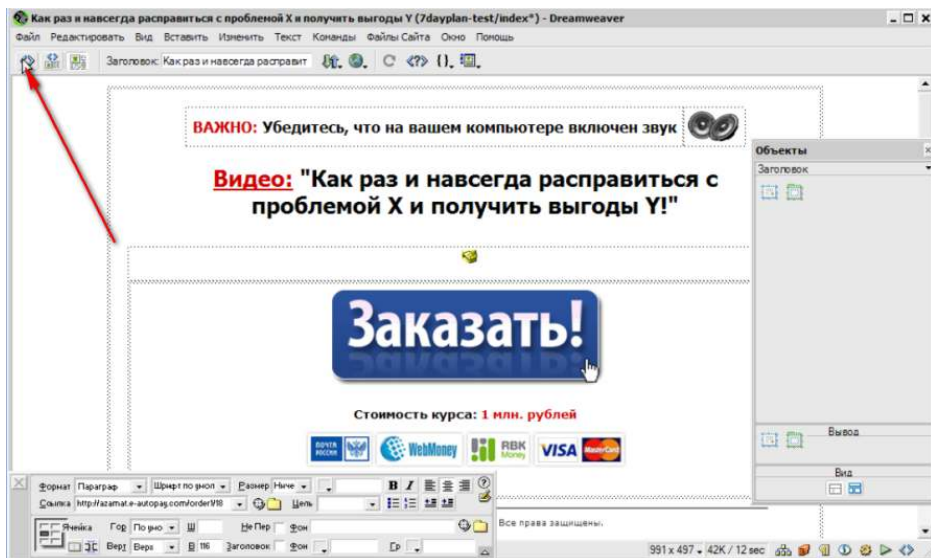


Рис. 180

Не пугайтесь! Здесь все нормально.

Зайдя в код надо найти вот такую запись: **<script src...>**

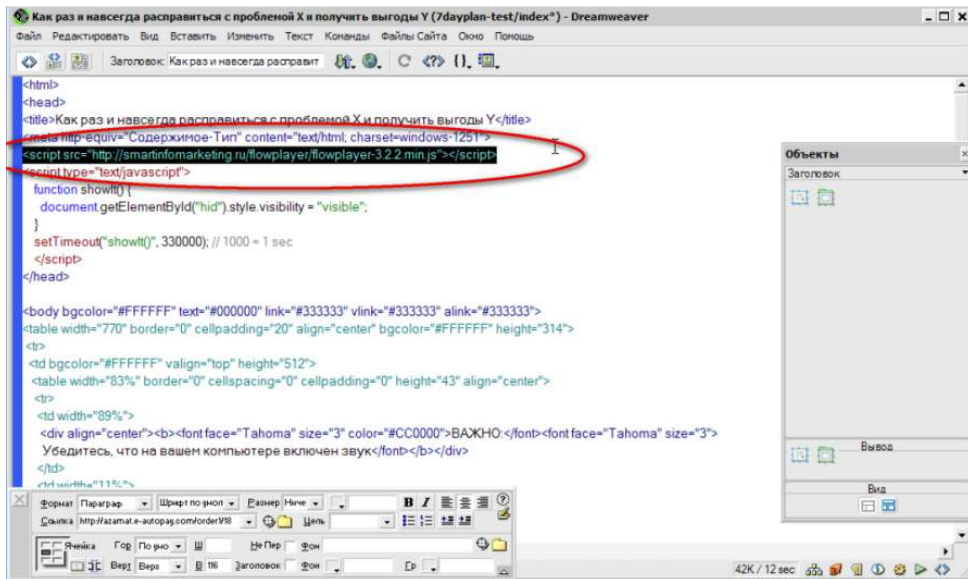


Рис. 181

И поменять имя домена в шаблоне на то имя, которое вы выбрали для своего сайта, например у меня www.7dayplan.ru

Вот как у меня было:

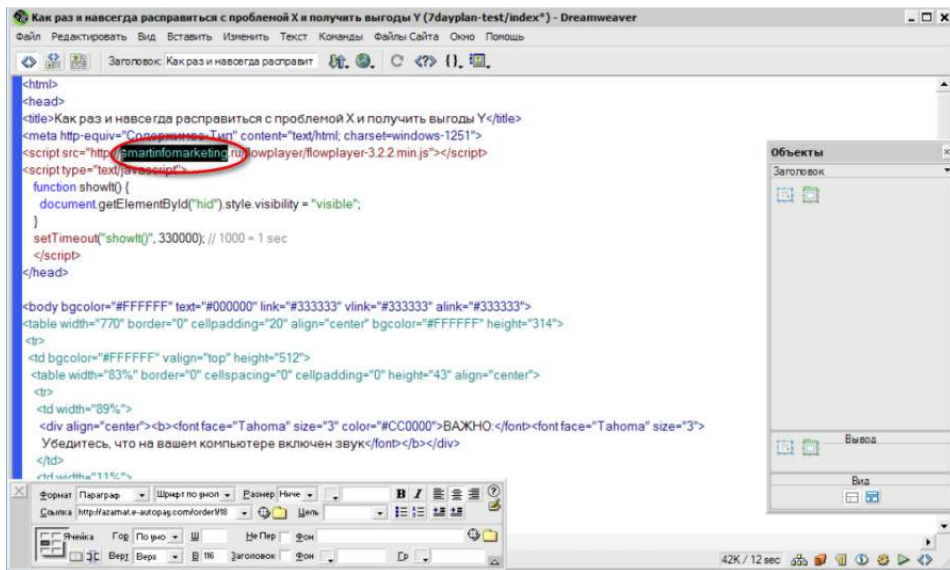


Рис. 182

А вот как стало:

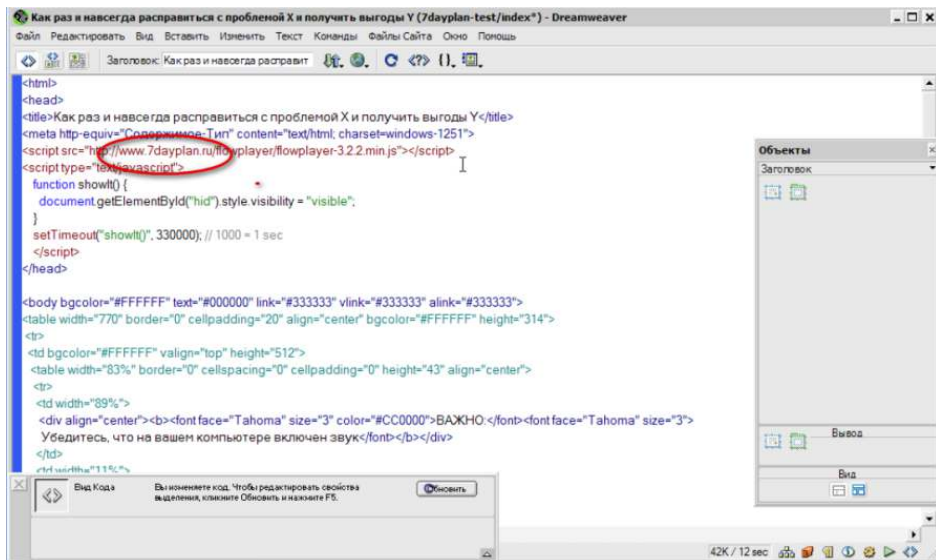


Рис. 183

Это мы сделали для того, чтобы плеер загружался прямо с вашего сайта, для этого мы его и закачивали на ваш сайт. И еще в одном месте программного кода, в строке где опять упоминается проигрыватель **flowplayer**, нам нужно заменить доменное имя шаблона «smartinfomarketing» ...

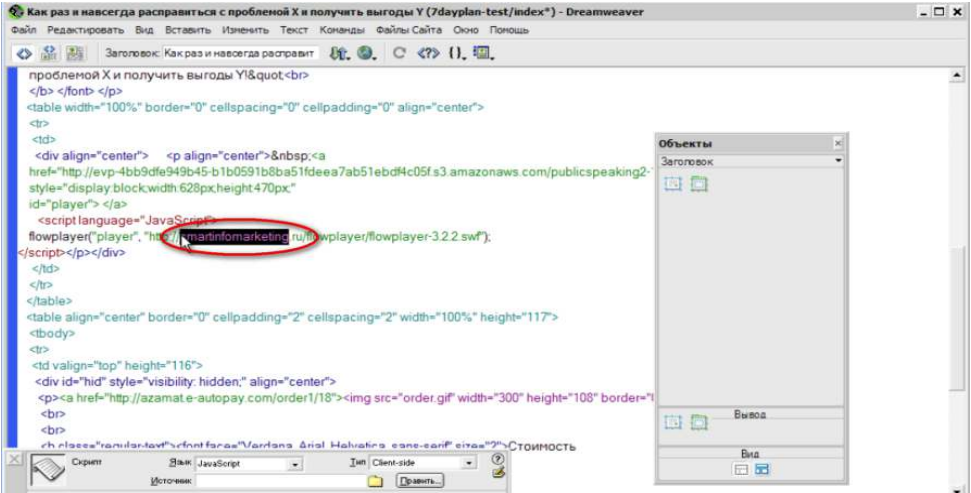


Рис. 184

...на ваше доменное имя:

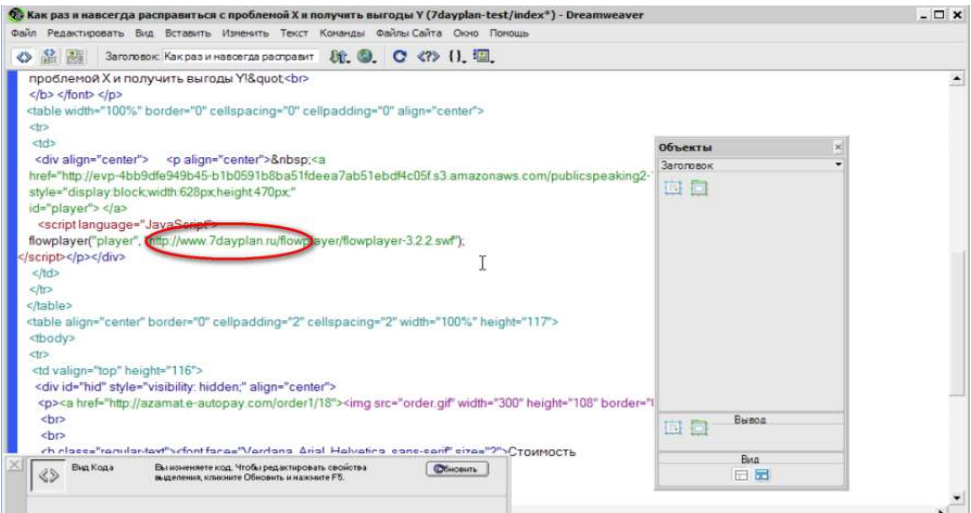


Рис. 185

Все, сохраняем.

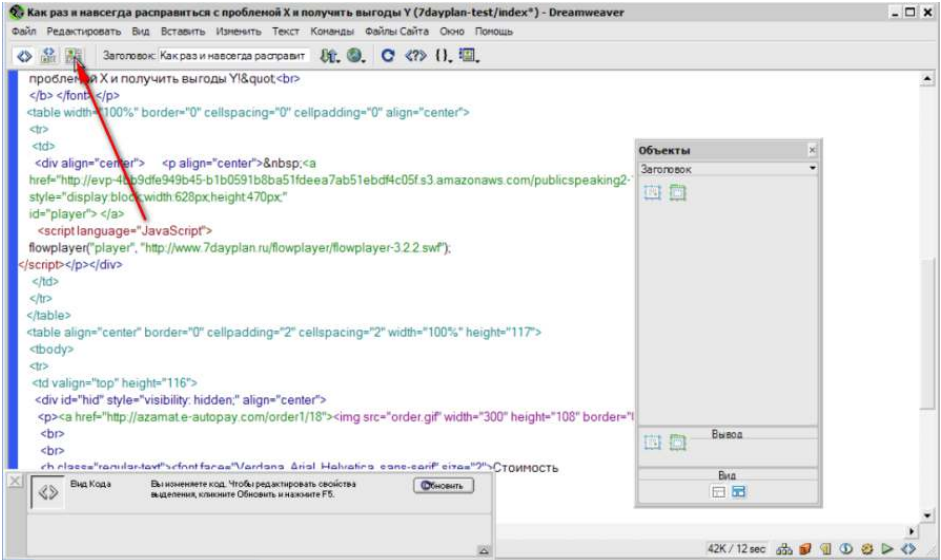


Рис. 186

Первое действие мы сделали. Дальше нужно подключить в сайте наше продающее видео из файла **videosale.mp4**.

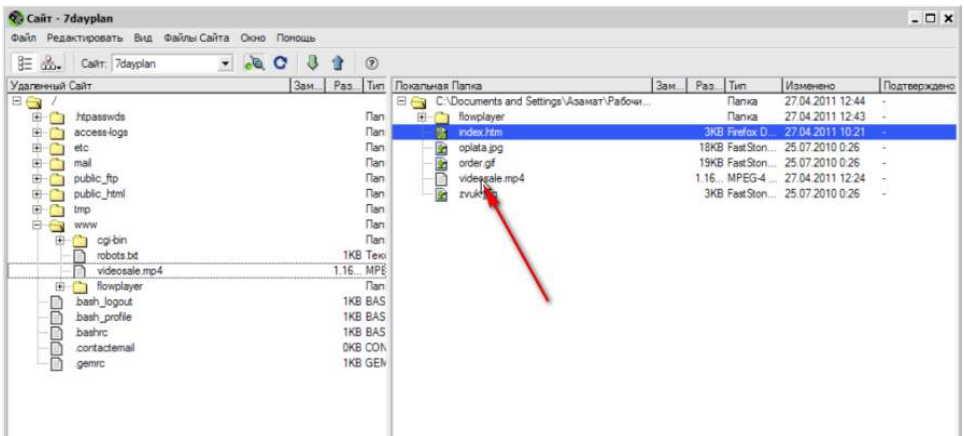


Рис. 187

Опять входим в программный код

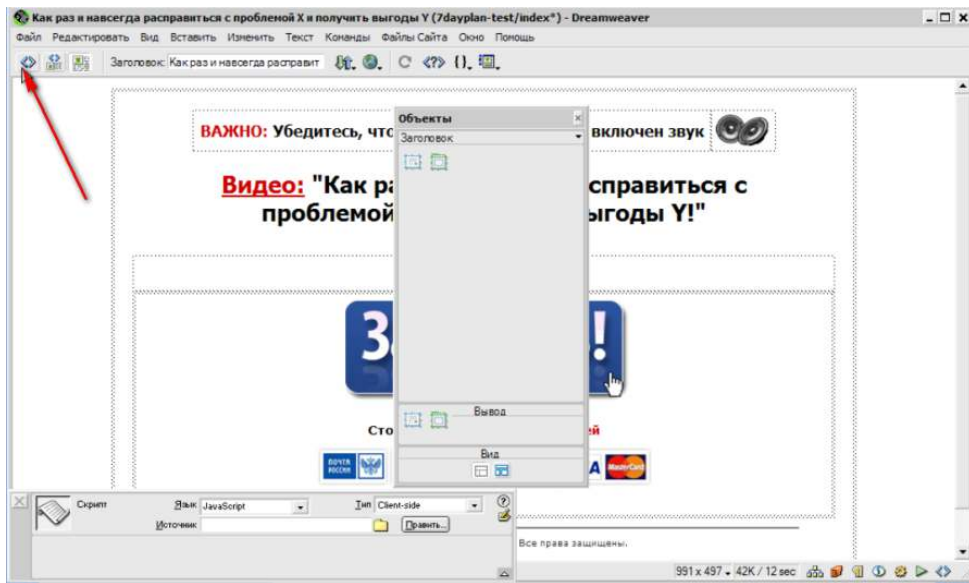


Рис. 188

Ищем в нем нужную нам строчку по названию видеофайла с моим прежним продающим видео, то есть ищем по слову «publicspeaking»:

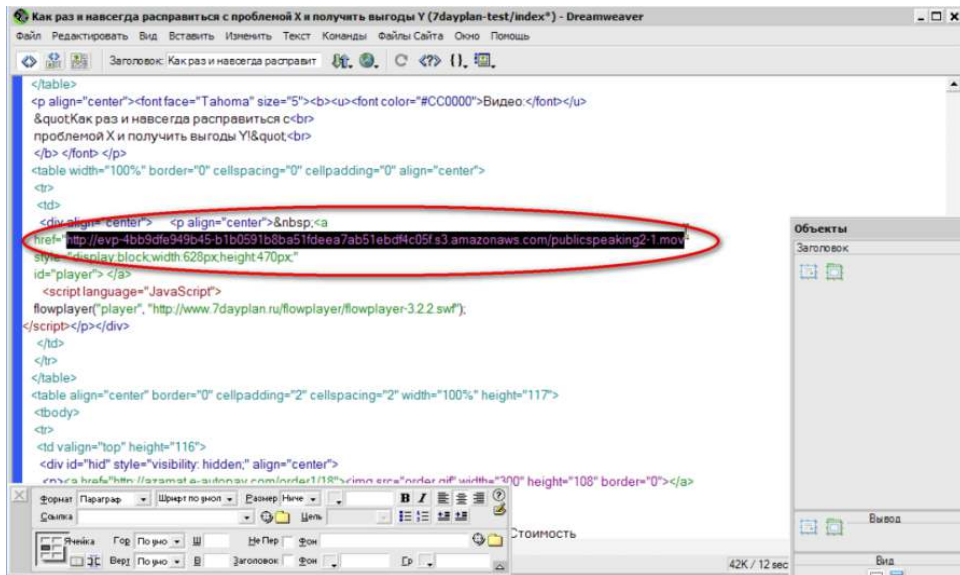


Рис. 189

... и заменяем на нужный нам адрес, то есть к примеру, на <http://www.7dayplan.ru/videosale.mp4>

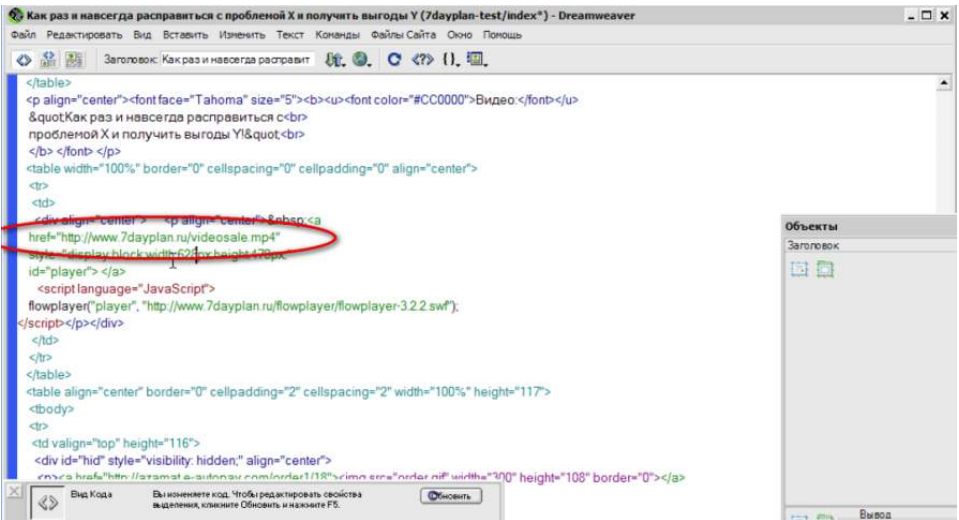


Рис. 190

После того, как мы прописали адрес нашего видео, нам нужно будет указать размеры. Найдите по образцу на иллюстрации нужную строку программного кода:

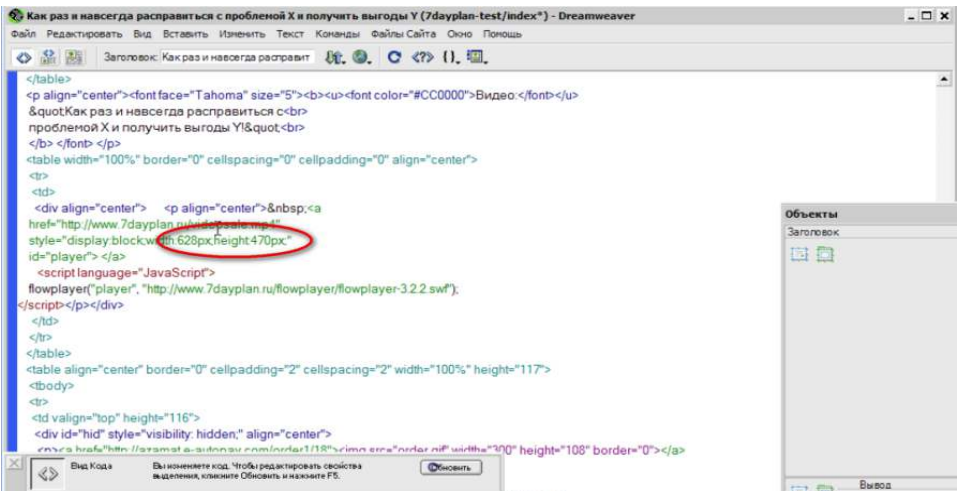


Рис. 191

Размеры нужно указать те, которые устанавливали в Camtasia Studio при конвертации нашего видеофайла. Здесь в шаблоне стоит размер 640 на 400.

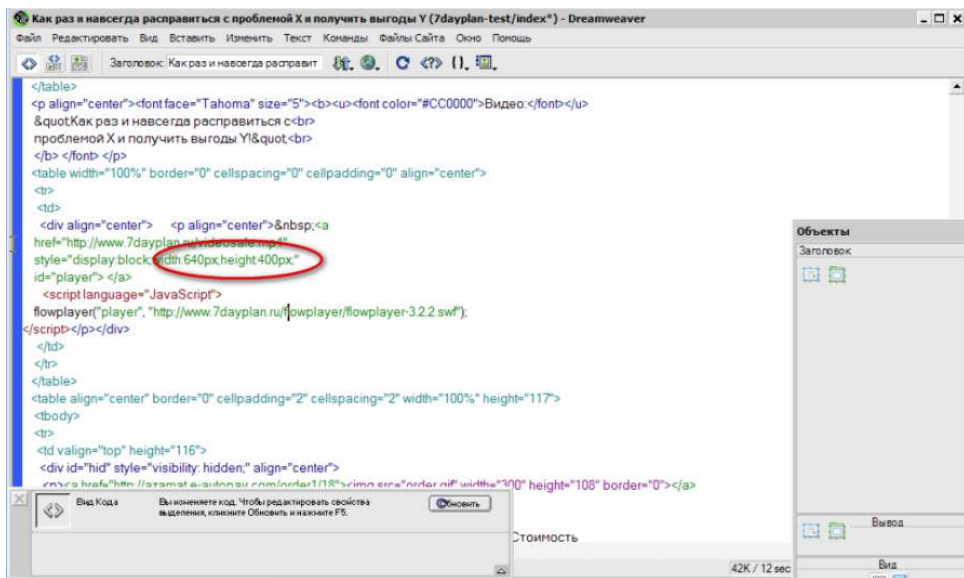


Рис. 192

Пропишите свои размеры. Возможно разрешение у вашего видео 640 на 480 или другое.

Итак, адрес плеера мы с вами прописали, прописали адрес видео и прописали размер нашего видео. Все готово.

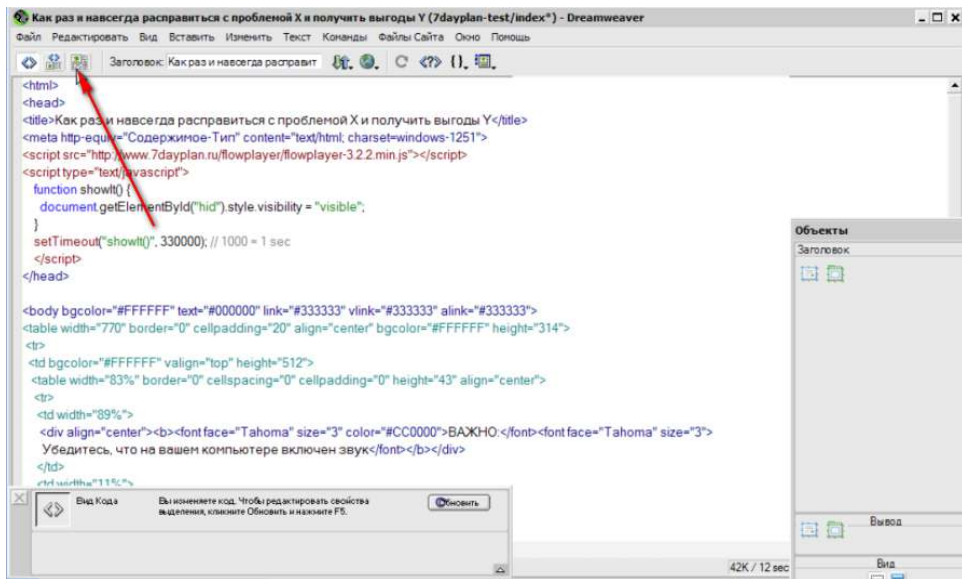


Рис. 193

Теперь давайте сохраним наш файл.

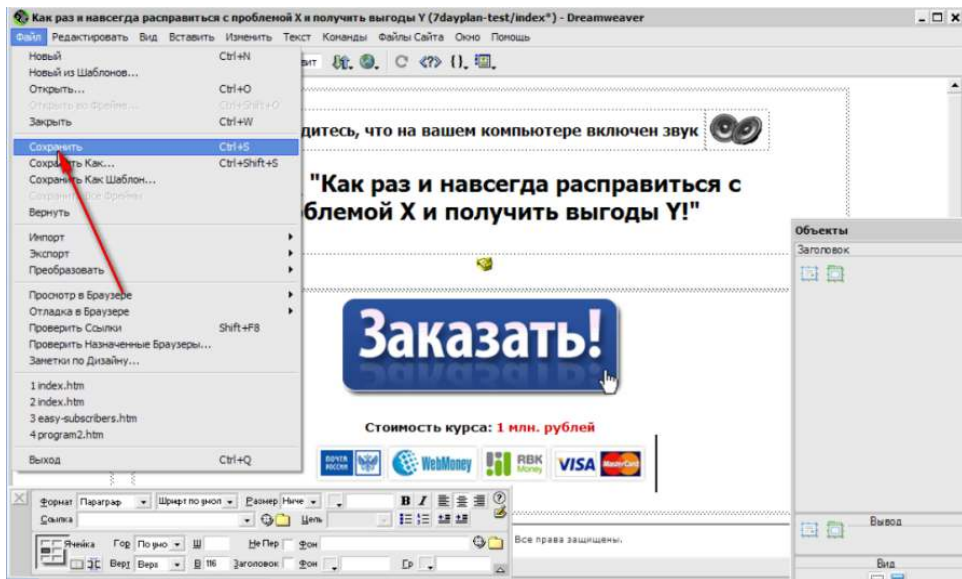


Рис. 194

Закачиваем файл index на сайт, то есть перетаскиваем его на левую панель в раздел «www»

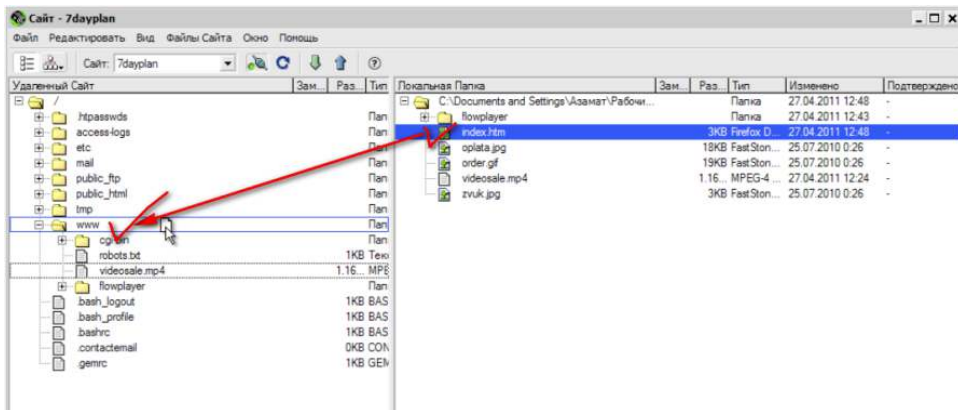


Рис. 195

Включаем «зависимые файлы», при этом на сайт запишутся и все графические объекты, то есть кнопки и другие картинки из шаблона:

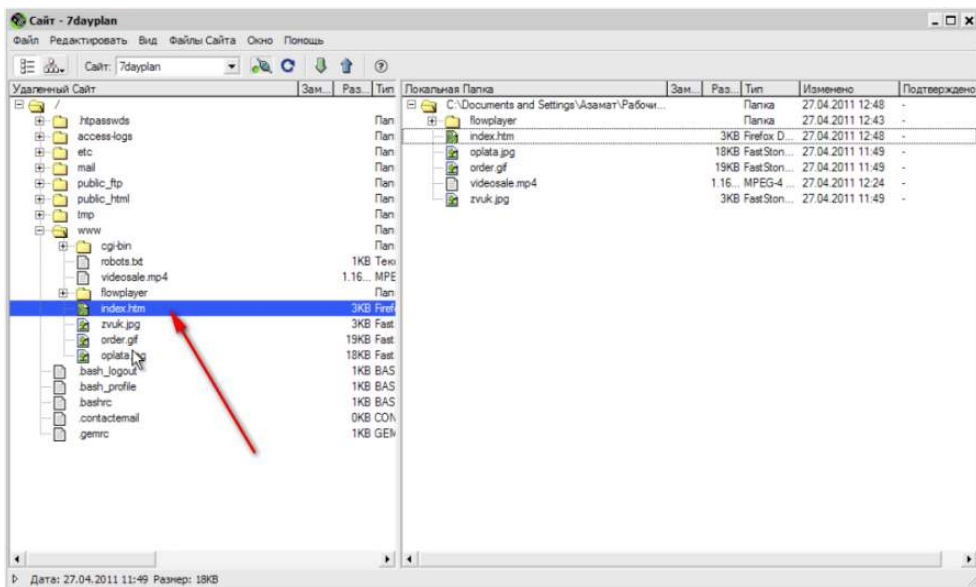


Рис. 196

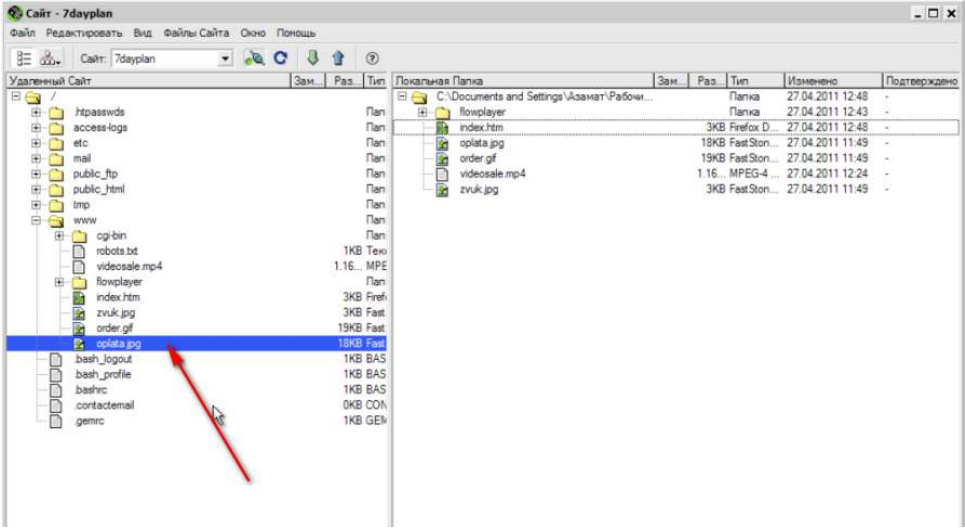


Рис. 197

Проверяем работоспособность. Заходим на наш сайт и видим, что все отлично! Видим наш только что созданный сайт, видим на нем нашу страничку, видим наше видео!

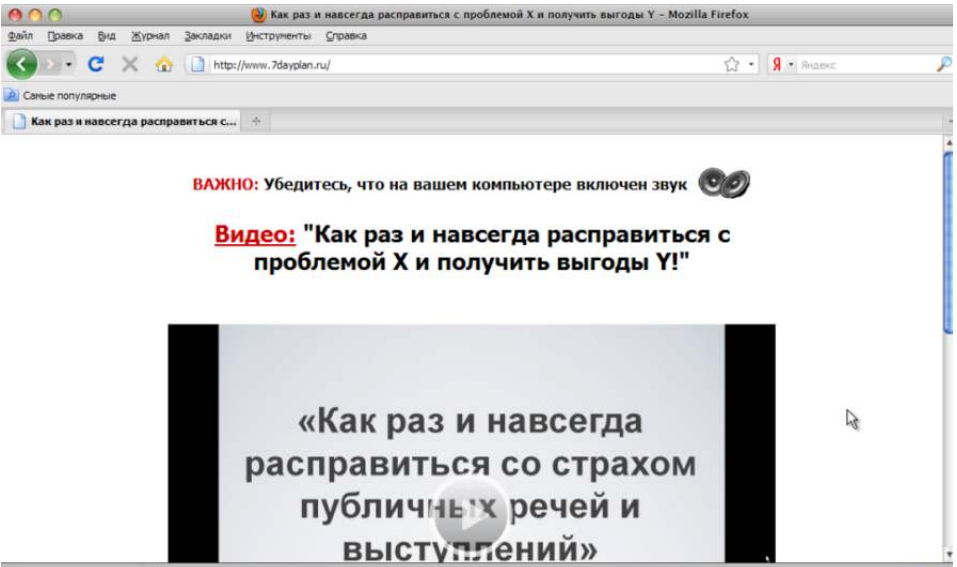


Рис. 198

Идет воспроизведение. В общем, все работает хорошо.

Теперь по поводу кнопки «заказать». Как сделать так, чтобы она в нужное время появлялась? Снова заходите в код, и ищите по образцу с картинки вот этот самый скрипт, то есть строчку с кодом программы:

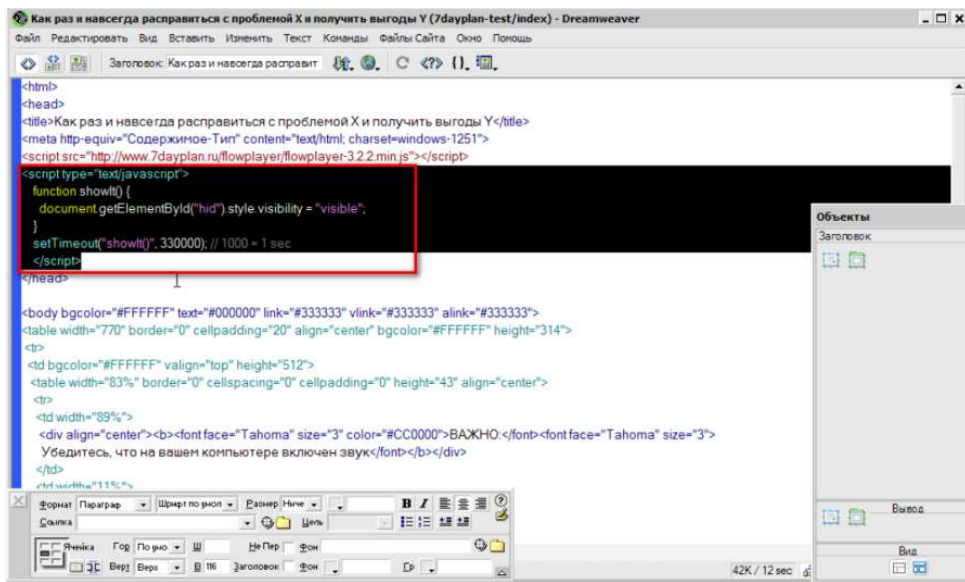


Рис. 199

Ничего менять не надо, кроме вот этого значения:

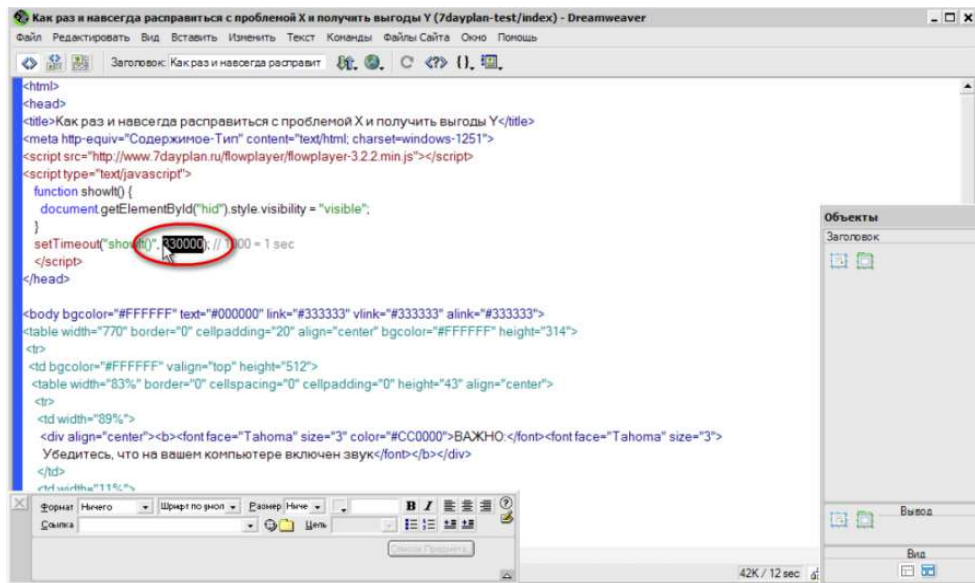


Рис. 200

Одна секунда - это 1000 единиц. То есть одна единица – это одна тысячная секунды. Соответственно, вы должны рассчитать, когда вам выгоднее всего чтобы кнопка заказа появилась. Например, вам лучше всего, чтобы кнопка включилась на 6 минуте вашего видео.

Соответственно, посчитаем - 6-я минута видео - это сколько тысячных долей секунды?

Расчет:

1 сек – 1000

1 мин – 60 000

6 мин – 360 000

Значит, здесь вы должны прописать 360000.

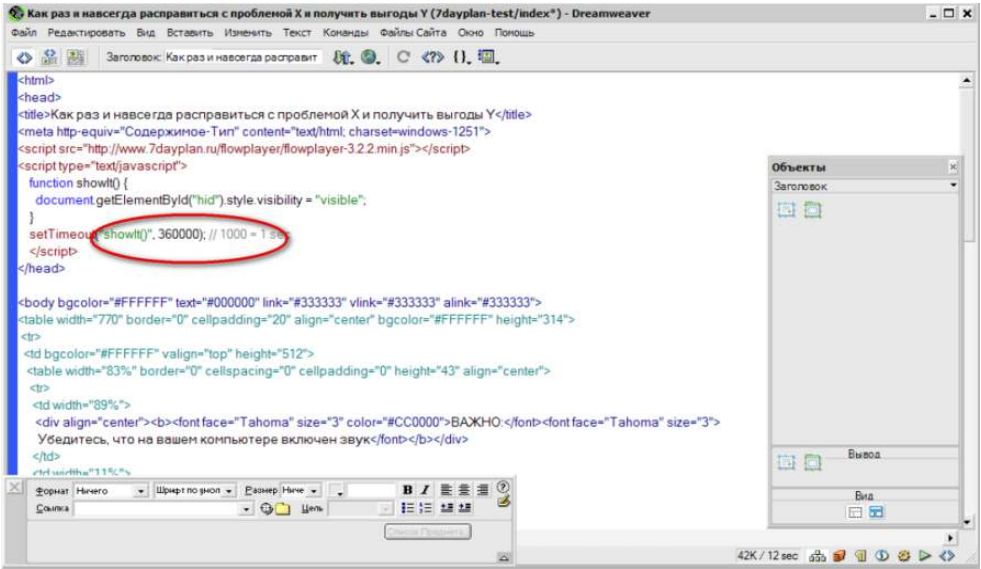


Рис. 201

В том случае. Если вам надо, что кнопка появилась на 7-ой минуте видео, вы таким же способом вычисляете, получается 420000. Вот таким образом вы находите нужную вам цифру.

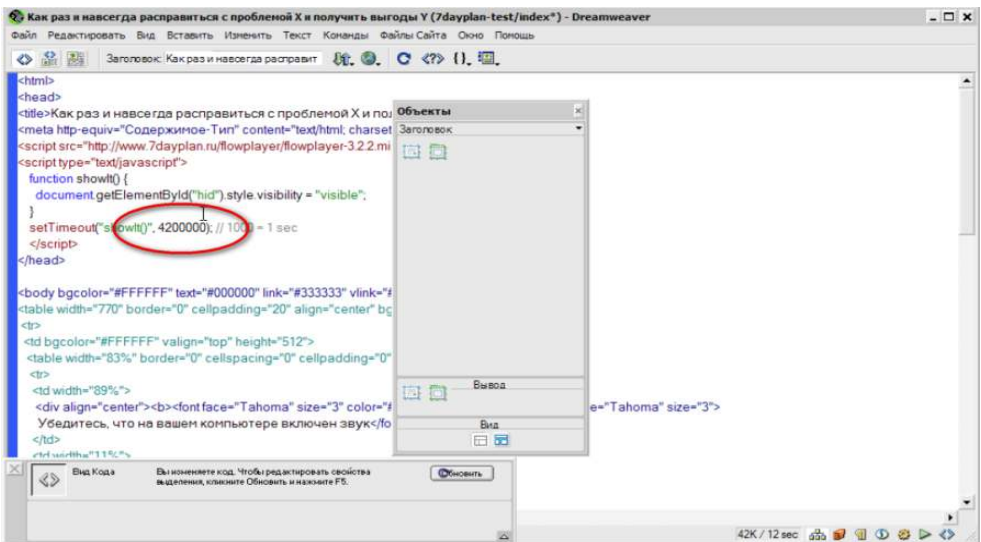


Рис. 202

Все, как только вы это сделали, вы опять сохраняете файл.

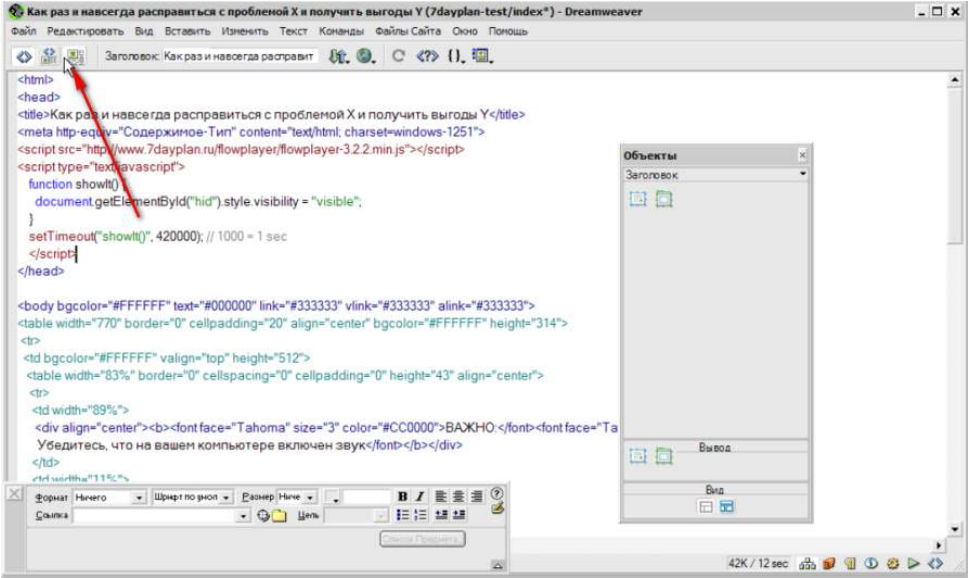


Рис. 203

Обновляете его, то есть опять перетягиваете на левую панель

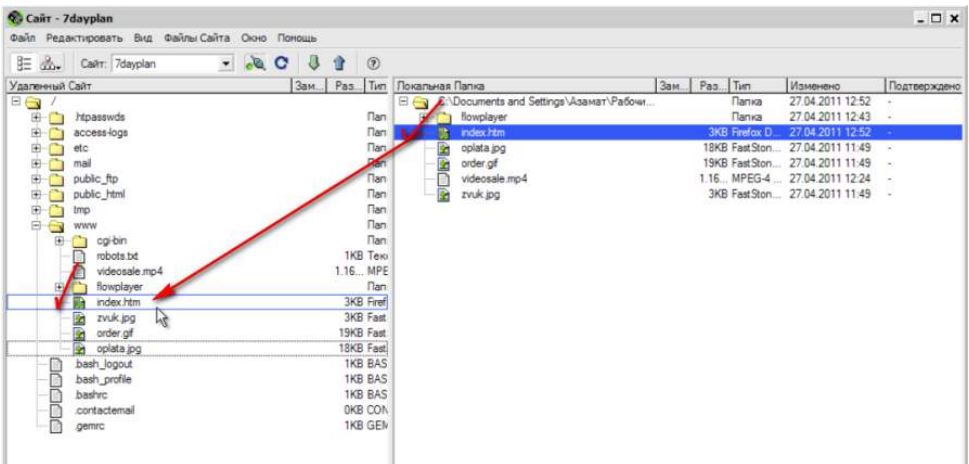


Рис. 204

В этот раз «зависимые», не включаете, потому что графику мы не будем обновлять. После этого опять заходите и тестируете.

Идет трансляция. Пока ничего нет.

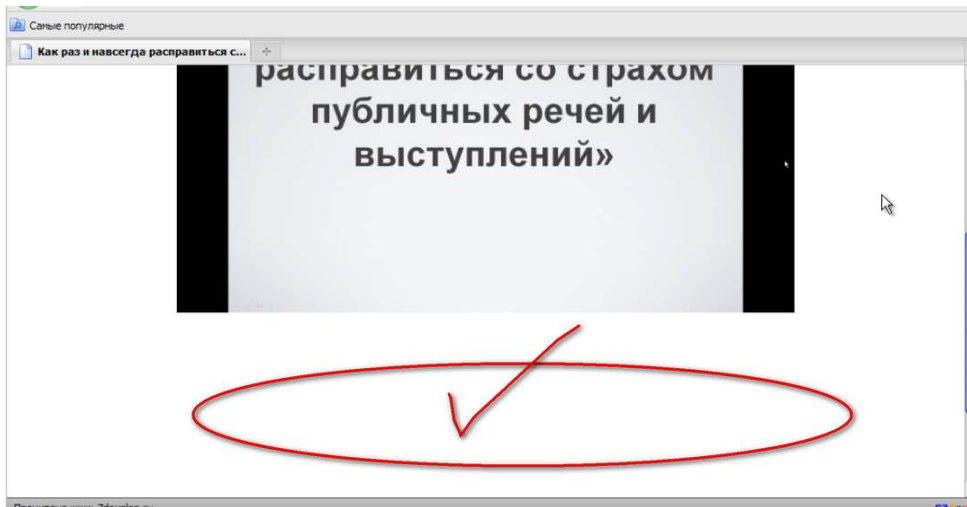


Рис. 205

Вот кнопка появляется:

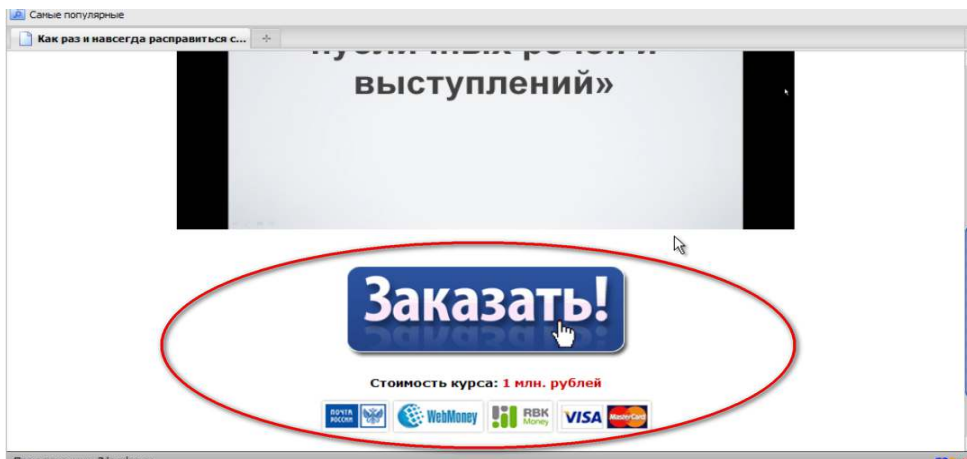


Рис. 206

Всё. Готово.

Подключаем прием платежей

Сейчас мы с вами регистрируемся в сервисе e-autopay.com, с помощью которого вы сможете принимать оплаты за свои информационные продукты в интернете, и дополнительно вести свою партнерскую программу. Заходим на сайт и ждем вкладку «регистрация».

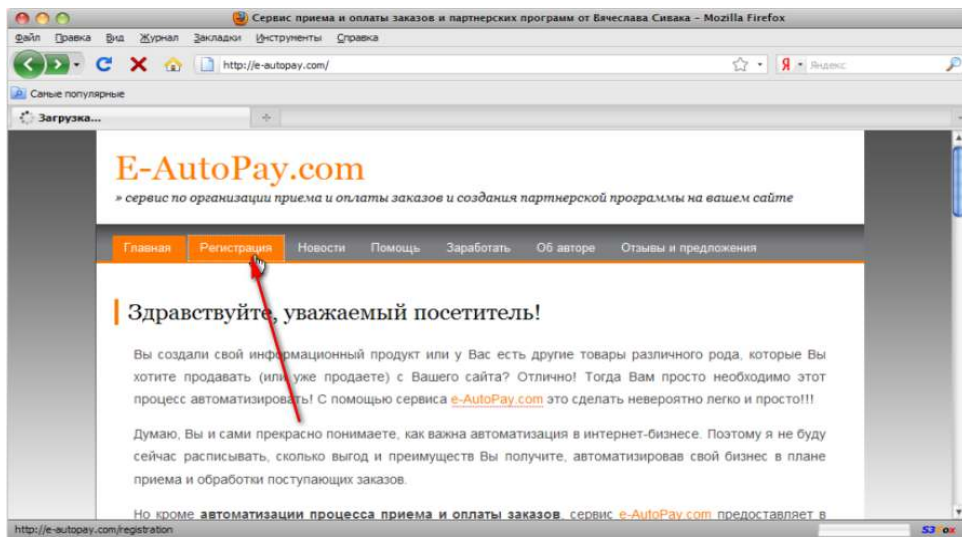


Рис. 207

Мы видим, что за год нужно будет оплатить 50 долларов.

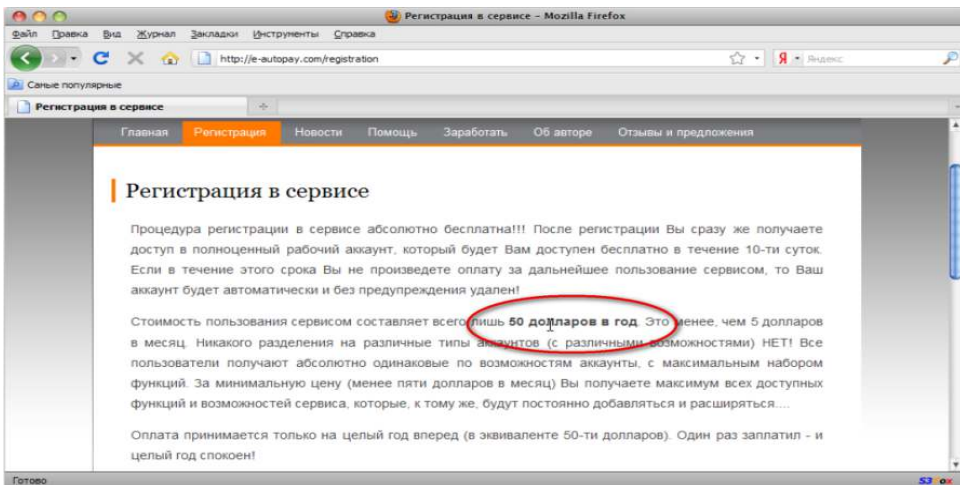


Рис. 208

Это получается, где-то 5 долларов в месяц, это копейки по сравнению с тем, что вы заработаете. Я рекомендую вам только то, что использую в собственной практике.

Итак, заполняем поля:

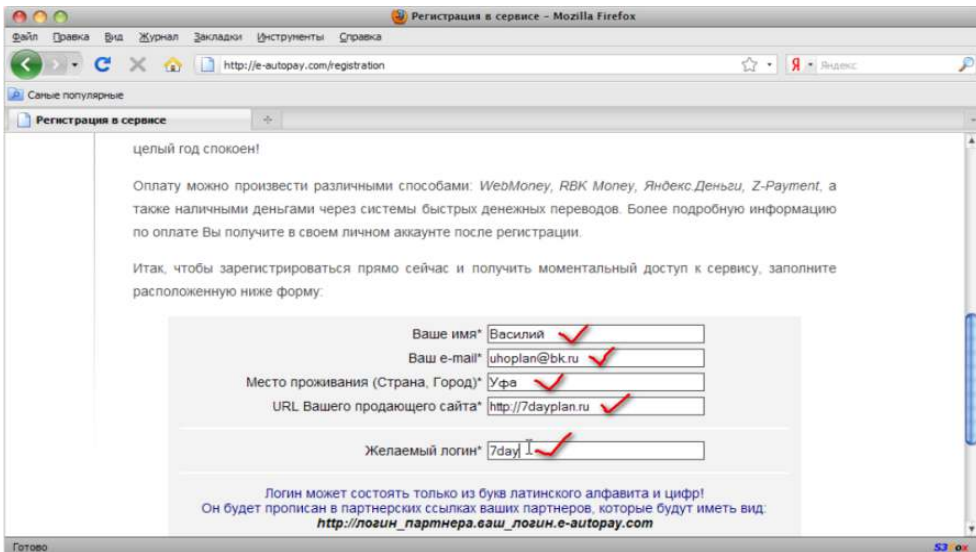


Рис. 209

И нажимаем зарегистрироваться.

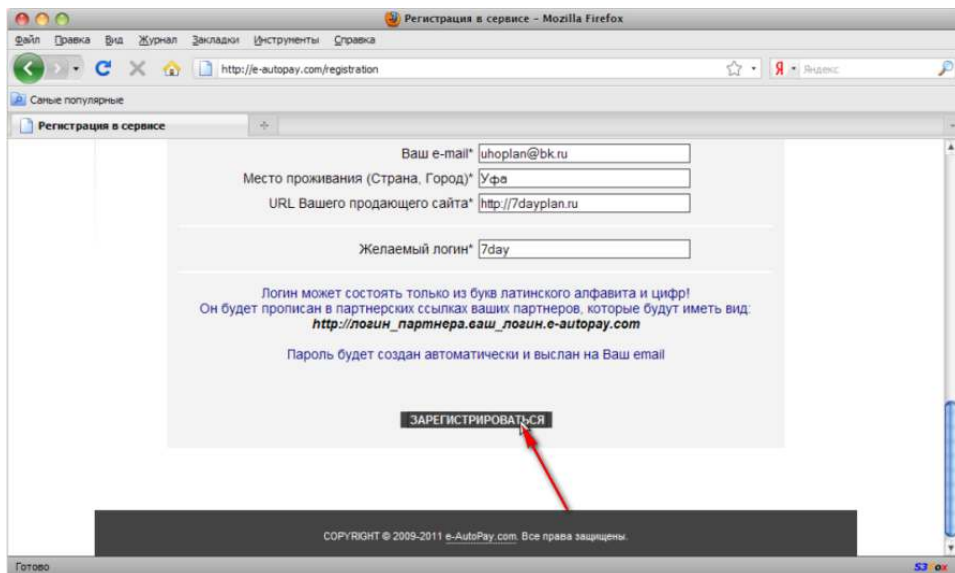


Рис. 210

Проверяем и подтверждаем:

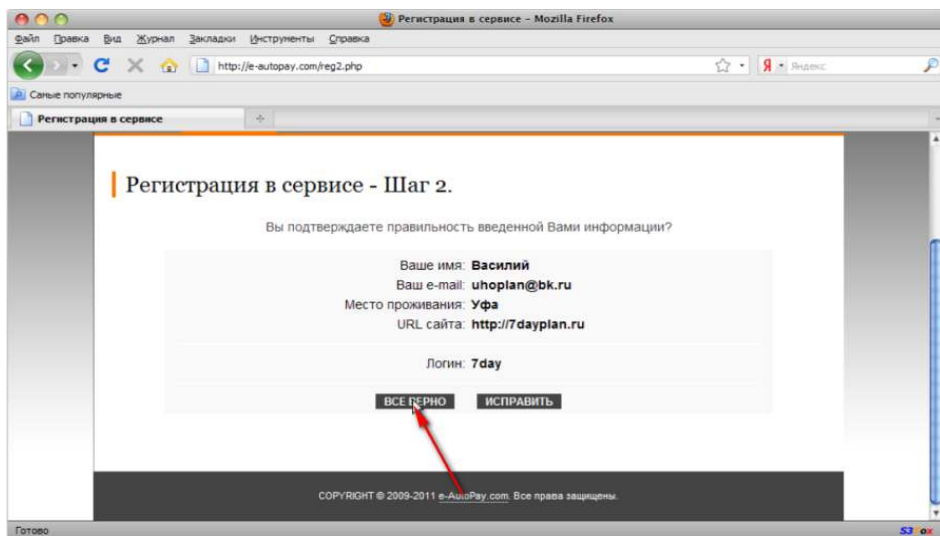


Рис. 211

Регистрация успешно завершена, после этого вам на электронную почту должно будет прийти письмо.

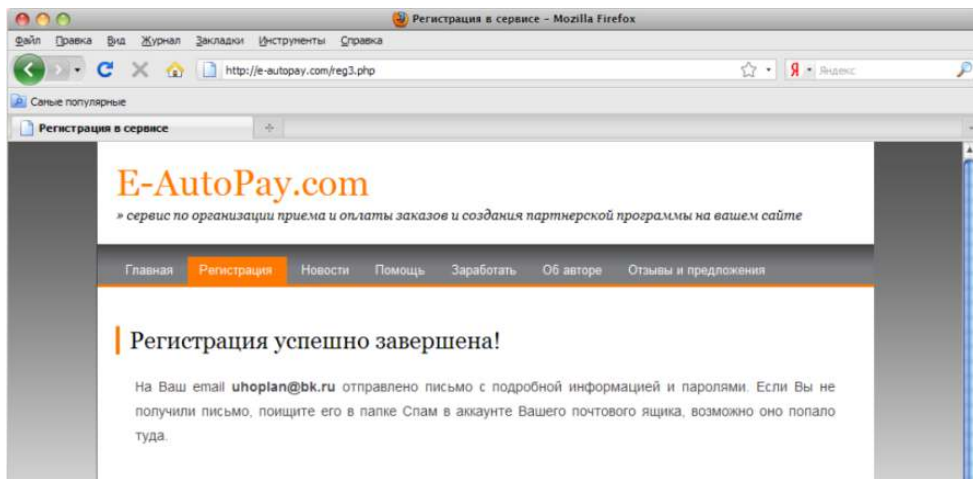


Рис. 212

Вот оно письмо, где записаны данные для входа в аккаунт биллинга, то есть в ваш раздел для настройки приема платежей. Нажимаем на ссылку для входа:

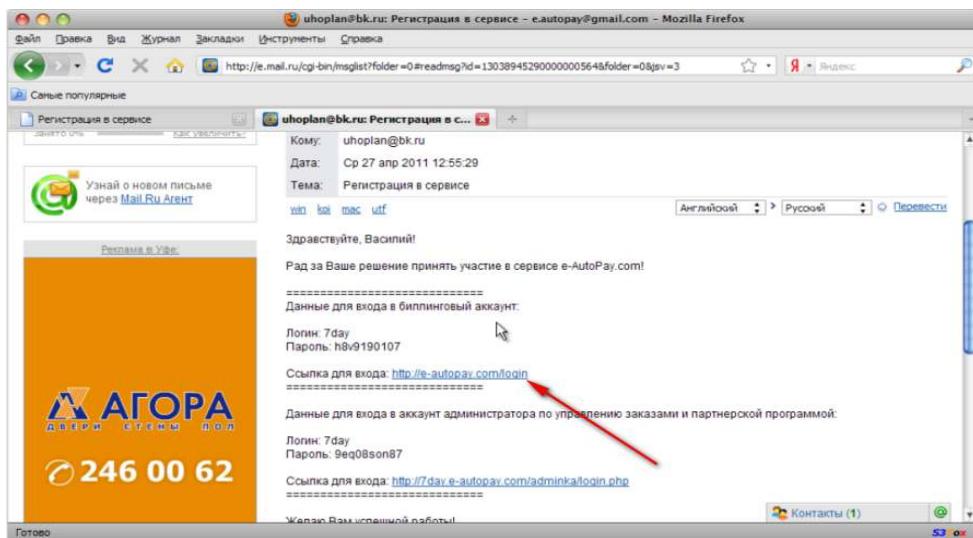


Рис. 213

Открылось новое окно.

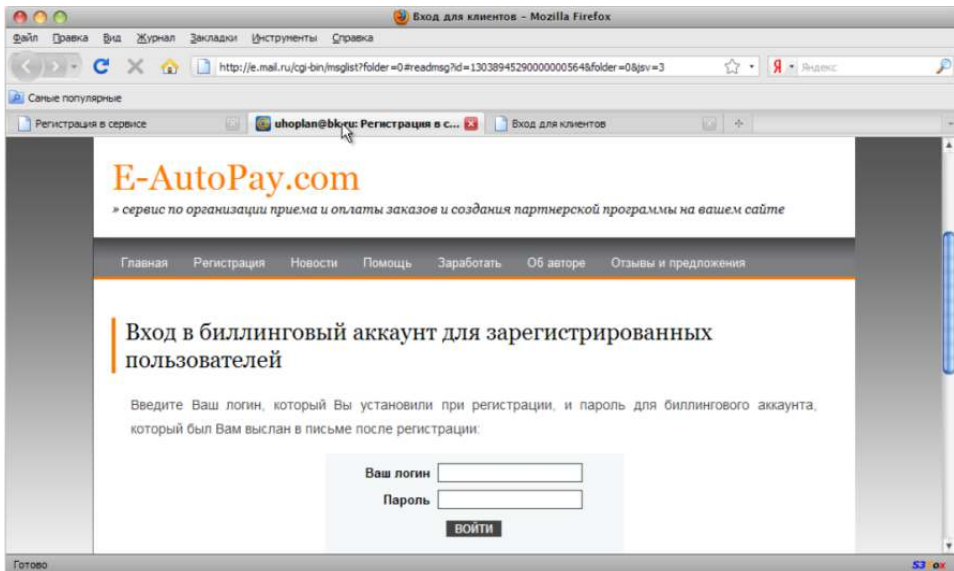


Рис. 214

Копируем логин и пароль из письма.

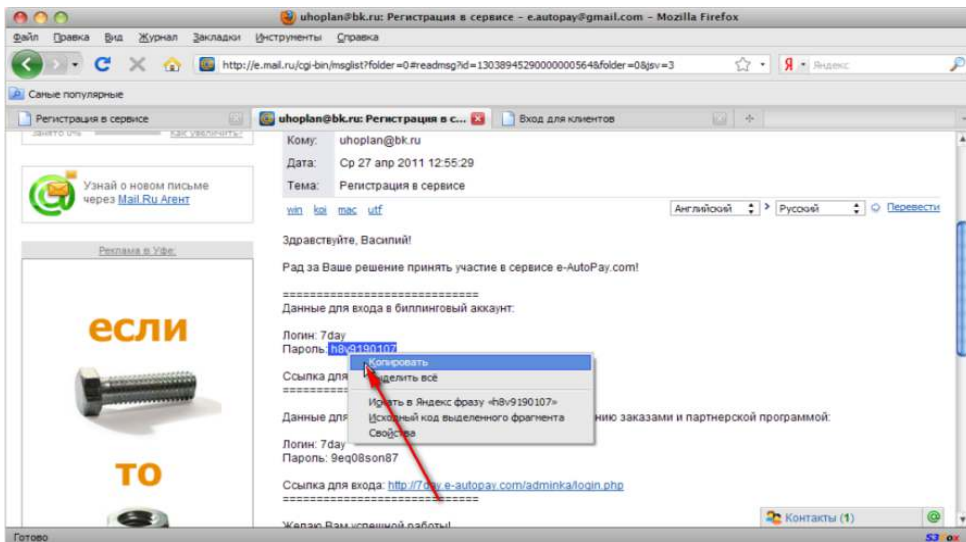


Рис. 215

И вставляем.

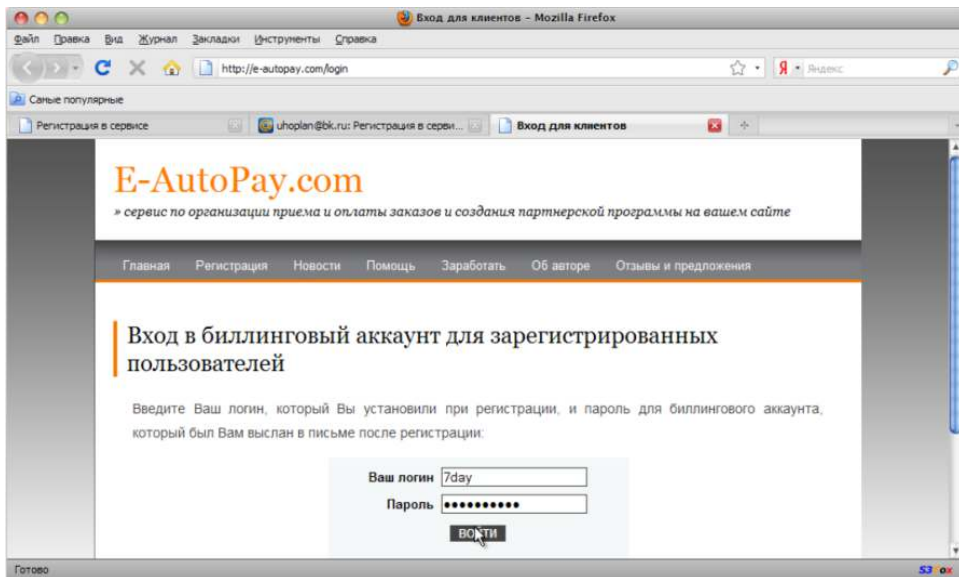


Рис. 216

Вошли в сервис. Теперь вам нужно оплатить услуги сервиса.

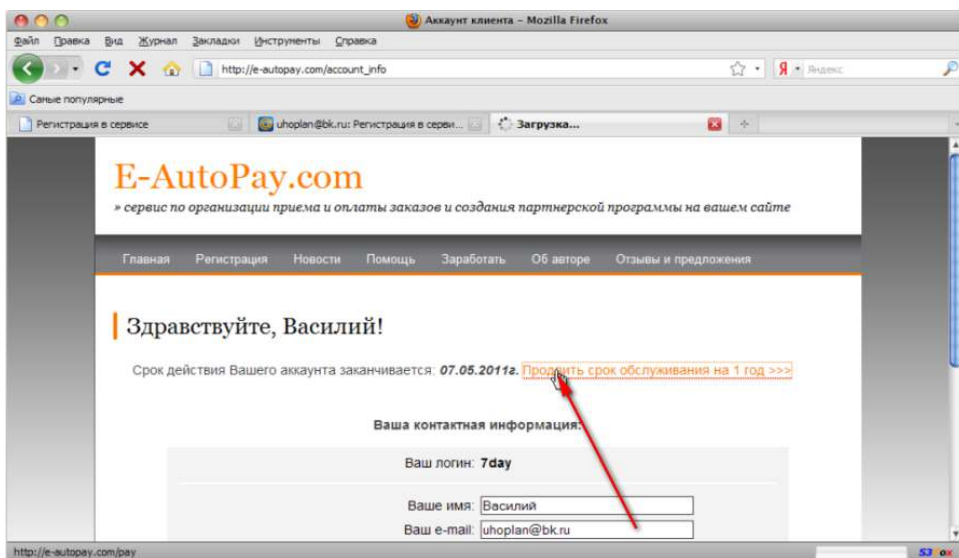


Рис. 217

Выбираем удобный способ оплаты, я оплачивал через RBK Money.

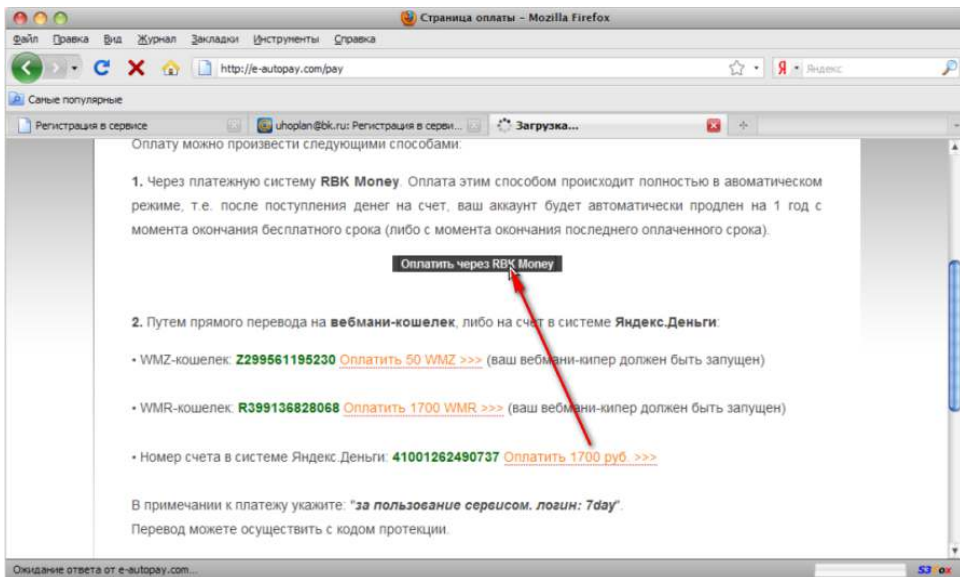


Рис. 218

Произвожу оплату, и нажимаю кнопку «вернуться в магазин».

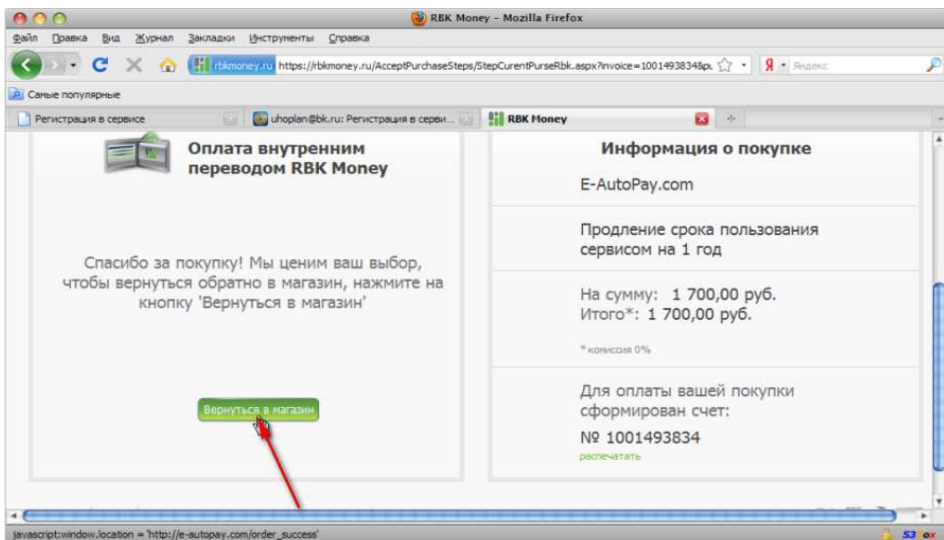


Рис. 219

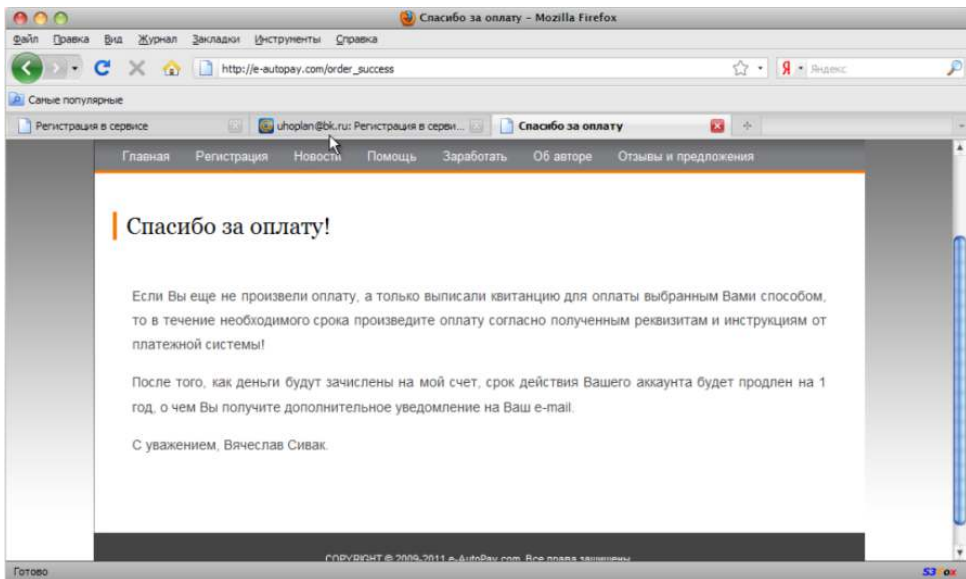


Рис. 220

Сейчас проверяем входящие письма электронной почты, нам должно прийти письмо с подтверждением оплаты.

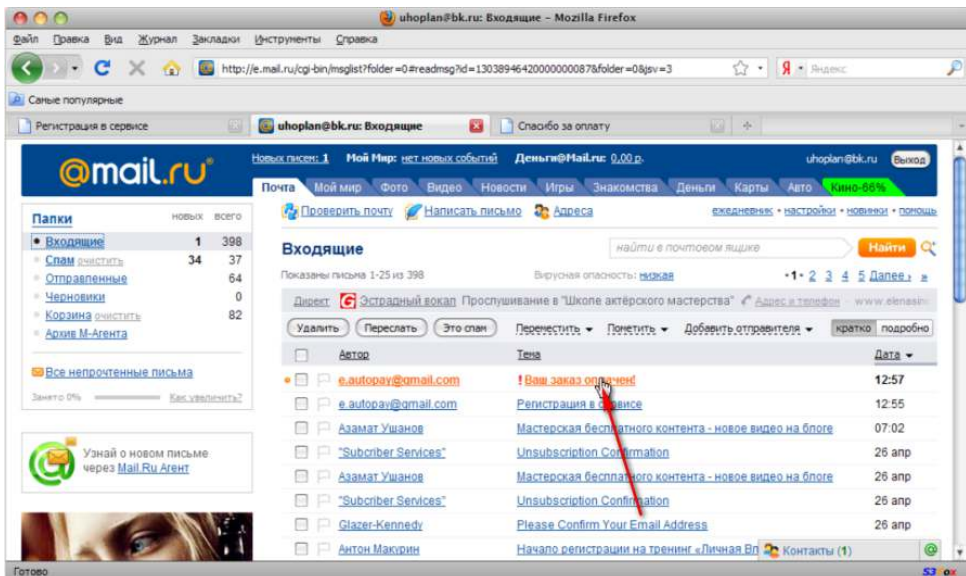


Рис. 221

Читаем письмо:

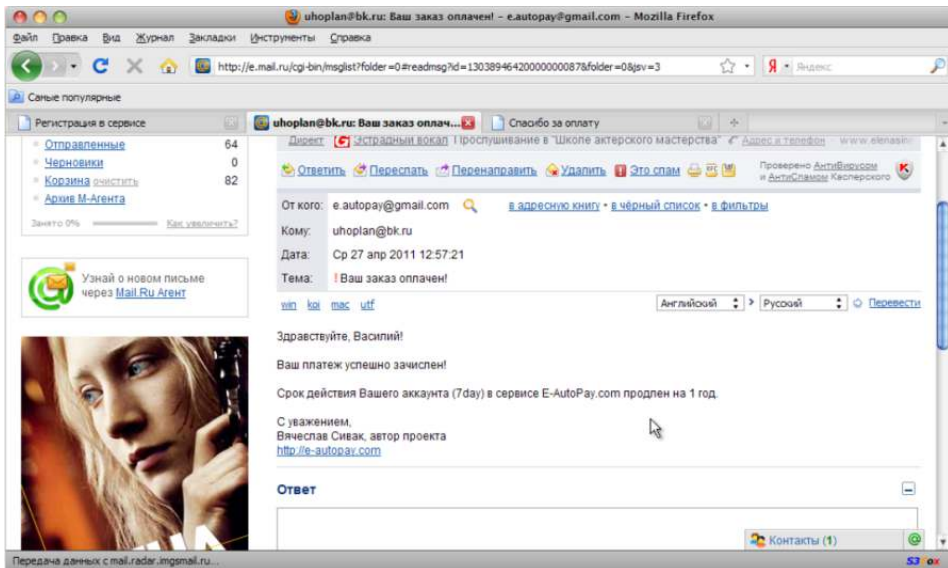


Рис. 222

Все, оплачено. Мы зарегистрировались на сервисе **e-autopay.com**. Теперь ваша задача сохранить все данные

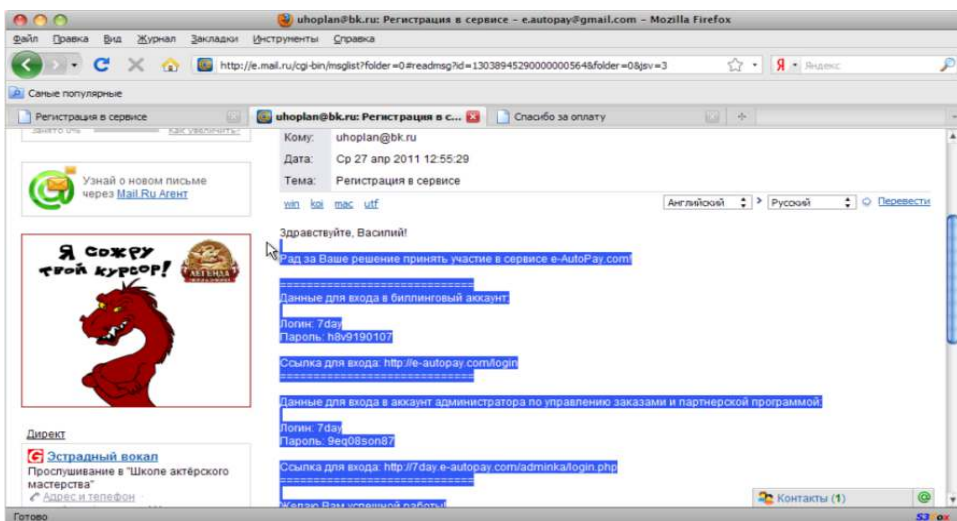


Рис. 223

в специальный текстовый файл

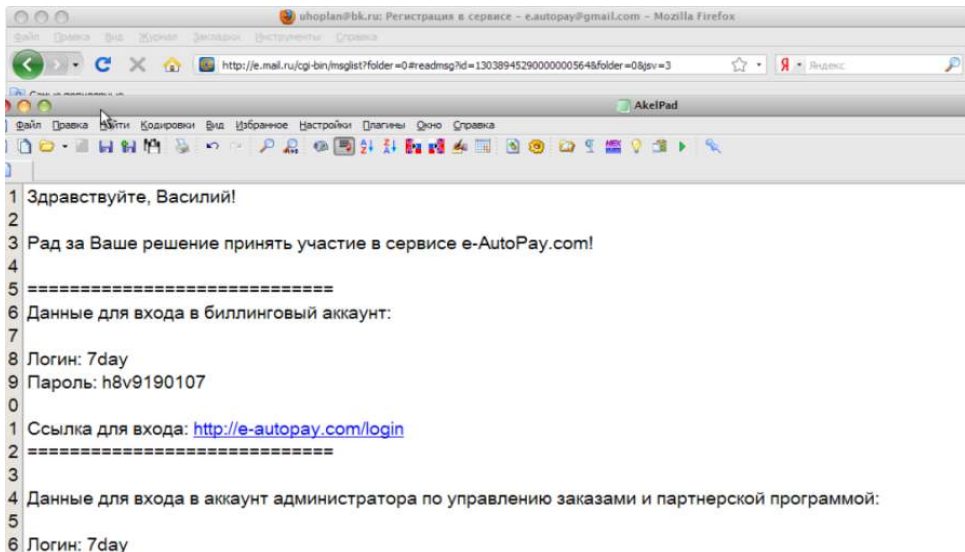


Рис. 224

и сохранить где-нибудь у себя в удобном и надежном месте.

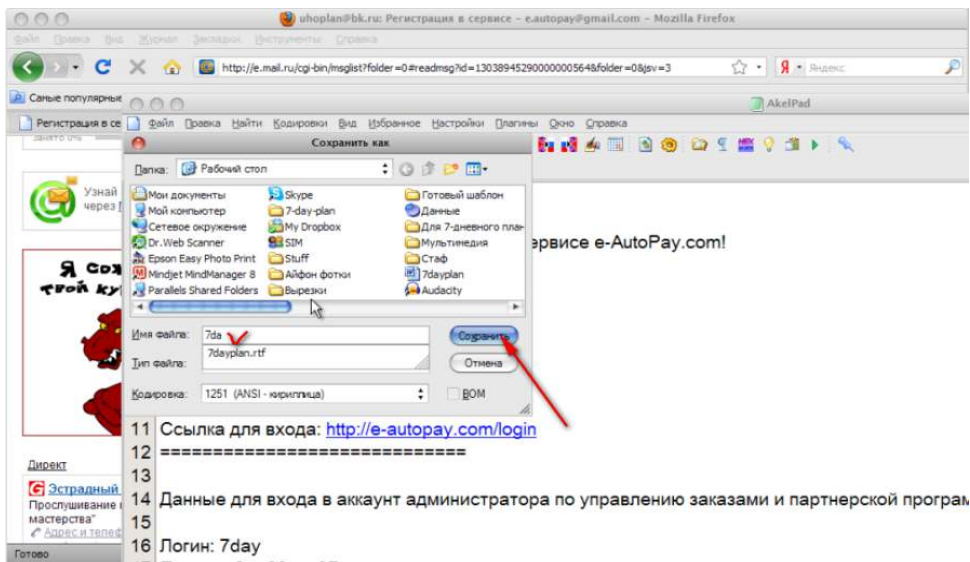


Рис. 225

Далее. Вот у нас ссылка на вход в админку, то есть непосредственно на страницу управления:

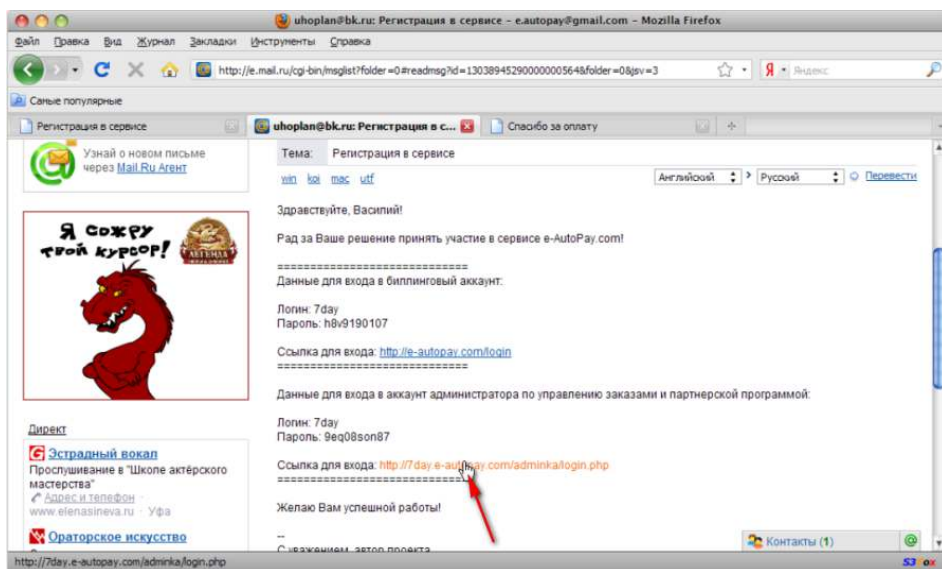


Рис. 226

Открылось новое окно.

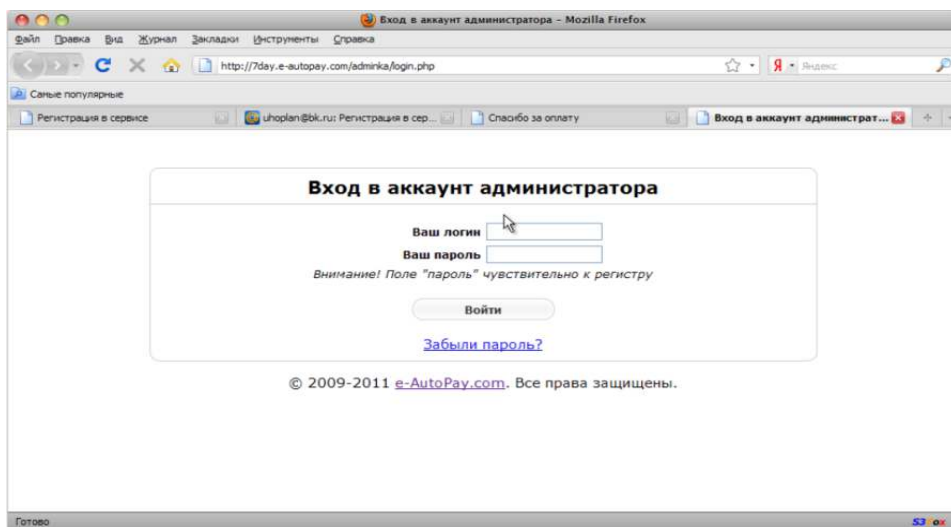


Рис. 227

Копируем логин и пароль:

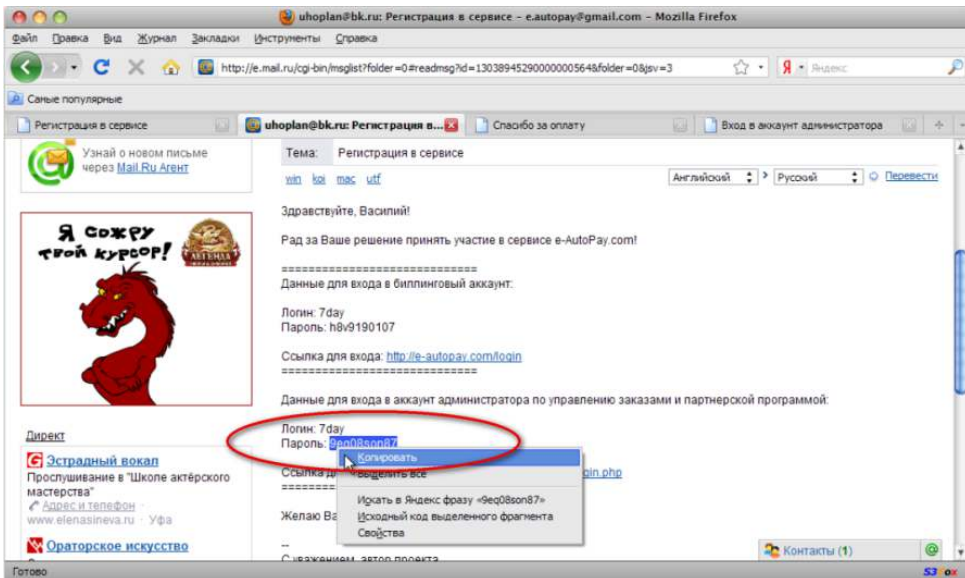


Рис. 228

Вставляем логин и пароль:

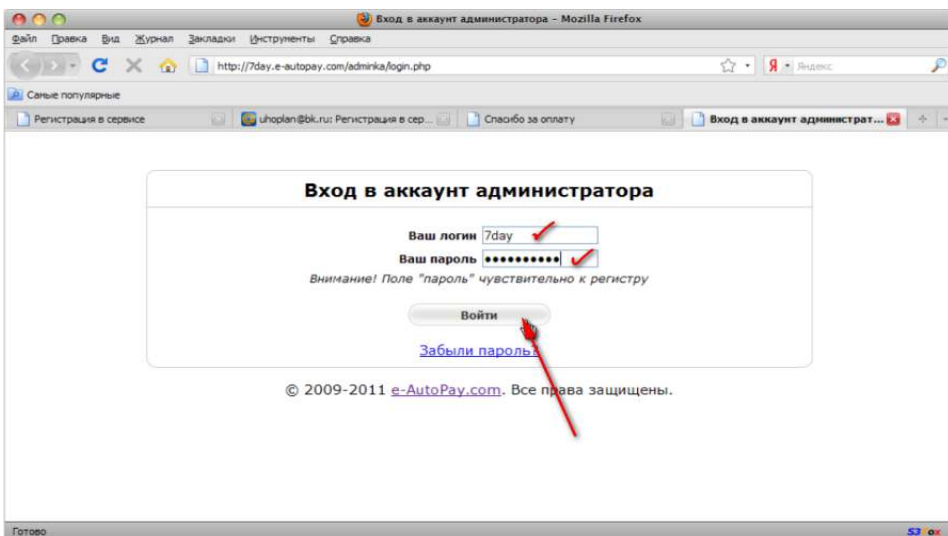


Рис. 229

Заходим. Далее, нас спрашивают секретный вопрос. Придумываем секретный вопрос и отвечаем на него.

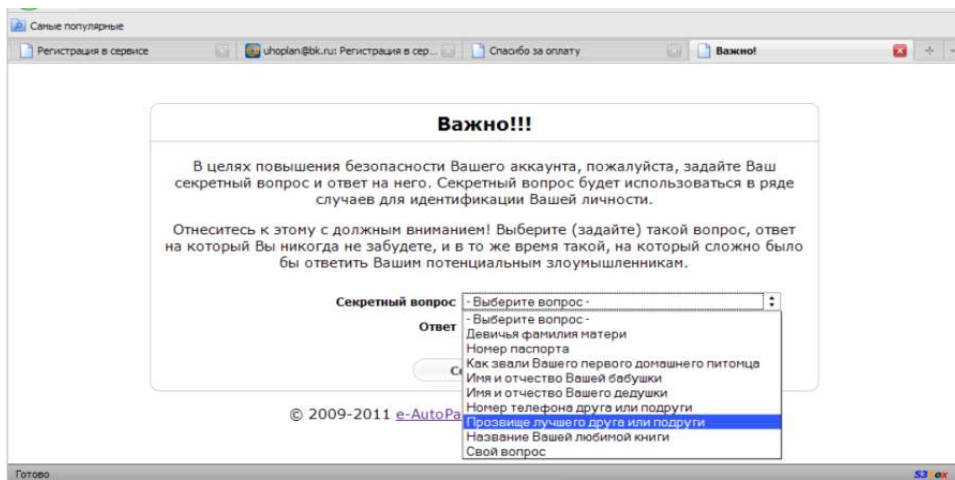


Рис. 230

Вошли в систему безопасности, система просит усложнить название, добавить в начало три любых символа, чтобы никто посторонний не догадался и не смог войти, добавим цифры 333 в адрес страницы.

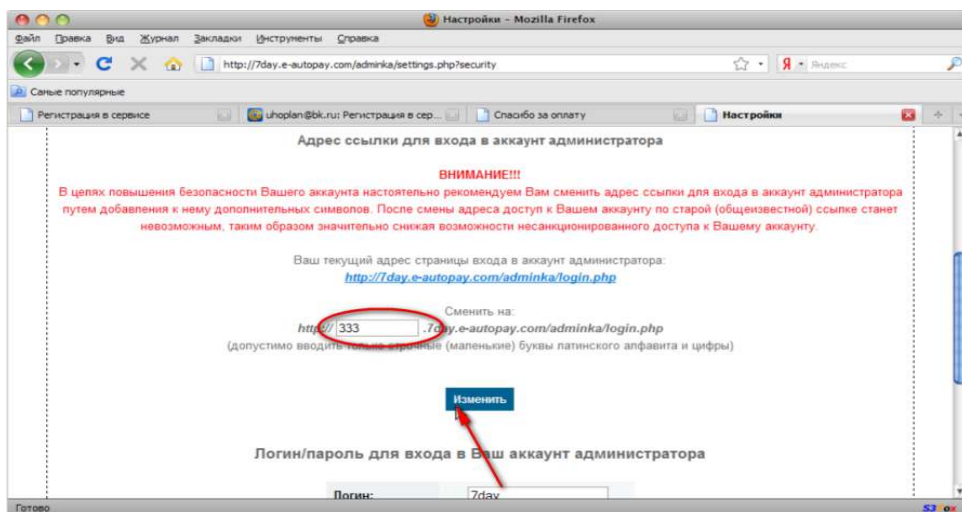


Рис. 231

Теперь у нас новый адрес страницы входа в аккаунт. Копируем ссылку.

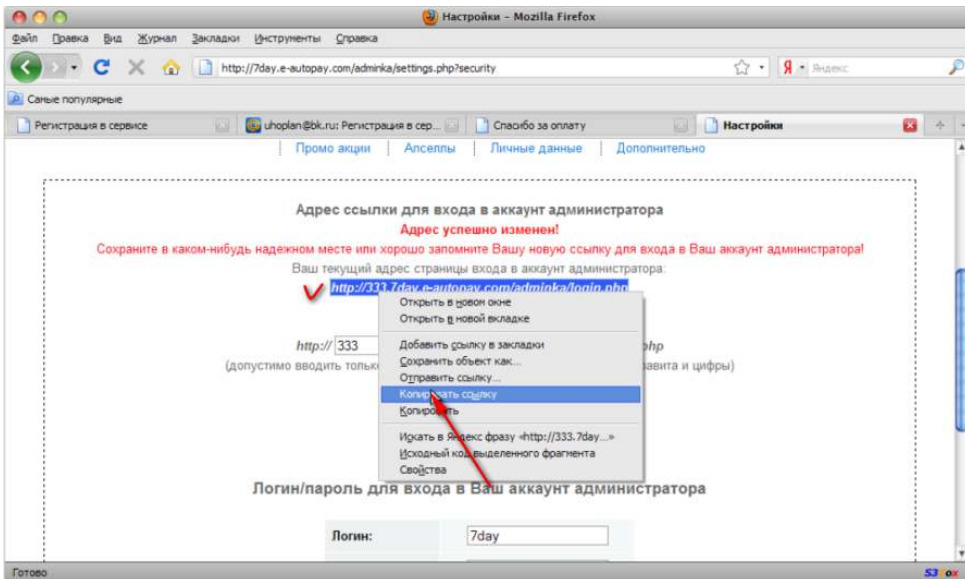


Рис. 232

И сохраняем в нашем текстовом документе.

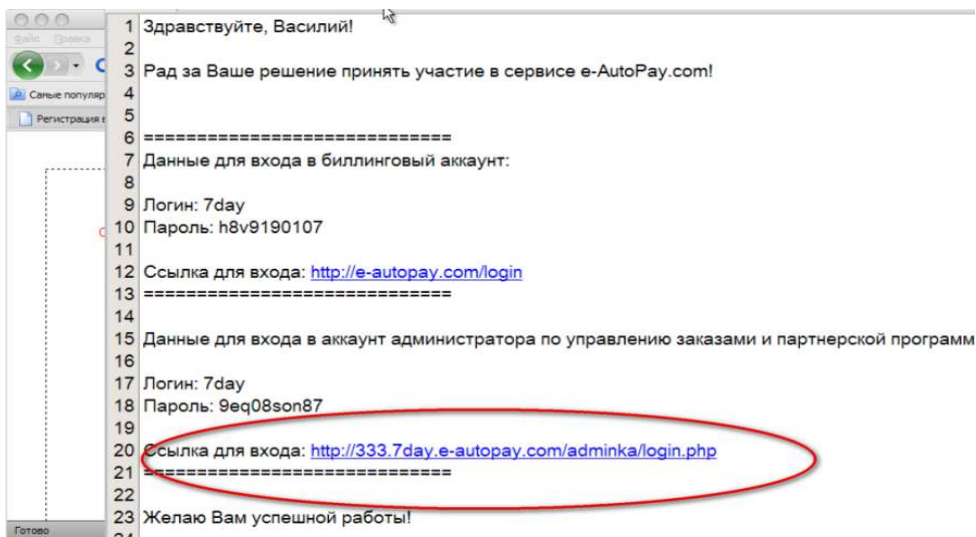


Рис. 233

Все. Мы зарегистрировались на сервисе e-autopay.com. Теперь нам нужно создать новый товар для продажи.

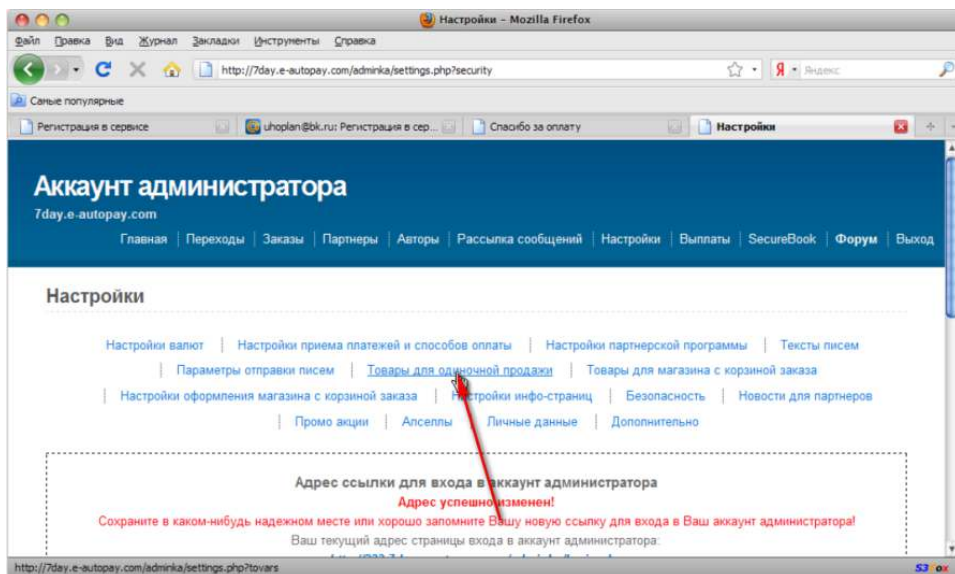


Рис. 234

Добавить товар.

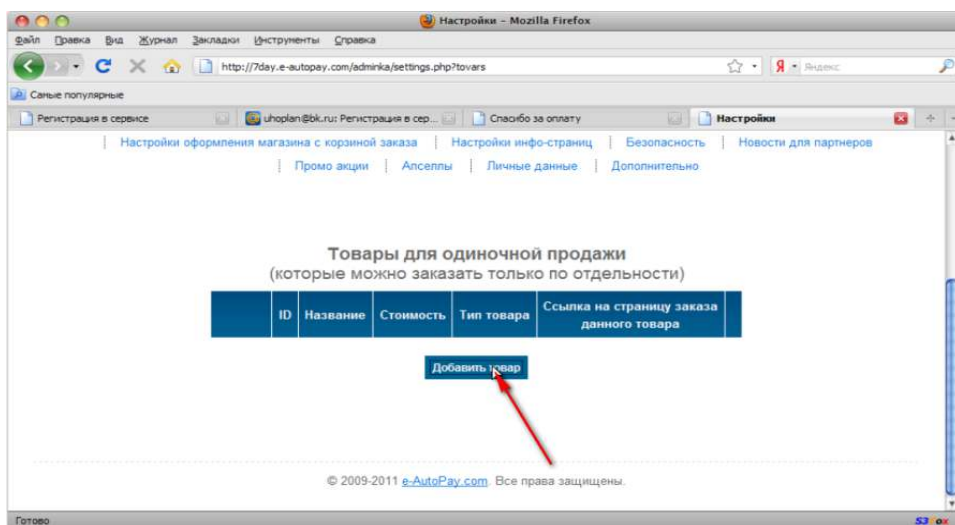


Рис. 235

Наша задача в этом курсе получить первый заказ. И чтобы вашему потенциальному клиенту было легче взять и заказать, давайте ему предложим один метод оплаты. Потом вы все настроите, а сейчас нам нужен самый простой вариант. Давай предложим нашему клиенту вариант оплаты наложенным платежом.

Пишем название товара:

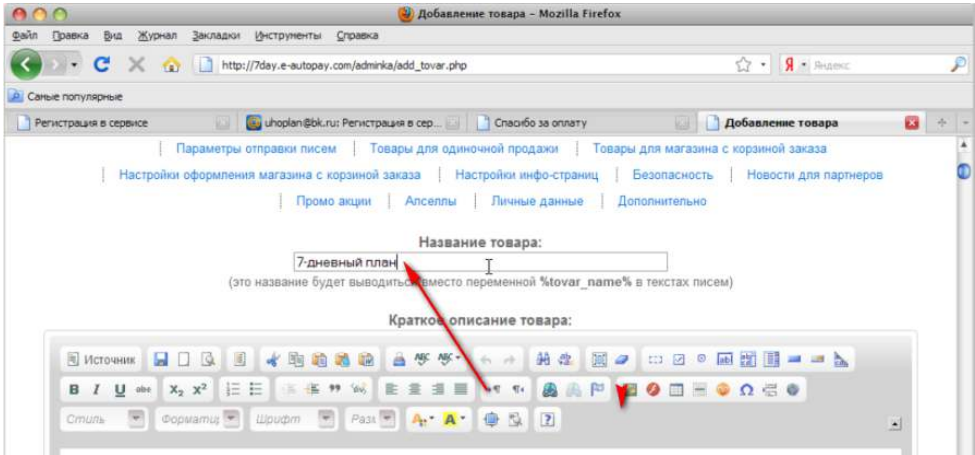


Рис. 236

Вписываем URL, то есть интернет-адрес страницы и ФИО автора товара:

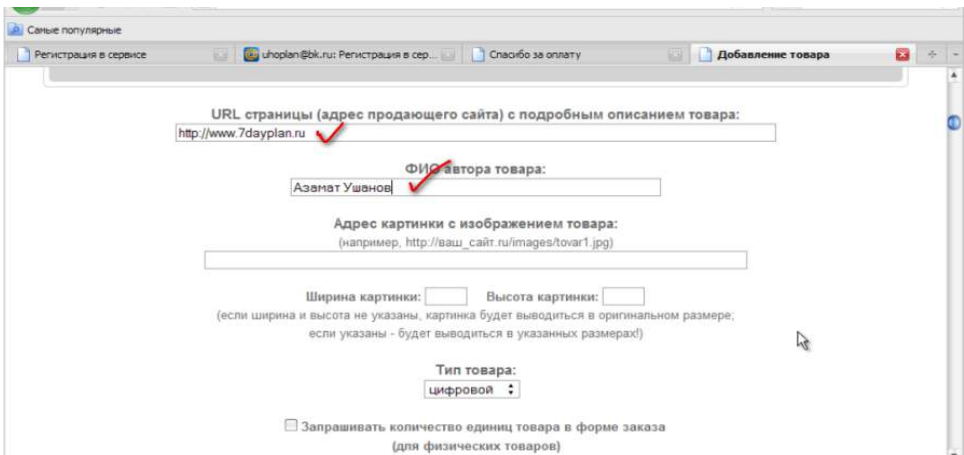


Рис. 237

Картинки у нас пока не будет. Тип товара – физический, то есть диск с информационным продуктом.

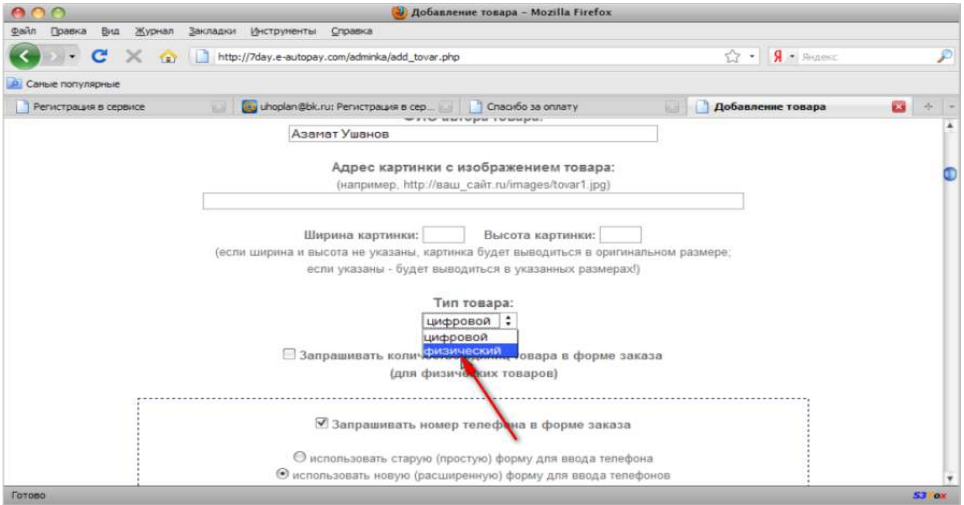


Рис. 238

Запрашивать количество единиц товара не будем. Запрашивать номер телефона – ОК, будем.

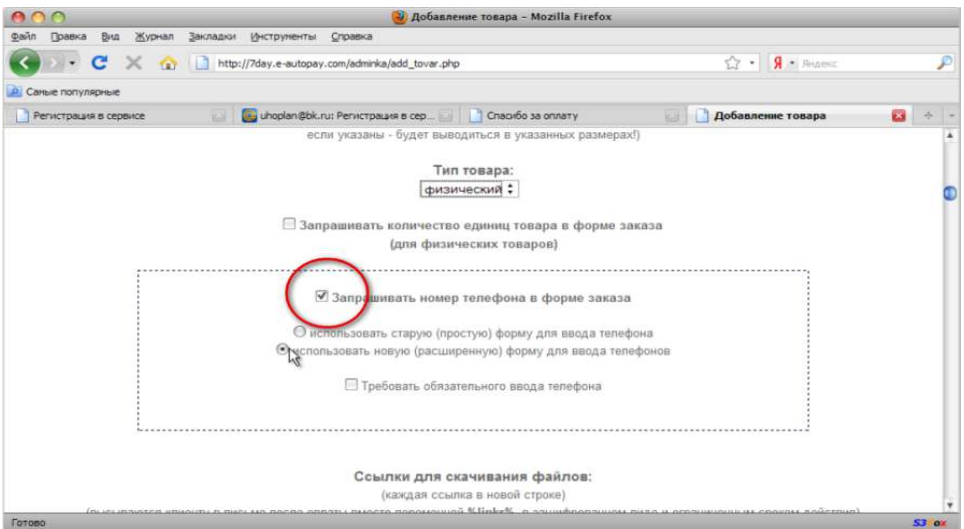


Рис. 239

Проставляем стоимость:

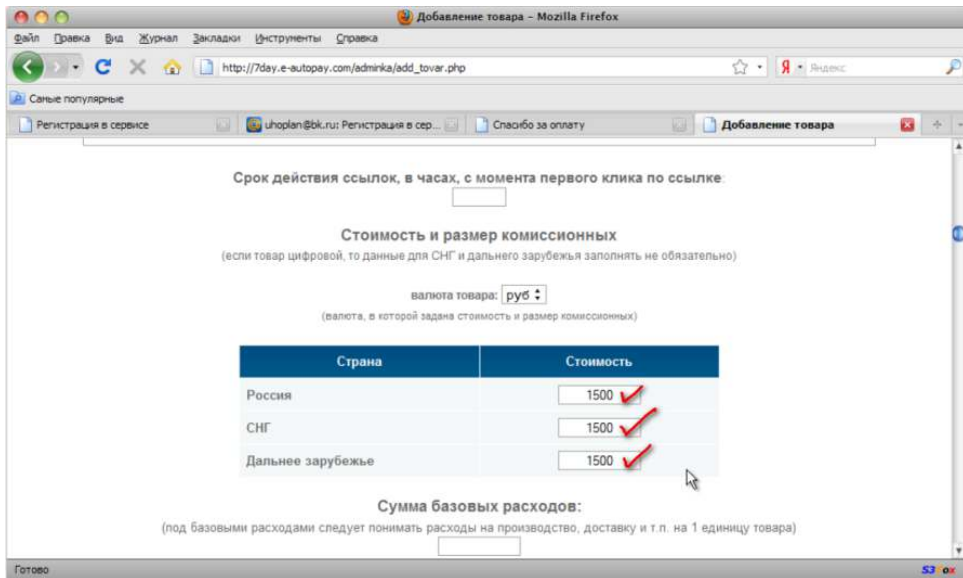


Рис. 240

Сумму базовых расходов - возьмем, например, 400

Размер комиссионных в заданной валюте...пока не будем этим заморачиваться.

URL страницы, открываемой после успешной оплаты заказа...

Я для вас сделал одну страничку, скачаете ее со спец-раздела моего сайта.

Вот так она выглядит. Начало:

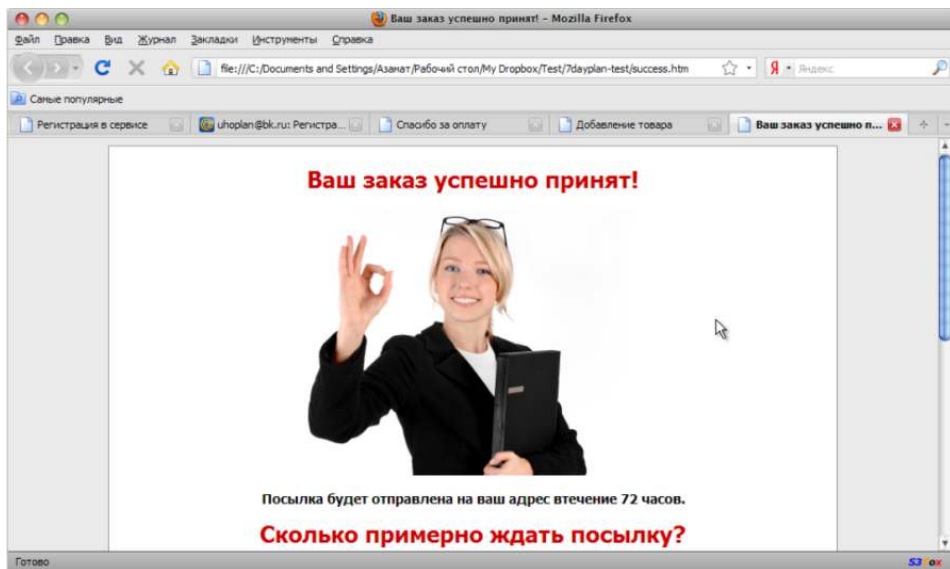


Рис. 241

И конец:

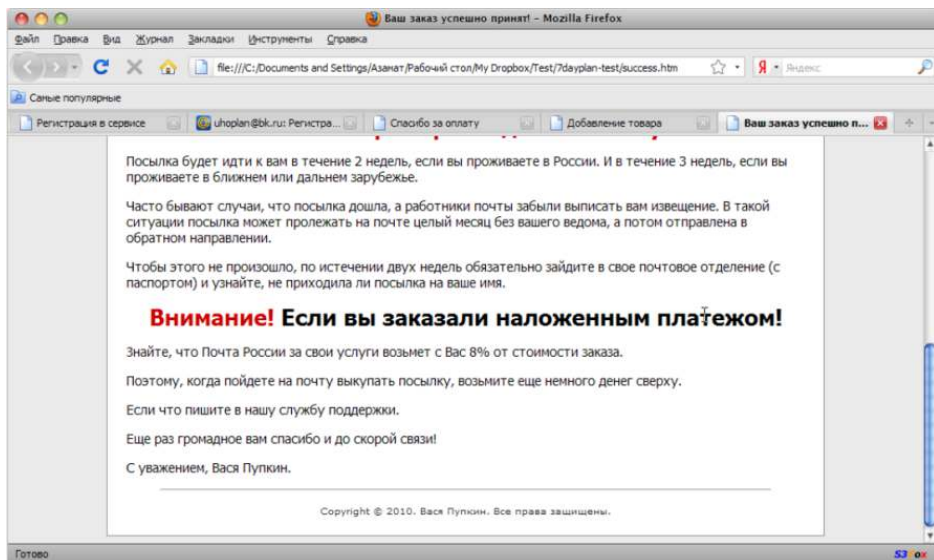


Рис. 242

Закачаем эту страницу на наш сайт, включая все зависимые файлы

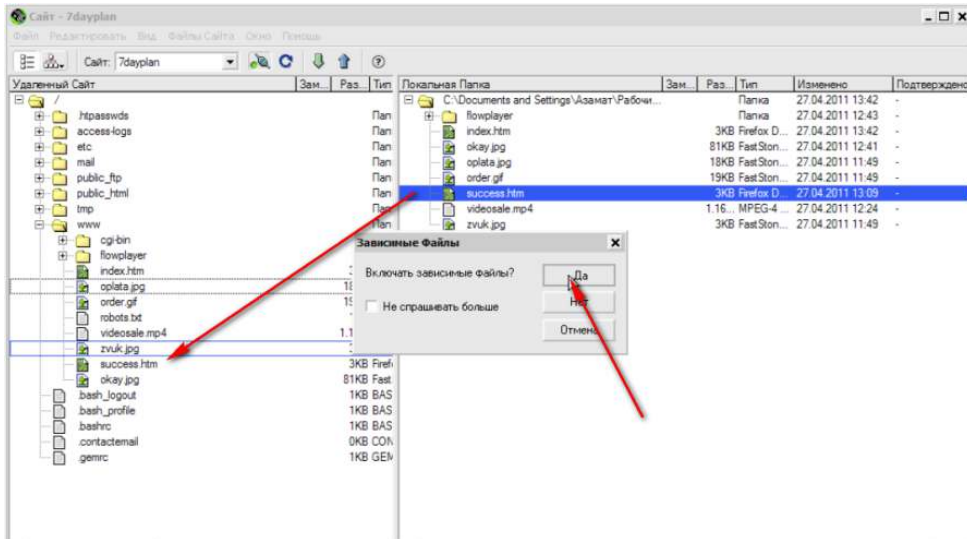


Рис. 243

Вот теперь у нашего основной сайта есть еще и страница успешного заказа: <http://7dayplan.ru/success.htm> Вот её адрес и копируем...

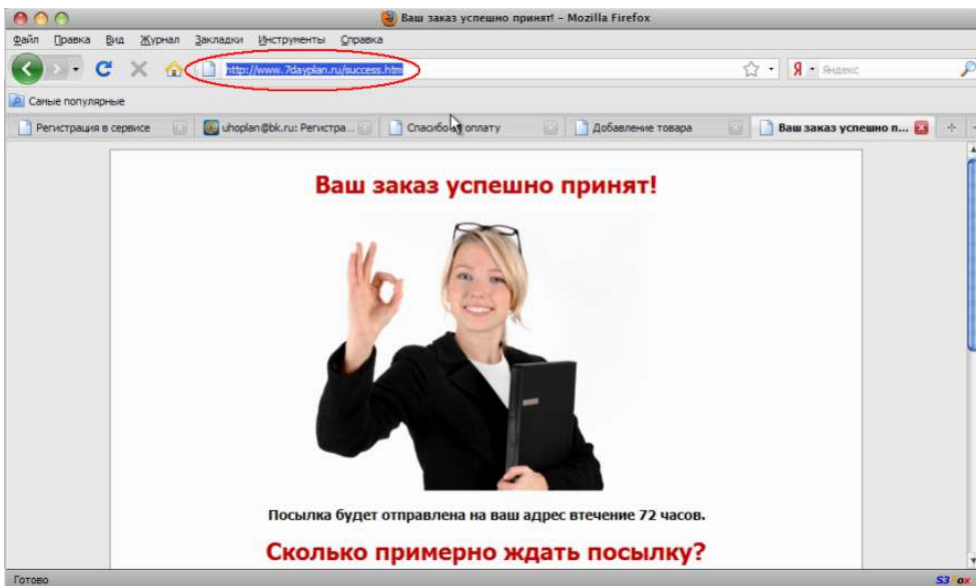


Рис. 244

...и вставляем в формы «URL страницы, открываемой после успешной оплаты заказа»

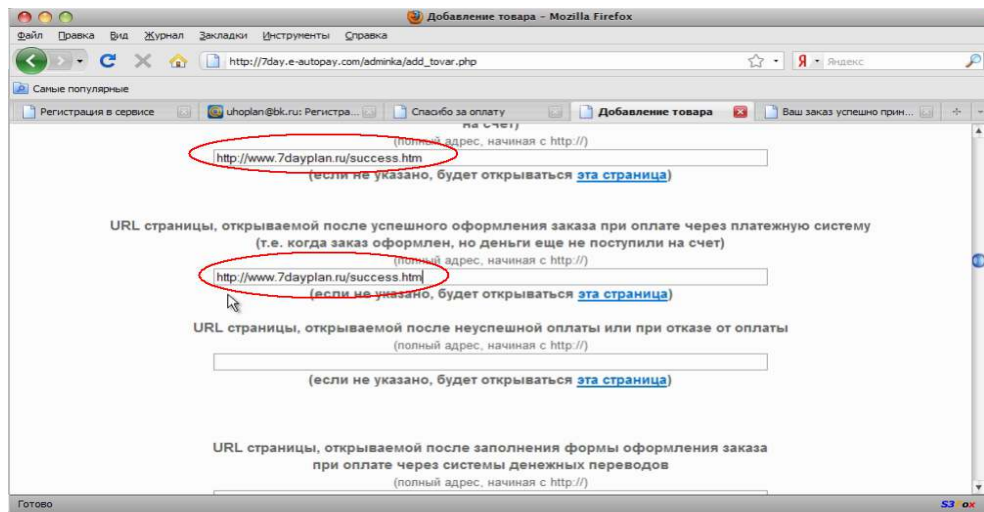


Рис. 245

Здесь вам придётся самим отредактировать письмо, то есть напишете текст наподобие такого: «Спасибо за покупку, Ваш заказ придёт в течение ... дней.

В случае, если мой курс вам не поможет, то я обязательно верну вам деньги», и так далее.

Чтобы отредактировать это письмо у вас уйдёт буквально минут 20.

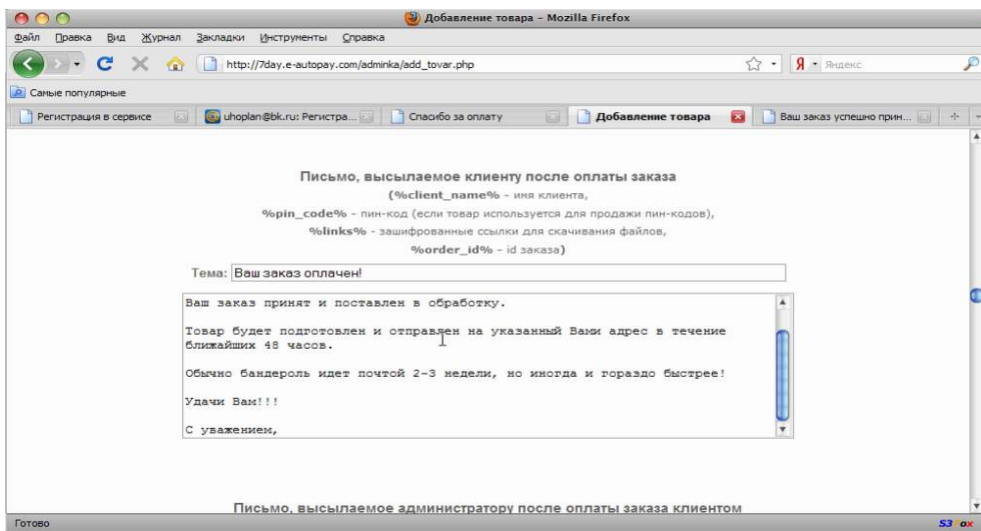


Рис. 246

Мы будем принимать оплату наложенным платежом. И сейчас нам нужно будет убрать галочку с пункта «Принимать заказ только после подтверждения по ссылке на высылаемый e-mail».

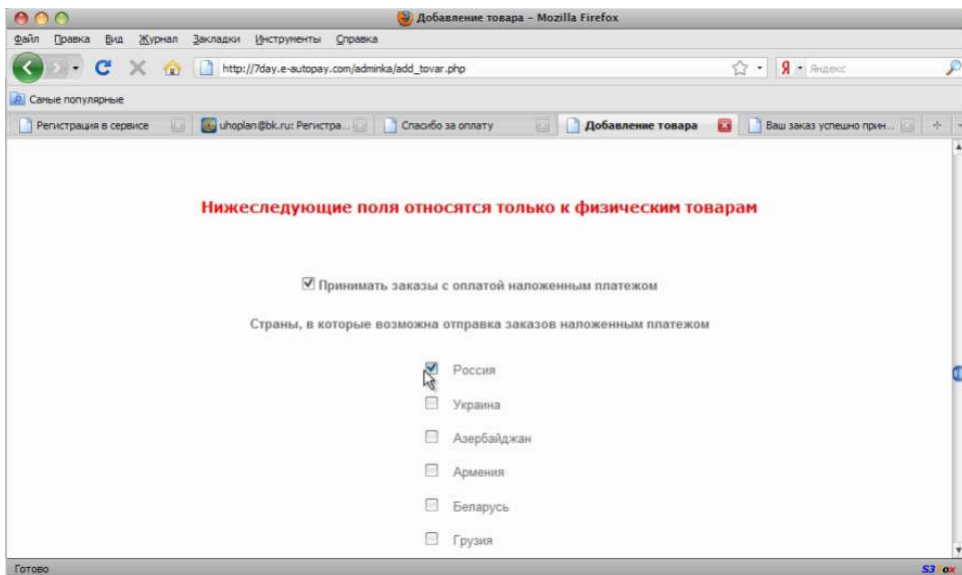


Рис. 247

URL страницы, с просьбой подтвердить заказ по ссылке, нам не нужен.

И еще, упоминайте всегда, что почта сверху возьмет небольшую сумму, поэтому покупателю нужно взять денег немного больше, когда он пойдет на почту выкупать посылку с товаром.

Если вам что-то не понятно, на сайте e-autopay.com есть раздел «Помощь», там можно скачать руководство в формате PDF, есть видео уроки, где всё описано. Всё это можно настроить буквально за час.

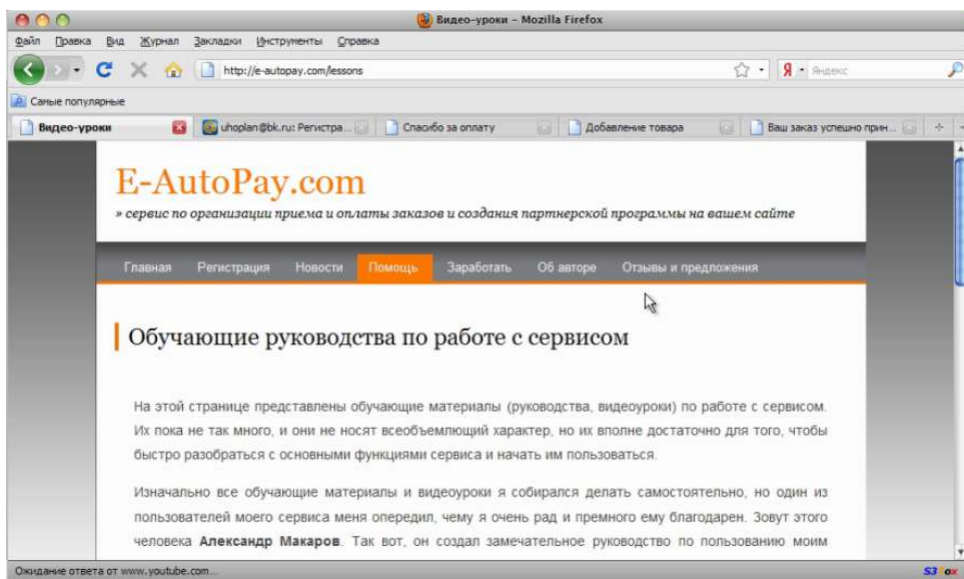


Рис. 248

И в конце, когда всё готово, нажимаем «Добавить», и соответственно у нас появляется 1 продукт.

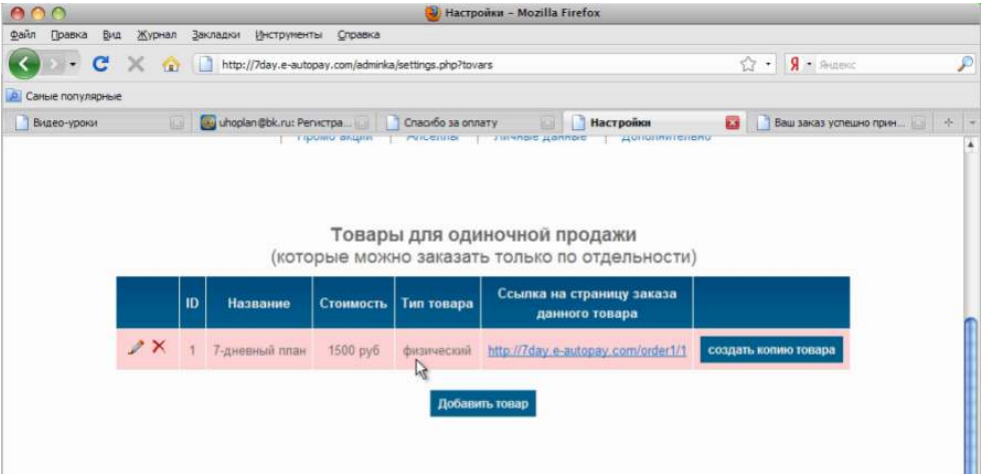


Рис. 249

Мы копируем из этой таблички «ссылку на страницу заказа данного товара», переходим в программу Dreamweaver, встаем на нашу кнопку «Заказать», после этого у вас должна появиться строка: «ссылка». Вот сюда и вписываем полученную ссылку.

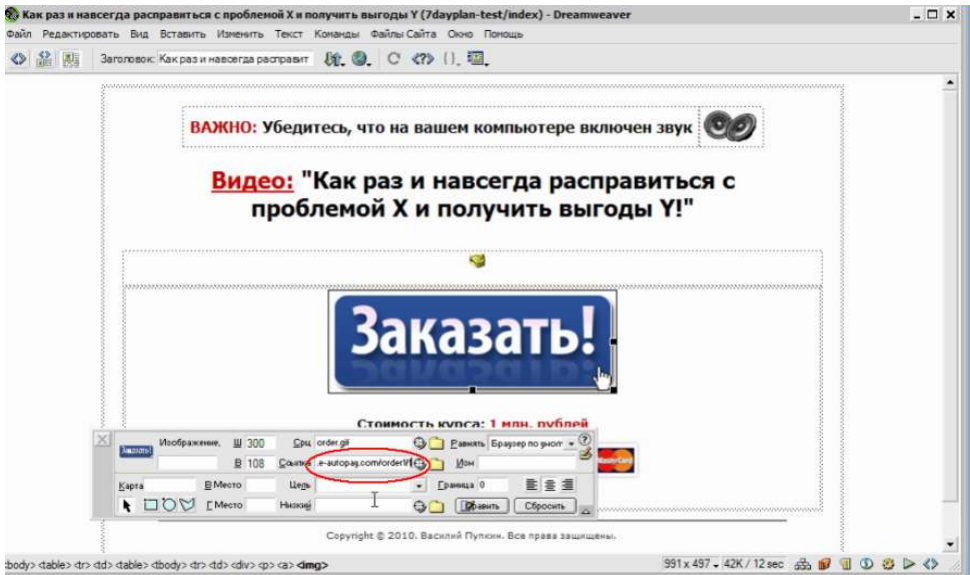


Рис. 250

Всё, готово! Осталось только сохранить и скопировать обновлённый файл на хостинг.

Уже сейчас, если на ваш сайт зайдет потенциальный клиент, посмотрит ваше продающее видео и нажмет «Заказать», вам придет уведомление от e-autoray.com о том, что у вас есть первый заказ.

Он пока не оплачен, потому что «наложенным платежом», но он уже есть. Отправляете свой курс почтой по реальным реквизитам реального клиента, этот человек оплачивает на почте при получении вашего продукта, и через 1-2 недели вы получаете реальный почтовый перевод.

На этом наш урок заканчивается!

А в следующем уроке мы рассмотрим, как продвигать ваш продукт!

День 7

Запускаем целевой график на ваш мини-сайт

Ещё раз приветствую вас, уважаемый коллега. Сегодня у нас с вами последний день нашего курса и сегодня у нас задача – получить первый заказ.

У вас уже все для этого готово. Есть продукт, есть сайт, на котором этот продукт продается, а сегодня мы будем создавать поток покупателей.

Для этого используем контекстную рекламу в Яндексе и в Google. Почему?

- Потому что контекстную рекламу можно запустить очень быстро, и сразу же получать клиентов.

- Потому что в контекстной рекламе платите не за тех людей, кому была показана ваша реклама, а только за заинтересованных, за тех кто увидел вашу рекламу и перешел на ваш сайт, то есть за тех людей, которые действительно могут купить ваш продукт.

- Потому что контекстная реклама дает на 100% управляемый и предсказуемый трафик, и в ней можно очень быстро проверить работоспособность конкретной рекламы, и быстро ее усовершенствовать.

Что такое контекстная реклама? Это платное размещение ваших рекламных текстовых объявлений на страницах с результатами поиска в Яндексе и в Google. То есть если человек будет искать, например, «как избавиться от страха выступления на публике», в результатах поиска ему будет показано мое рекламное сообщение, например «избавьтесь от страха публичных выступлений», и ссылка для перехода на мой сайт «Бесстрашная публичная речь».

Следующую часть курса для вас проведёт мой коллега Илья Цымбалист.

Он пошагово расскажет, что и как делалось при запуске моей контекстной рекламы. Ваша задача – смотреть и повторять. Действуйте!

Запускаем контекстную рекламу в Yandex Direct

Рекламная кампания на Яндекс Директ для курса Азамата Ушанова “БЕССТРАШНАЯ ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ”

Рис. 251

Начнем непосредственно с продающего сайта. Адрес: govori-bez-straha.ru.

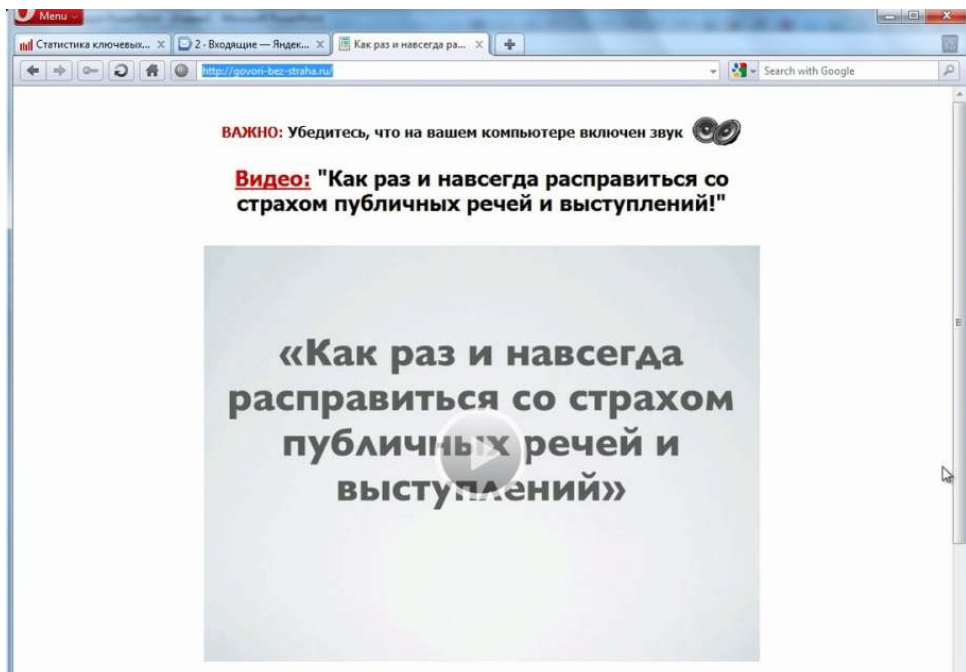


Рис. 252

Первое, что я сделал, зайдя на сайт - это внимательно его изучил. Мне в голову сразу же пришли две ключевые фразы: «публичное выступление» и «публичная речь», потом я додумался до ключевого слова: «оратор». Просто оно подходило под тему. Мне нужно было подобрать фразы, которые скорее всего будут использовать люди, которые хотят в интернете научиться хорошо выступать на публике. И я стал выписывать подходящие ключевые слова и анализировать – какое количество поисковых запросов есть по этим словам, для этого использовал сайт wordstat.yandex.ru.

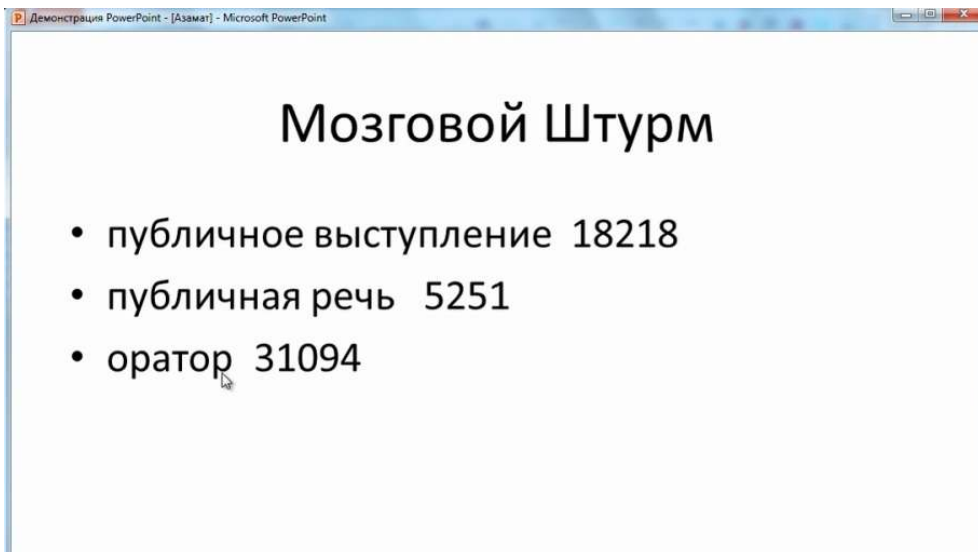


Рис. 253

Я ввел фразу «публичные выступления» и я увидел вот что:

The screenshot shows the Yandex Wordstat interface. The search query is 'публичное выступление'. The results are divided into two columns, each with a table of related terms and their monthly search volume.

Left Column:

Слова	Показов в месяц
публичное выступление	23042
публичное выступление +на тему	6061
публичное выступление взрослые +и +тмы	1283
публичное выступление примеры	899
реферат публичное выступление	682
публичное выступление сочинение	584
текст публичного выступления	564
страх публичных выступлений	551
правила публичного выступления	542
публичное выступление +на тему природа	510
публичное выступление берегите природу	506
речь публичного выступления	486
язык публичного выступления	461
сочинение +на тему публичное выступление	444
особенности публичного	427

Right Column:

Слова	Показов в месяц
деловая беседа	10106
деловые переговоры	13196
деловые совещания	4569
коммуникативные качества речи	2328
литературный язык	30123
невербальные средства общения	9492
речевой этикет	15583
этикет делового общения	3760
этикет общения	9493
деловое общение	86038
этика делового общения	10713
деловой этикет	27536
лидерство +в менеджменте	3719
влияния	953147
лидерство	100542
деловая переписка	11221
сокращение	7184

Рис. 254

То есть на первом этапе идет составление списка ключевых слов, причем это ключевые фразы, как правило, состоящие из двух слов. Если использовать простые, широко распространенные одиночные слова, то их запрашивают в интернете очень часто, они называются высокочастотными, и если начать рекламироваться по ним, то стоимость рекламы будет высокая, рекламный бюджет израсходуется в мгновение ока, а большинство людей, которым будет показана наша реклама, окажутся совсем не заинтересованными в нашем продукте. Есть еще среднечастотные и низкочастотные запросы. Нам нужно найти такие запросы, которые будут составлять люди, которые хотят легко и непринужденно выступать перед публикой. Таких людей обычно немного, и чтобы их отыскать, нам нужны более точные, средние и низкочастотные запросы.

И обратите внимание, что в правой колонке есть столбец со словами «что еще искали люди», на сленге этот столбец называется Эхо.

Статистика посещений | Яндекс.Интересы | Помощь

статистика ключевых слов

по словам | по регионам | на карте | по месяцам | по неделям

Ключевые слова и словосочетания

Регионы
Уточнить регион...

Россия

Что искали со словами «**публичное выступление**» — 23042 показа в месяц

Слова	Показы в месяц
публичное выступление	23042
публичные выступления +на тему	6061
публичное выступление взрослые +и +мы	1283
публичное выступление примеры	899
реферат публичное выступление	682
публичное выступление соизинение	584
текст выступления +выступление	564
страх публичных выступлений	551
правила публичного выступления	542
публичные выступления +на тему природа	510
публичные выступления берегите природу	506
речь публичного выступления	486
язык публичного выступления	461
деловая речь +о том публичное выступление	444
особенности публичного	427

Оновлено: 05/05/2011

Что еще искали люди, искавшие «**публичное выступление**»:

Слова	Показы в месяц
деловая беседа	10106
деловые переговоры	13196
деловые совещания	4569
коммуникативные качества речи	2328
литературный язык	30123
невербальные средства общения	9492
речевой этикет	15683
этикет делового общения	3360
этикет общения	9493
деловое общение	86038
этика делового общения	10713
деловой этикет	27536
лидерство +в менеджменте	3719
влияние	963147
лидерство	100542
деловая переписка	11221
сокращения	7184

Рис. 255

В эхе часто попадают ключевые фразы, которые тоже имеют прямое отношение к рекламируемому нами сайту и которые тоже можно с успехом использовать.

Следующий шаг, который я сделал, - я посмотрел эхо для этих трёх ключевых фраз.

«Публичные выступления» и «публичная речь» мне ничего не дали.

Теперь что касается «оратор». Само по себе это слово использовать нельзя, те кто будут искать «оратора», вряд ли интересуются избавлением от страха выступлений, но посмотрев его эхо, я взял 4 хороших ключевых фра-

зы, это: «ораторское мастерство», «ораторское искусство», «красноречие» и «искусство речи»:

великий оратор	1446	+с п королев	14126
великие ораторы	1446	перикл	10384
судебные ораторы	1213	+что +такое риторика	654
кляксура +для оратора	941	научное сочинение	2184
древние ораторы	893	любимчик	11093
древний оратор	893	отписк	18166
реферат оратор	722	обработка камня +в домашних условиях	240
известные ораторы	663	ораторское мастерство +и искусство речи	838
ораторы века	627	ораторское искусство	15004
современные ораторы	610	красноречие	13445
выступление оратора	607	ораторское мастерство	4604
лучшие ораторы	585	дворянский титул	2625
знаменитые ораторы	531	доктор лектор	1008
ораторы греции	518	ведные слова	268
леди оратор	498	ритор	2897
выдающиеся ораторы	444	аристотель	89287
ораторы россии	431	ксенофонт	5761
ораторы древней греции	424	платон	257112
русские ораторы	399	кантата	18685
римские ораторы	391	контат	28028
демосфен оратор	373	оратория	5056
гандалас оратор	369	монах	237289
харизматичный оратор	352	священник	109778
ораторы современности	347	таблица менделеева +в картинках	5807
ораторы 20 века	325	таблица менделеева версия +для печати	2192
образ оратора	317	таблица менделеева +с электронными формулами	103
риторика оратор	316	таблица менделеева	96323
цитатор +об ораторе	302		
скачать леди оратор	299		
советы оратору	299		

Рис. 256

Дополнительные фразы из ЭХА

- публичное выступление 18218 → (-)
- публичная речь 5251 → (-)
- ~~оратор 31094~~

(+ ораторское мастерство, + ораторское искусство, + красноречие + искусство речи)

Рис. 257

Наш список пополнился дополнительными ключевыми фразами, я взял их из колонки эхо. Теперь мы их также вобъём в поиск, и посмотрим - какие дополнительные фразы дадут нам они.

Демонстрация PowerPoint - [Азамат] - Microsoft PowerPoint

Получился список

- публичное выступление 18218
- публичная речь 5251
- ~~оратор 31094~~
- **ораторское мастерство 4604**
- **ораторское искусство 15004**
- **красноречие 13445**
- **искусство речи 4314**

Смотрим ЭХО

Рис. 258

То есть с любой фразой, с которой мы работаем, всегда проверяем - какие фразы мы можем взять из «эхо».

Например, когда я ввел «ораторское мастерство», то увидел еще две подходящие фразы: «техника речи» и «развитие речи».

Но фраза «развитие речи» не особо подходит потому, что относится больше к детям. Но мы с ней все равно поработаем – проанализируем ее эхо.

Слово «красноречие» дало нам слово «риторика». «Риторика»- это не очень целевое слово, не так много людей, которые пишут «риторика», хотя получить информацию о том как избавиться от страха выступлений на публике. Но мы все равно с этой фразой будем работать и возьмем из эха этой фразы те ключевые слова, которые будут для нас целевыми.

Из слов «искусство речи» добыть дополнительные ключевые слова не получилось.

Новые фразы из ЭХА

- ораторское мастерство 4604
 (+ техника речи, + развитие речи)
- ораторское искусство 15004 → (-)
- красноречие 13445
 (+ риторика)
- искусство речи 4314 → (-)

Рис. 259

Дополненный список

- публичное выступление 18218
 - публичная речь 5251
 - ~~оратор 31094~~
 - ораторское мастерство 4604
 - ораторское искусство 15004
 - красноречие 13445
 - искусство речи 4314
 - техника речи 3937
 - (?) развитие речи 211745
 - риторика 70537
- } Смотрим ЭХО → (-)
- ! Пришла идея – “дикция 15343”

Рис. 260

Итак, у нас получился уже более длинный список, все эти фразы проверяем на эхо, больше ничего пока не нашлось, но мне в голову пришло еще слово «дикция», и я решил рассмотреть это слово в wordsat.yandex.ru

Я продолжаю дополнять список, используя еще один прием: wordstat существительные, прилагательные и глаголы считает разными словами, поэтому я дополняю список ключевых фраз, просто переделывая их в другие части речи:

Демонстрация PowerPoint - [Азамат] - Microsoft PowerPoint

Итоговый список рассматриваем с т.з. Существительное/Прилагательное/Глагол

- публичное выступление 18218 → **выступать публично**
- публичная речь 5251 → **говорить публично**
- ~~оратор 31094~~
- ораторское мастерство 4604 → **мастерство оратора**
- ораторское искусство 15004 → **искусство оратора**
- красноречие 13445
- искусство речи 4314
- техника речи 3937
- (?) развитие речи 211745
- риторика 70537
- дикция 15343

Слайд 7 из 27

Рис. 261

Возвращаюсь к слову «оратор», на основе этого слова подберу несколько подходящих ключевых слов, а еще мне в голову приходит слово «говорить», его тоже прорабатываю.

Набралось довольно много подходящих ключевых фраз, вот они эти ключи: «стать оратором», «мастерство оратора», «ораторство», «стратегия

оратора», «техника речи оратора» и «умения оратора», «уверенно говорить», «красиво говорить» и «говорить публично», а также, я подобрал для слова «красноречие» синоним - «красноречивость». Кстати использовать синонимы это тоже отличный вариант расширить список.

Демонстрация PowerPoint - [Азамат] - Microsoft PowerPoint

Дополненный список

- публичное выступление 18218
- **выступить публично** 1781
- публичная речь 5251
- **говорить публично** 946
- ~~оратор~~ 31094 → **Смотрю в WORDSTAT и выбираю более подходящие и менее частотные фразы:**
- ораторское мастерство 4604
- **мастерство оратора** 146
- ораторское искусство 15004
- **искусство оратора** 292
- красноречие 13445 → **Красноречивость (синоним)**
- искусство речи 4314
- техника речи 3937
- (?) развитие речи 211745
- риторика 70537
- дикция 15343

- стать оратором
- мастерство оратора
- ораторство -цицерона
- стратегия оратора
- техника речи оратора
- умение оратора

! Идея – слово “говорить” в WORDSTAT → **говорить публично**
- уверенно говорить
- красиво говорить

Слайд 8 из 27

Рис. 262

Фразы «мастерство оратора» и «техника речи» в моем списке оказались в двух местах, надо оставить только в одном, чтобы не было пересечений.

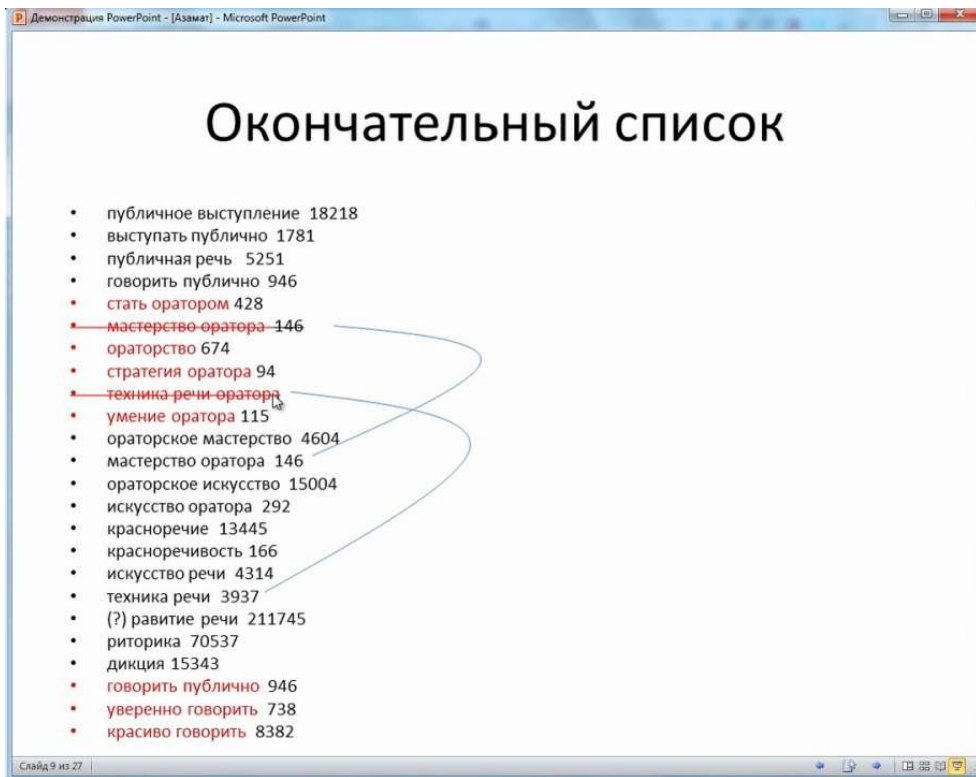


Рис. 263

Сейчас давайте обрабатываем ключевую фразу «публичное выступление». В таком виде эту фразу в рекламной компании использовать нельзя. Почему? Сейчас продемонстрирую. Пишу «публичное выступление». Видите?

Обновлено: 05/05/2011

Что искали со словами «**публичное выступление**» — 23042 показа в месяц

Слова	Показов в месяц
публичное выступление	23042
публичное выступление +на тему	6061
публичное выступление взрослые +и +мы	1283
публичное выступление примеры	899
реферат публичное выступление	682
публичное выступление сочинение	584
текст публичного выступления	564
страх публичных выступлений	551
правила публичного выступления	542
публичное выступление +на тему природа	510
публичное выступление берегите природу	506
речь публичного выступления	486
язык публичного выступления	461
сочинение +на тему публичное выступление	444
особенности публичного выступления	427
подготовка +к публичному выступлению	404
виды публичных выступлений	373
публичное выступление урок	369
публичное выступление скачать	366

Что еще искали люди, искавшие «**публичное выступление**»:

Слова	Показов в месяц
деловая беседа	10106
деловые переговоры	13196
деловые совещания	4569
коммуникативные качества речи	2328
литературный язык	30123
невербальные средства общения	9492
речевой этикет	15583
этикет делового общения	3760
этикет общения	9493
деловое общение	86038
этика делового общения	10713
деловой этикет	27536
лидерство +в менеджменте	3719
влияния	953147
лидерство	100542
деловая переписка	11221
скоротенные	7184
виды общения +в психологии	782
уровни общения	3494
понятия менеджмента	17853
процесс принятия управленческих решений	6717
соблазна сигареты	927

Рис. 264

«Реферат публичного выступления», «текст публичного выступления», «язык публичного выступления», «значение публичного выступления», «успех публичного выступления», «образец публичного выступления» - мы видим много нецелевых фраз, которые нам не нужны.

Значит, нам нужно исключить все фразы, которые нам не подходят, то есть, если человек ввёл в поиск: «публичное выступление на тему», то скорее всего он просто ищет - где бы ему скопировать пример выступления, и наше объявление не должно ему показываться, чтобы меньше тратить наши рекламные деньги.

В рекламной компании, чтобы указать ключевые слова, которые нужно исключить, используются знак «минус». А сами слова, на которые Яндекс не должен реагировать, то есть слова которые мы исключаем, на сленге называ-

ют «минус-словами». Вот смотрите, «публичное выступление на тему», слово «на тему» тут явно лишнее. Поэтому я пишу «-тему».

The screenshot shows the Yandex Wordstat interface. The search query is 'публичное выступление -тему'. The results are divided into two columns: 'Что искали со словами «публичное выступление»' and 'Что еще искали люди, искавшие «публичное выступление»'. The first column lists various search terms and their monthly search volume, with the most relevant terms at the top. The second column lists related search terms and their monthly search volume.

Слова	Показов в месяц	Слова	Показов в месяц
публичное выступление	23042	деловая беседа	10106
публичное выступление +на тему	6061	деловые переговоры	13196
публичное выступления взрослые +и +мы	1283	деловые совещания	4569
публичное выступление примеры	899	коммуникативные качества речи	2328
реферат публичное выступление	682	литературный язык	30123
публичное выступления сочинение	584	невербальные средства общения	9492
текст публичного выступления	564	речевой этикет	15583
страх публичных выступлений	551	этикет делового общения	3760
правила публичного выступления	542	этикет общения	9493
публичное выступление +на тему природа	510	деловое общение	86038
публичное выступления берегите природу	506	этика делового общения	10713
речь публичного выступления	486	деловой этикет	27536
язык публичного выступления	461	лидерство +в менеджменте	3719
сочинение +на тему публичное выступление	444	влияния	953147
особенности публичного	427	лидерство	100542
		деловая переписка	11221
		сокращения	7184

Рис. 265

Теперь можно нажать Enter или нажать на кнопку «подобрать», и в результате появится результат без тех слов, которые мы исключили.

Итак, прорабатываем запросы, которые нам не подходят. К примеру, не подходят запросы: «сочинение», «реферат», «примеры» - поэтому я их исключаю. Теперь опять нажимаю «подобрать», и так убираю мусор до тех пор, пока у меня не останутся только те запросы, которые мне подходят.

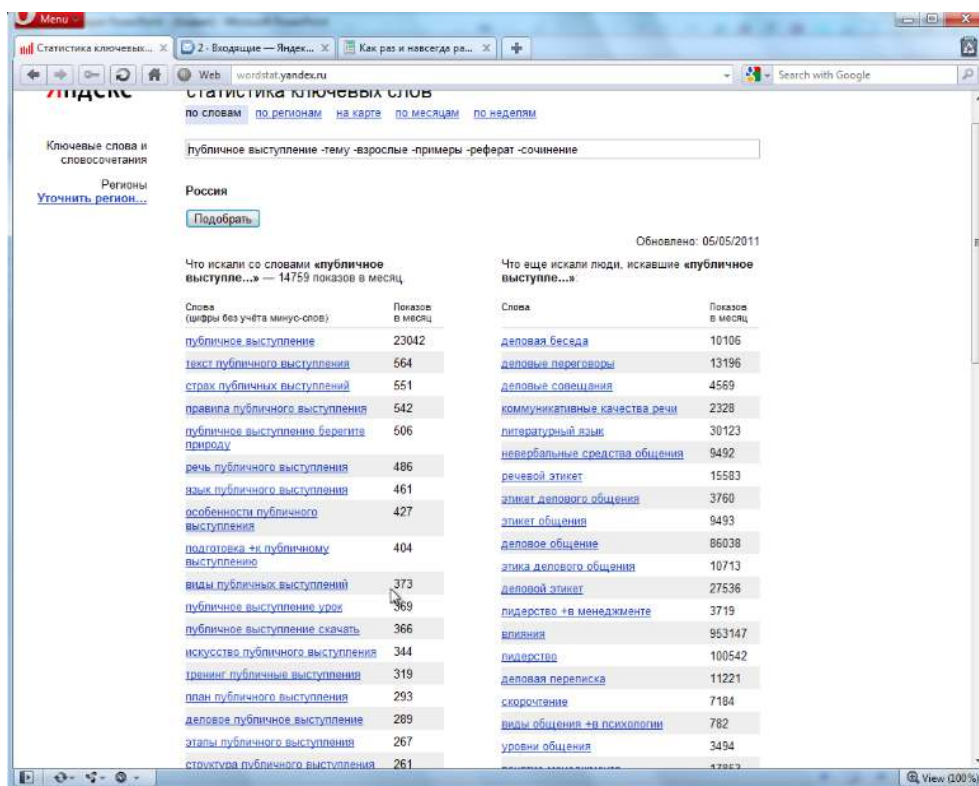


Рис. 266

Тут достаточно большой объём работы, но сделать это нужно, именно от этого зависит эффективность нашей контекстной рекламы, вот смотрите, что у меня получилось:

Демонстрация PowerPoint - [Азамат] - Microsoft PowerPoint

Обработка ключевых слов

публичное выступление -реферат -сочинение -скачать -русский -учитель -бесплатно
 политика -оценка -карнеги -определение -контрольная -гандапас -путина -
 классификация -курения -история -тема -роды -википедия -форме -призыв -природу -
 виды -культура -готовое -текст -доклад -слушание -жанры -лучшие -характеристика -
 картинки
 18218 (13358)

- выступить публично -карнеги -гандапас -скачать -бесплатно
1781 (977)
- публичная речь -скачать -торрент -torrent -бесплатно -реферат -культура -виды -роды -
иванова -типы -жанры -контрольная -определение -википедия
5251 (4704)
- говорить публично -шахиджанян -скачать -бесплатно -торрент -гандопас -вагин
946 (459)
- стать оратором -поэтами
428 (347)
- ораторство -цицерона
674 (661)
- Стратегия оратора
94 (94)
- Умение оратора
115 (115)

Слайд 10 из 27

Рис. 267

И это нужно сделать и со всеми другими словами. Обратите внимание, что после того как я вставил минус-слова, количество запросов у нас уменьшилось, за счет исключения нецелевых для нас, «мусорных» запросов.

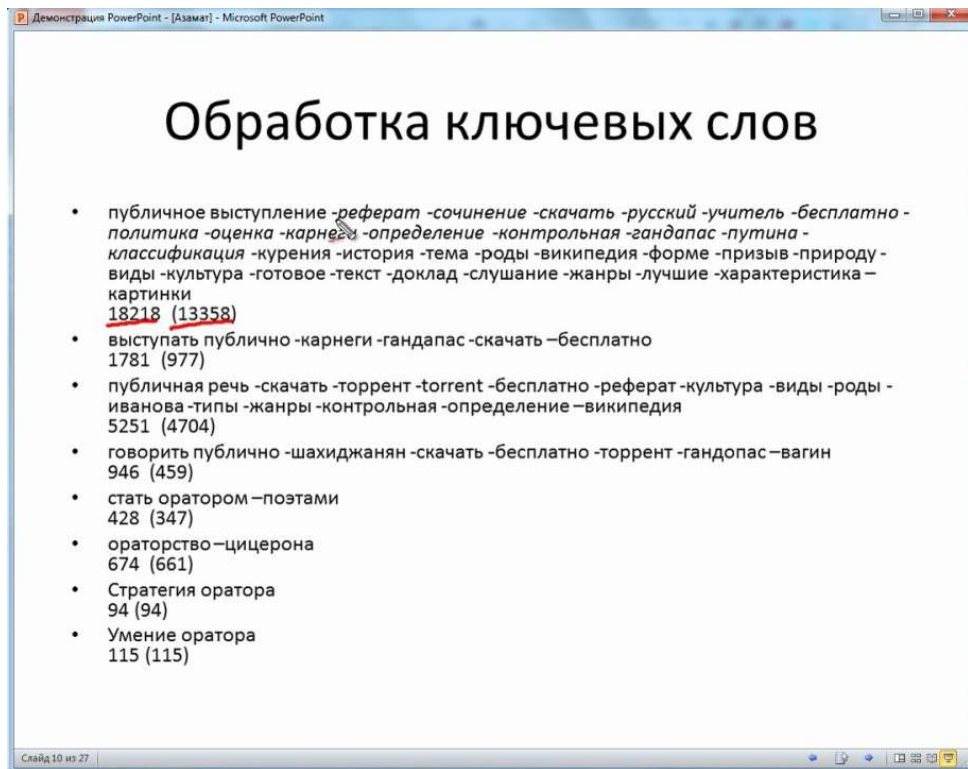


Рис. 268

Кстати, к низкочастотным запросам минус-слова часто подобрать не удастся, поэтому мы их не трогали.

Сейчас я хочу опять вернуться к слову «риторика». Это слово высокочастотное и нецелевое для нас, поэтому я прошёлся по всем страницам результата и отобрал несколько более длинных, низкочастотных ключевых фраз, вот подходящие фразы: «риторика речи», «уроки речи», «искусство риторики», «курсы риторики», «обучение риторики», «основы риторики», «развитие риторики».

Теперь нам нужно обработать эти запросы точно так же, как я это делал выше.

Теперь я их все обработал, где это было необходимо, в скобочках показано количество запросов, которое получилось уже после обработки.

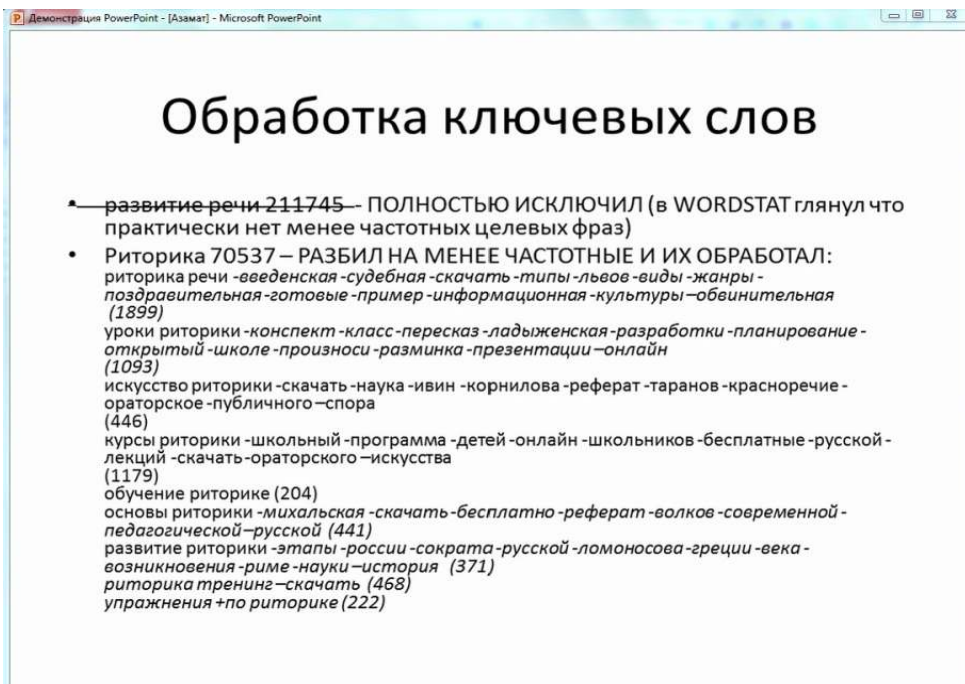


Рис. 269

В результате у меня получился большой список поисковых запросов, с большим количеством минус-слов.

И сейчас мы займёмся размещением рекламы с данными обработанными ключевыми словами. Для этого заходим на сайт Яндекс, и далее заходим к себе на почту, если почты нет - регистрируйте.

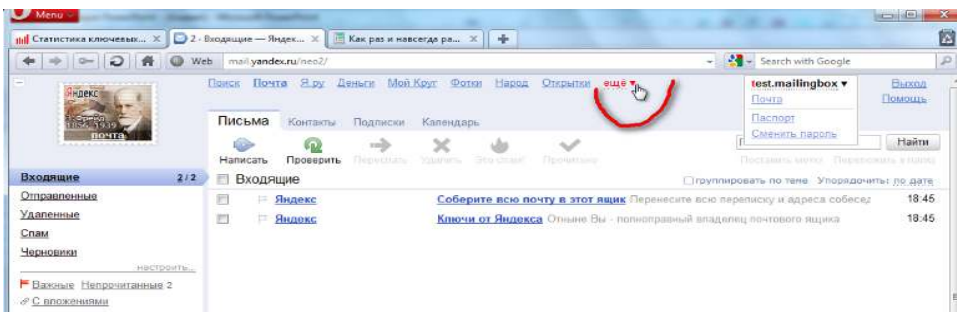


Рис. 270

Далее выбираем пункт «все сервисы» в самом верху, и выбираем «Директ».

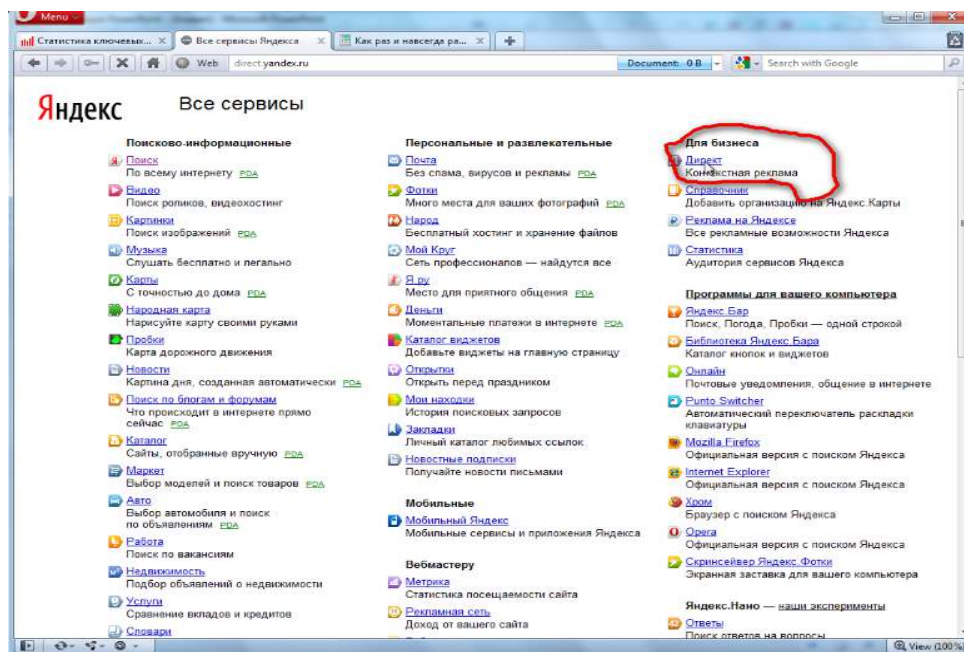


Рис. 271

Здесь нажмите «дать объявление» и продолжить.

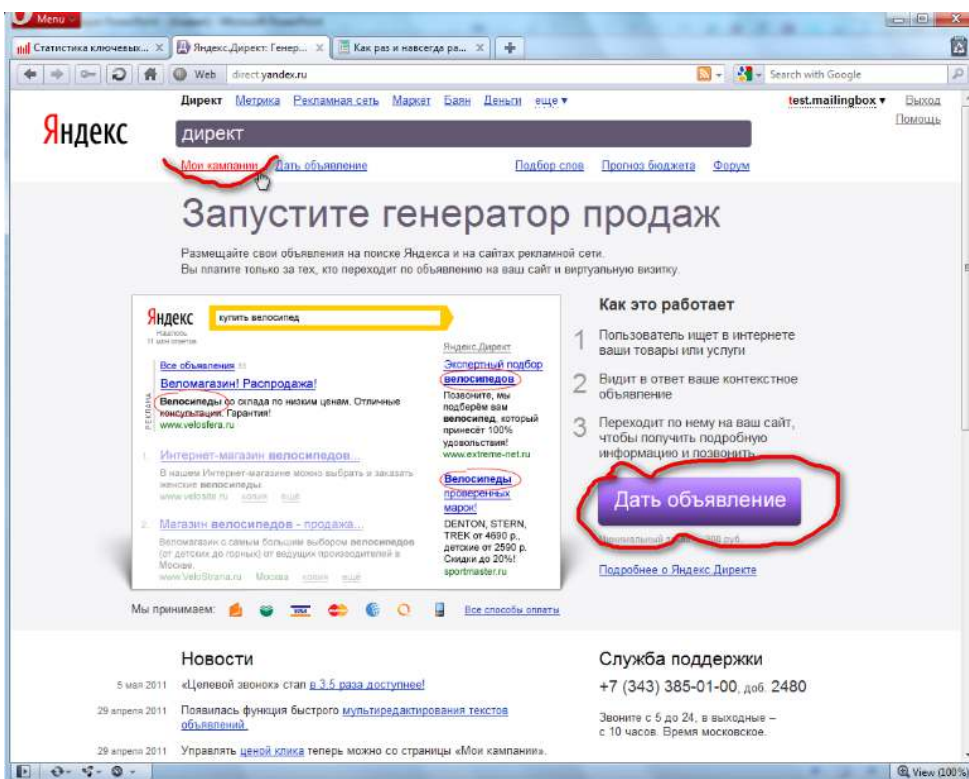


Рис. 272

Обратите внимание на важный момент. По умолчанию Яндекс предлагает вам вот такую функцию - «Легкий» интерфейс, это автоматическое назначение ставок на рекламу.

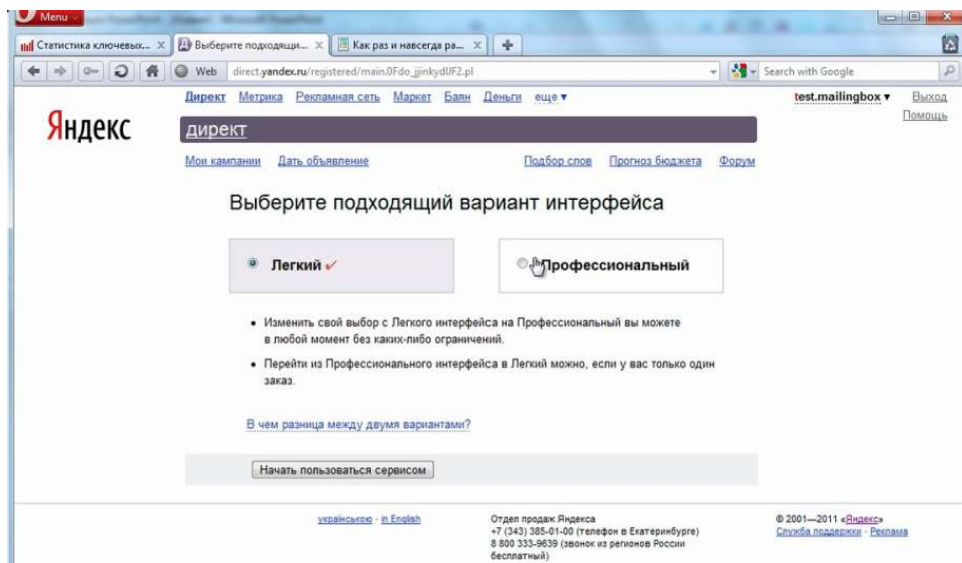


Рис. 273

Это отвратительная вещь, и я категорически не рекомендую её использовать, ни одного положительного отзыва об этом интерфейсе я не знаю, обязательно выбирайте только профессиональный интерфейс. Нажимаем «Начать пользоваться сервисом».

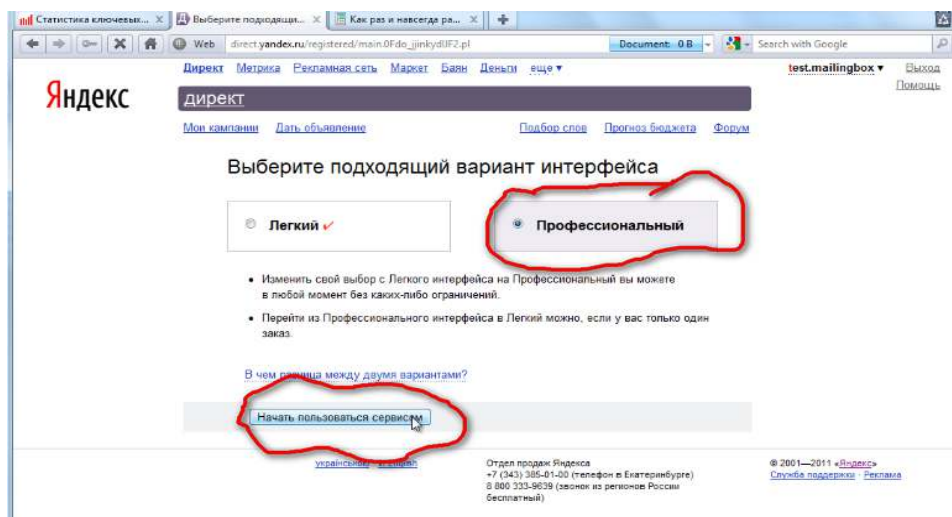


Рис. 274

Начало использования сервисом у нас сопряжено с созданием первого объявления, а перед созданием первого объявления нужно задать настройки для рекламной компании. «Название» - как хотите так и называйте, дальше я прокомментирую только основные моменты.

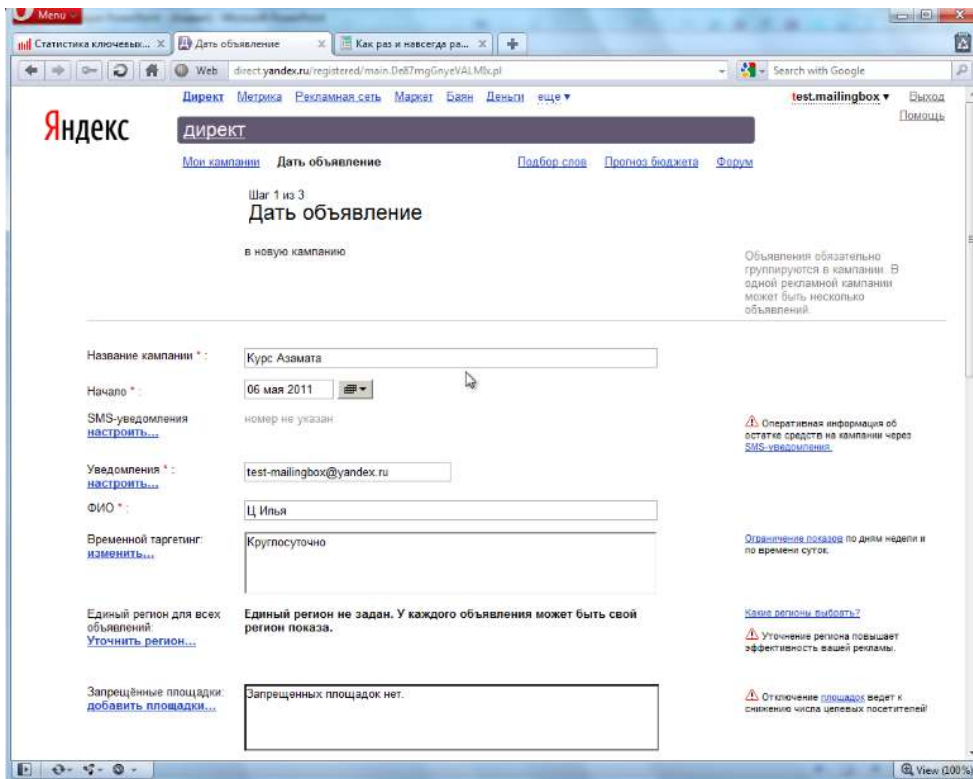


Рис. 275

«Временной таргетинг», то есть ограничения по времени показов - пусть показывается всегда, без ограничений. «Регион для показа объявлений», - сначала я выбрал «Россия», но потом подумал, что по тем регионам, по которым люди будут вводить поисковые запросы на русском языке, служба доставки работает, поэтому оставил «по всему миру».

Для тематических площадок, на которых будут крутить моё объявление я указываю, что максимальная цена за клик 0% от стоимости Яндекса, просто сейчас сделайте у себя так же.

Моя задача сейчас - как можно точнее попасть в цель и продать. Я уже могу потом поиграть с этими площадками, а сейчас я хочу обойтись только показом моих объявлений на странице поиска Яндекса. То есть на тематических сайтах, которые входят в рекламную сеть Яндекса, я объявления пока просто игнорирую.

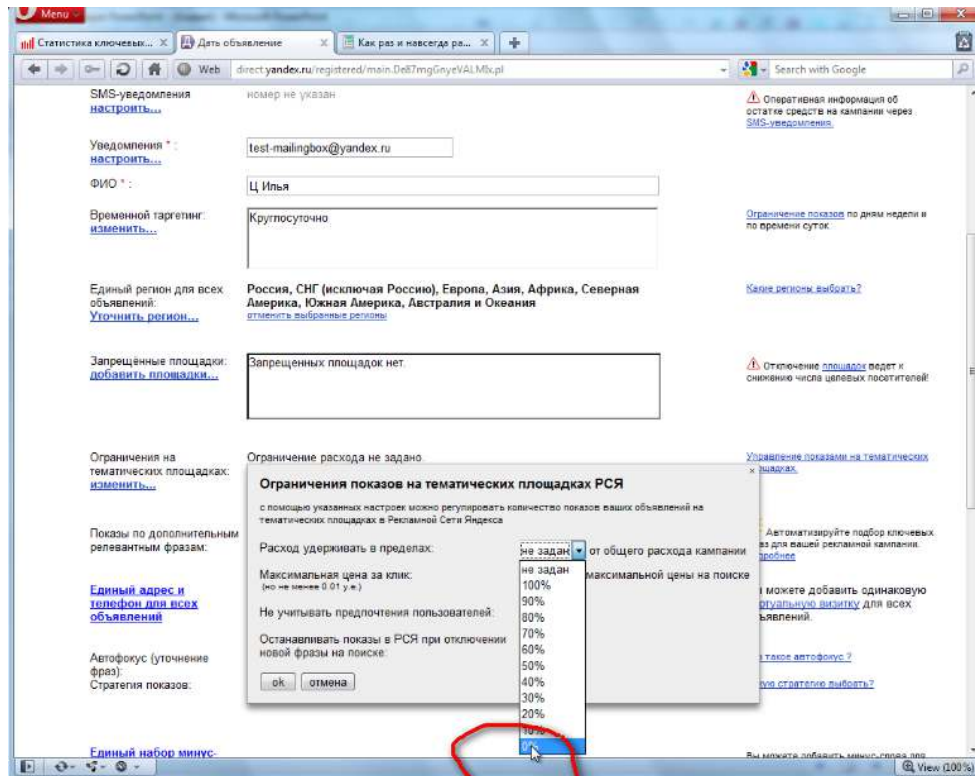


Рис. 276

В Директе есть еще такая функция «Показы по дополнительным релевантным фразам», её мы отключаем, потому что сервис подбирает не совсем подходящие фразы.

Бывало и такое, что для некоторых компаний эта функция отлично работала, но если самому тщательно подготовить список запросов, то будет намного эффективнее.

Далее идёт пункт «стратегия показов». Тут выбираем «наивысшая доступная позиция». Если список ключевых фраз подобран эффективный, то «наивысшая доступная позиция» всегда даёт наилучший результат.

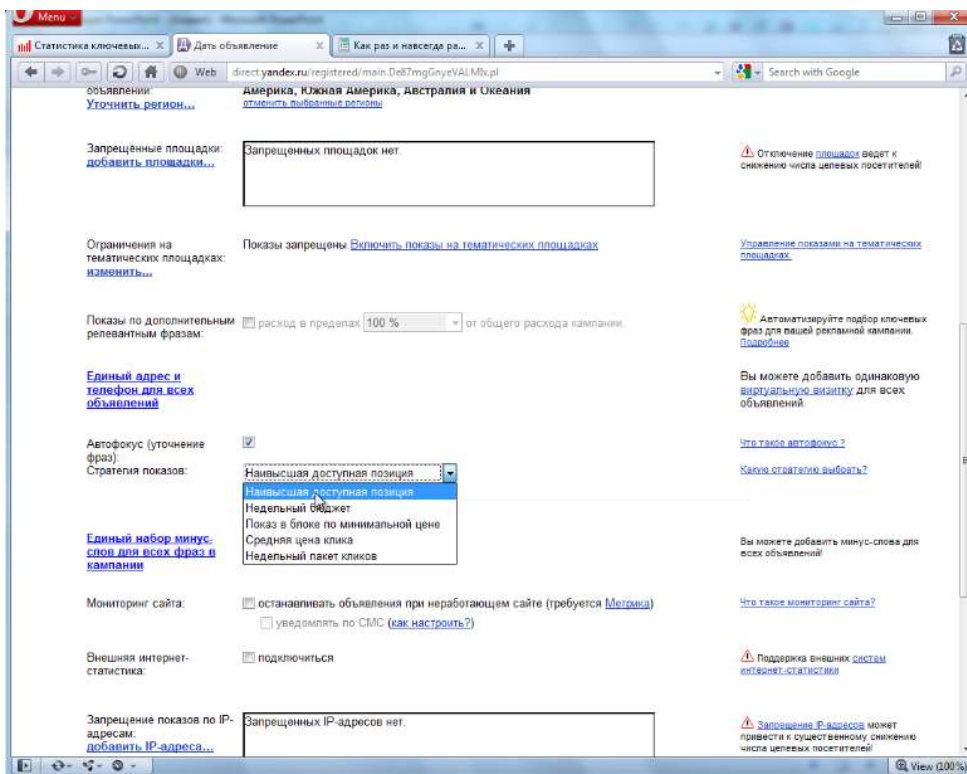


Рис. 277

Я всегда рекомендую использовать «наивысшую доступную позицию» и использую её сам.

Все. Больше никакие галочки ставить здесь не нужно. Нажимаю «далее», и перед нами форма «Дать объявление»:

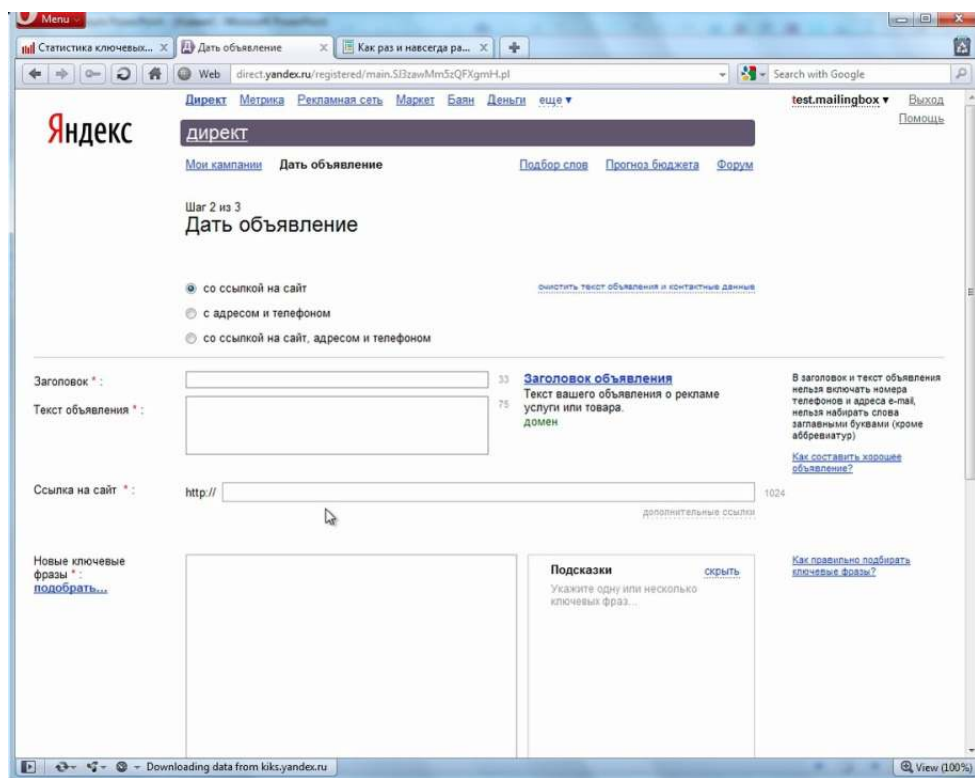


Рис. 278

Давайте, вставим ссылку на свой сайт, и затем подробно разберемся с полями «Заголовок», «Текст объявления», и «Новые ключевые фразы».

Для начала самое простое - нам нужно в поле «Новые ключевые фразы» вписать ключевую фразу «публичное выступление», со всеми минус-словами. Потом в этом же поле переходим на новую строку, и с новой строки вбиваем следующую ключевую фразу, и тоже с минус-словами. Переходим на новую строку и еще одну ключевую фразу, и так пока не внесем все подготовленные нами ключевые фразы с минус-словами. Можно это делать не с новой строки, а через запятую, но с новой строки просто удобнее.

Теперь займемся рекламным объявлением. Заголовок и текст рекламного объявления – это все, что узнают о нас люди, пока не передут на наш сайт. Поэтому несколько обязательных правил:

- И заголовок, и текст должны соответствовать теме нашего информационного продукта. Яндекс будет снимать с нас деньги за каждого человека, который перейдет на наш сайт, значит, нам нужны только те люди, которые действительно захотят купить наш продукт. А чтобы привлечь именно таких людей, нам нужно в заголовке и тексте объявления явно и четко сказать – что же мы предлагаем, что же получит человек, когда кликнет на наше объявление.

- Основная цель заголовка – захватить внимание. Недаром заголовки в списке выдачи даже выделяются другим цветом. То есть составьте свой заголовок так, чтобы там был самый концентрат вашего предложения.

- Тестируйте. То есть опробуйте разные варианты заголовков и выберите те, по которым больше всего кликов, то есть по которым к вам на сайт придет больше людей, а значит, будет больше продаж.

За основу рекламного объявления можно взять самую подходящую ключевую фразу из подготовленного нами списка.

На картинке ниже я показываю три примера разных заголовков и текстов, и обращаю ваше внимание, что в результате тестирования лучшим оказались:

Заголовок «Смелые публичные выступления»

Текст «Простые советы как быстро научиться бесстрашным публичным выступлениям!»

То есть самые лучшие результаты нам дали заголовок с текстом, в которых мы явно и четко сказали, что это для тех, кто хочет быстро и просто разобраться со своими страхами при выступлениях на публике.

Демонстрация PowerPoint - [Азамат] - Microsoft PowerPoint

публичное выступление -реферат -сочинение -скачать -русский -учитель -бесплатно -политика -оценка -карнеги -определение -контрольная -гандапас -путина -классификация -курения -история -тема -роды -википедия -форме -призыв -природу -виды -культура -готовое -текст -доклад -слушание -жанры -лучшие -характеристика -картинки
18218 (13358)

№ И-26190335

Принципы публичных выступлений
Как Легко и Быстро сделать свои публичные выступления неотразимыми. Видео!
www.govori-bez-straha.ru

Фраза *	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.	Цена клика у.е. максимальная	на поиске	Охват аудитории	
публичное выступление • фраза целиком	887	10	1.13	цена 1-го следзащита вход в следзащитное	1.50	0.26	0.16	100%
				цена 1-го места	0.18			
				вход в гарантированные показы	0.01			

↓

№ И-26354033

Публичные выступления? - Легко!
Как Легко и Быстро сделать свои публичные выступления неотразимыми!
www.govori-bez-straha.ru

Фраза *	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.	Цена клика у.е. максимальная	на поиске	Охват аудитории	
публичное выступление • фраза целиком	1410	14	0.99	цена 1-го следзащита вход в следзащитное	1.50	0.30	0.21	100%
				цена 1-го места	0.65			
				вход в гарантированные показы	0.21			
				вход в гарантированные показы	0.01			

↓

№ И-26685720

Смелые публичные выступления!
Простые советы как быстро научиться бесстрашным публичным выступлениям!
www.govori-bez-straha.ru

Регионы показа: Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия... - всего в регионах

Фраза *	Показы	Клики	CTR	Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.	Цена клика у.е. максимальная	на поиске	Охват аудитории	
публичное выступление • фраза целиком	1399	14	1.00	Для всего объявления:	0.26			
				цена 1-го следзащита вход в следзащитное	1.50	0.26	0.21	100%
				цена 1-го места	0.51			
				вход в гарантированные показы	0.21			
				вход в гарантированные показы	0.01			

Слайд 15 из 27

Рис. 279

На рисунке есть еще показатель «показы», но нам важнее не то, скольким людям объявление было показано, а то, сколько людей к нам на сайт пришли. Показатель CTR, то есть, какой процент показов превратился в клики, для нас тоже не очень важен, важнее общее количество кликов, а значит и общее количество наших продаж. Хотя, про CTR чуть позже еще поговорим.

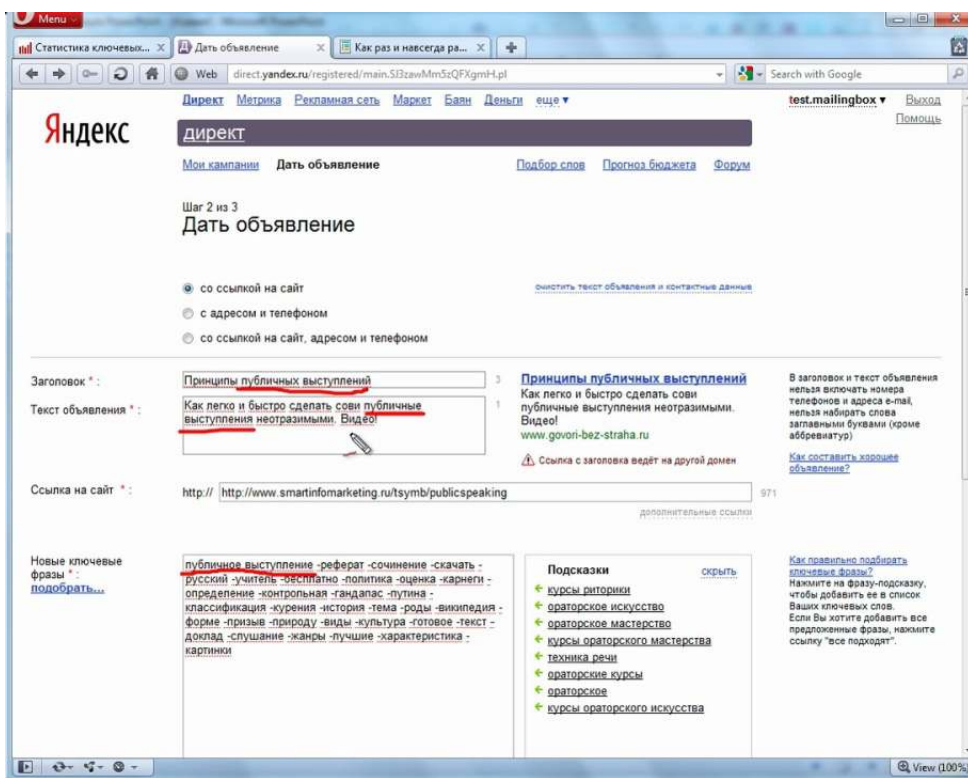


Рис. 280

Хорошо, заголовок, текст, ключевые фразы заполнили, дальше ставим галочку «не показывать в каталоге», потому что по моему опыту пользы от этого нет:

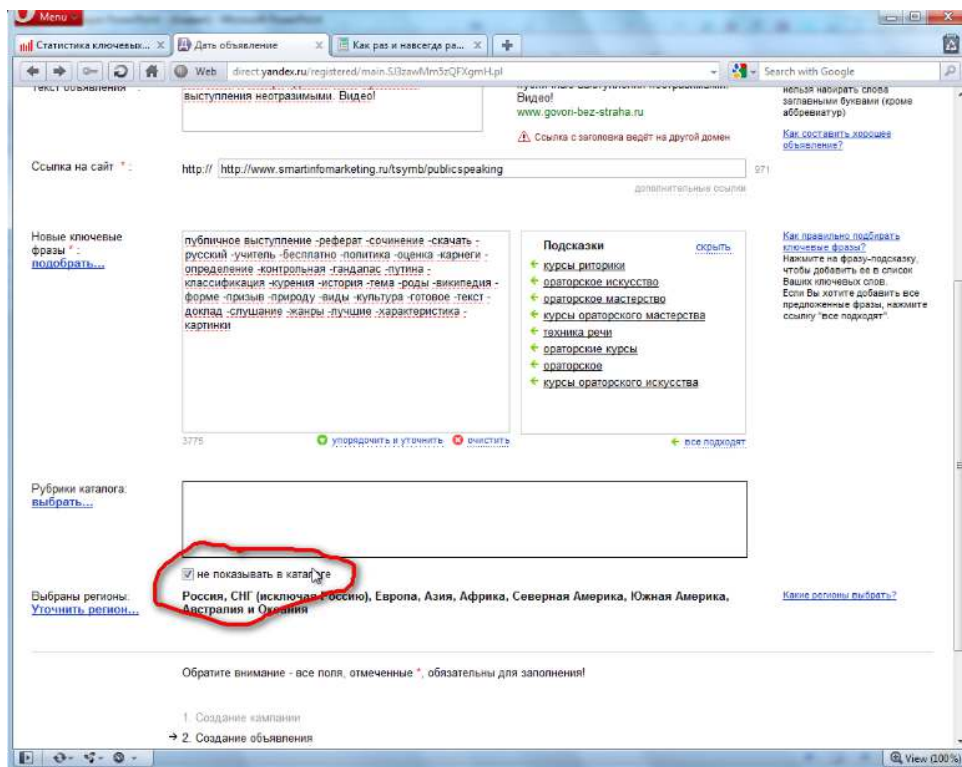


Рис. 281

Нажимаем «далее» и переходим к следующему шагу – назначению ставок. Фактически на этом шаге мы определяем, где и как будет показываться наше объявление.

Рекламные объявления показываются в Яндексе в двух местах – в столбце справа, и непосредственно под строкой поиска, над списком обычных найденных сайтов, то есть над так называемой «органической выдачей».

Место под строкой поиска называется «спец-размещением».

«Первое место» значит, что наше объявление будет первым в списке, но это гораздо дороже.

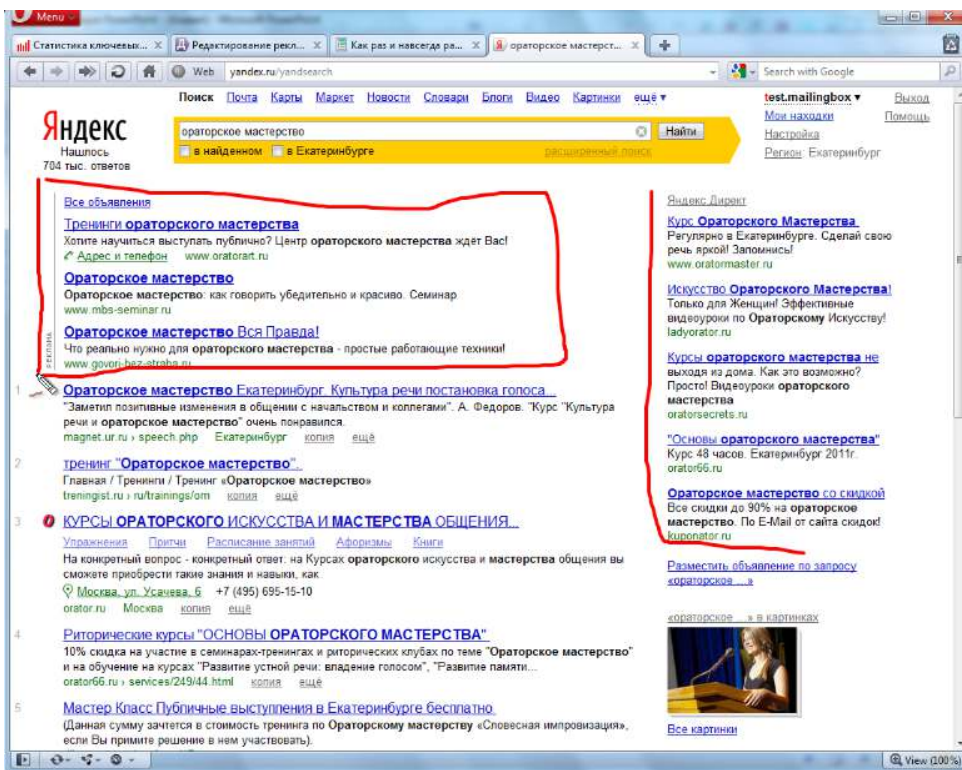


Рис. 282

И есть еще понятие «гарантированные показы». В Яндексе нет фиксированных цен на рекламу, стоимость рекламы формируется автоматически, и она все время меняется в зависимости от ряда факторов, в том числе в зависимости от конкуренции. Те, кто платит дороже – имеют преимущества по показам, их рекламу показывают чаще. «Гарантированные показы» – это значит, что вашу рекламу будут показывать всем, кто сделал запрос ваших ключевых фраз. Вы можете самостоятельно установить очень низкую стоимость вашей рекламы, то есть стоимость клика, но при этом она будет показываться не всем, будет показываться реже. Если установить стоимость рекламы слишком низкой, то она будет показываться очень редко, значит к вам на сайт посетители будут приходить еще раз в 100 реже, значит у вас продажи будут или очень-очень редкие, или их может совсем не оказаться на протяжении длительного времени.

Поэтому «гарантированными показами» пользоваться советую. И только если цена за «гарантированные показы» окажется слишком высокой для вас, только тогда ставьте цену поменьше, даже если вы поставите цену в 10 раз меньше, все равно, какой-то процент аудитории вы получите.

«Спец-размещением» и «первым местом» пока пользоваться не советую. Деньги могут просто вылететь в трубу, эти возможности можно использовать тогда, когда уже есть опыт.

Еще один показатель, о котором я хочу рассказать - это CTR. Он показывает какая доля аудитории кликнула на ваше объявление. Грубо говоря, это показатель эффективности вашего объявления, показатель того что ваше объявление заинтересовало аудиторию.

Яндекс делает поблажки тем, кто публикует эффективные объявления. Если CTR у вас окажется хотя бы выше 2%, тогда Яндекс будет снижать вам цены. Например, цена входа в гарантированные показы может снизиться раза в два. Как добиться высокого CTR? Первое – очень тщательно прорабатывать ключевые запросы, чтобы реклама показывалась именно тем людям, которые ищут наш продукт. И, второе, - делать хорошие рекламные объявления. Нужно их формулировать в соответствии со своими ключевыми фразами, нужно в них говорить о выгодах клиента, и нужно их формулировать конкретно.

После того как вы создадите своё объявление, осталось только пройти модерацию, то есть дожидаться чтобы Яндекс одобрил ваше объявление. После этого вам на почту придет уведомление, нужно будет оплатить рекламную кампанию, первое ваше рекламное объявление начнет работать, и пользователи Яндекса смогут его увидеть.

The screenshot shows the Yandex Direct management interface. At the top, there are navigation tabs: Директ, Метрика, Рекламная сеть, Маркет, Бани, Деньги, еще. The main header displays the campaign name 'Кампания «Курс Азамата»' and its status 'Черновик'. Below this, various settings are listed: '№ заказа: 3485653', 'Начало: 06.05.2011', 'Сумма: 0.00 у.е.', and 'Статус: Черновик'. There are also options for 'Автофокус: включен', 'Стратегия показов: Навысшая доступная позиция', and 'Мониторинг сайта: выключен'. A table of ad variations is visible at the bottom, with columns for 'Фраза', 'Позиция и цена клика на первой странице результатов поиска, у.е.', 'Цена клика у.е. максимальная на поиске', and 'Охват аудитории'. The table shows a single variation for the phrase 'публичное выступление' with a 100% reach.

Рис. 283

После того как ваше объявление пройдет проверку, надо обязательно пополнить счёт. Минимальная сумма оплаты 300 рублей. После того как вы пополните баланс, ваша компания заработает. После этого нужно внутри этой же рекламной кампании подготовить еще несколько объявлений, чтобы протестировать – какие объявления лучше работают. Для этого есть такая очень полезная вещь «скопировать из предыдущего объявления», и наше новое объявление заполняется автоматически. Оставьте в новом объявлении все настройки и ключевые фразы прежними, просто поэкспериментируйте с заголовками и текстом объявлений.

Выберите самое действенное объявление. А остальные отключайте.

Это только основные принципы создания своей рекламной кампании в Яндекс-Директе. Но даже их уже достаточно для того чтобы пошли первые продажи. Успехов вам в практике! За работу!

Заключительные рекомендации. Всегда с деньгами.

Здравствуйтесь, дорогой друг!

Пришло время нам с вами подвести итог. Итак, что мы сделали за эти семь дней? Я хочу вас поздравить с тем, что на протяжении этих семи дней вы сделали то, что не делает фактически никто.

То есть 99,99% всех людей, которые покупают, смотрят, слушают или читают курсы на тему интернет-бизнеса, на практике не применяют ничего. Почему так происходит – для меня большая загадка.

На большинство людей все эти курсы оказывают своеобразный наркотический эффект. Они говорят «мне интересно!», но эта фраза не приводит к действию. И так как информация обновляется постоянно, то это «интересно» может длиться и год, и два года, и три года, но этот интерес не приносит денег.

Но если вы читаете эту главу, значит вы уже прошли все шаги, у вас есть готовый сайт, готовый продукт, и вы запустили кампанию по контекстной рекламе. Люди уже заходят на ваш сайт, и вполне возможно, даже делают заказы. На тот случай, если вы всё это сделали, а первого заказа еще нет - не расстраивайтесь, я вам гарантирую, что очень скоро вы его получите.

Что нужно делать, когда придёт первый заказ? Даю вам небольшую инструкцию. Во-первых, надо подпрыгнуть до потолка и как следует отпраздновать свой первый заказ. Почему? Да потому, что первая продажа, факт прихода первого заказа – это мощное преодоление огромного психологического барьера! Первая продажа – она самая сложная. А теперь план ваших дальнейших действий...

Шаг №1. После того, как вы продали свой первый диск, вам надо запустить и другие способы приема оплаты помимо наложенного платежа, для этого зайдите на сайт e-autopay.com и подключите другие способы оплаты. Все инструкции по этому поводу есть на самом сайте, в разделе «помощь». А также изучите дополнительные инструкции на спец-разделе моего сайта, и внедряйте, только делание приносит деньги!

Шаг №2. Поставьте себе цель, у вас должно быть четко сформулировано, сколько продаж вы планируете получать в месяц. Когда я запустил курс «Бесстрашная публичная речь», я четко сформулировал для себя цель - получать в месяц 30 заказов, а на самом деле я получил в первый месяц 49 заказов. И этот шаг очень важен. Пока вы не достигните своего целевого показателя, вам успокаиваться нельзя. Работайте над продуктом, над рекламой, над продающим видео. Работайте и улучшайте до тех пор, пока ваш продукт не начнет стабильно приносить вам столько, сколько вы себе запланировали.

Шаг №3. Что вам нужно будет еще сделать - это запустить партнёрскую программу на свой продукт. Это очень легко настраивается в личном кабинете e-autoray.com, на это у вас уйдёт всего несколько часов. И поставьте ссылку на свою партнерскую программу в самый низ главной страницы вашего мини-сайта, примерно с таким названием «Рекомендовать данный проект и зарабатывать на этом». Сделайте на своем сайте еще одну страницу, и подробно распишите на ней условия партнерской программы. Укажите конкретно, сколько партнер будет зарабатывать с продаж вашего продукта. Я вам рекомендую отдавать партнеру минимум 30 процентов. Например, если вы поставили цену на продукт 2000 рублей, то четко укажите «вы заработаете 600 рублей».

Зачем это нужно? Со временем вы можете найти владельцев других сайтов, других почтовых рассылок по вашей теме. Ключевая фраза здесь – «ваша тема», обращаю на это ваше внимание! Вы только потратите свое время и время других людей, если будете предлагать свой продукт всем подряд. Нужно искать тематические блоги, сайты, и непосредственно с их авторами и налаживать контакт, обмениваться идеями и предлагать запускать рекламу по их аудитории, на цифрах показав - какую выгоду сможет получить ваш партнер. Сколько показов осуществляется по контекстной рекламе, сколько человек превращается в посетителей вашего сайта, сколько человек покупает ваш продукт, и сколько денег может в результате заработать партнер. Вот с такими предложениями, имея партнерскую программу, вы можете обращаться к своим потенциальным партнерам.

Следующий шаг №4 – это можно сделать расширенный вариант вашего продукта. Когда вы убедились, что ваш продукт продается, и вы продали первые 30 дисков, можно уже задуматься о том, чтобы сделать что-то более

объемное. Мы же делали наш продукт на протяжении всего одного дня, и возможно, он у нас получился кратким. А теперь, вы можете сделать расширенную, более подробную версию, например, вы можете сделать продукт на трех дисках, сделать солидную упаковку, и соответственно, поднять цену раза в два.

Соответственно шаг №5, который я вам хочу посоветовать – это спланировать линейку продуктов на ближайшие 12 месяцев. Это должна быть линейка минимум из четырёх новых информационных продуктов. Хотя в рамках одной темы, хоть в рамках разных тем, но если ваша тема «выстрелила», рекомендую сфокусироваться на ней.

Возможно, ваша тема многогранна, возможно у нее есть разные стороны, разные вопросы – используйте это. Спланируйте выпуск продуктов на каждые три месяца, чтобы вы постоянно были в движении, чтобы вы постоянно были в творческом процессе. Это важно – вы должны поставить себе определенный план и ему следовать. Это действительно очень важно. Когда вы запустили свой первый продукт, к вам потек денежный ручеек. Но этот ручеек маленький и нестабильный.

Когда вы запускаете второй продукт, у вас появляется еще один денежный ручеек. И только тогда, когда у вас есть несколько информационных продуктов, которые продаются на ваших сайтах и днем и ночью, только тогда когда из ваших денежных ручейков образовалась пересыхающая денежная речка, только тогда можете считать себя профессионалом.

Действуйте каждый день и тогда вы станете профи очень быстро!

На этой ноте я заканчиваю книгу.

Желаю вам удачных продаж и успеха!

С вами был, и остается, Азамат Ушанов.

Личный сайт: <http://www.ushanovazamat.ru>

Авторский блог: <http://www.azamatushanov.com>



Посетите бесплатные онлайн-семинары Азамата Ушанова!

«Хрустальный шар инфобизнеса: как узнать наверняка, будет ли востребован инфо-продукт, который вы собираетесь создать?»

Регистрируйтесь здесь

<http://www.ideatest.ru>

«Как продавать в инфо-маркетинге на миллион рублей в месяц и более, концентрируясь на 20% дел, которые приносят 80% денег»

Регистрируйтесь здесь

<http://www.webinar2080.com>

«7 денежных рецептов инфобизнеса: рецепты страницы сбора контактов, продающего текста, продающего видео, продающей серии писем, партнёрской рекомендации и много другого»

Регистрируйтесь здесь

<http://www.7recipes.ru>

«Годовой план построения большой подписной базы: как построить базу в 50 000 читателей за 12 месяцев»

Регистрируйтесь здесь

<http://www.godovoiplan.ru>