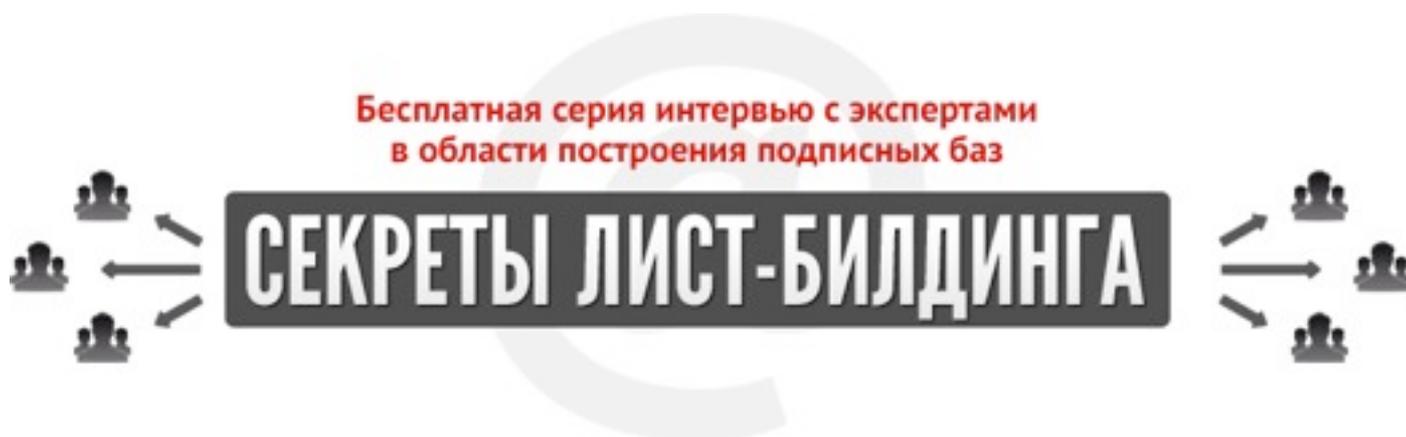


* Остальные интервью серии «Секреты лист-билдинга» вы можете скачать, кликнув по ссылке: <http://russianmarketing.ru/listbuildingsecrets/>



Интервью с Азаматом Ушановым (<http://azamatushanov.com/>)

Юсуф: Здравствуйте! Меня зовут Юсуф Губайдуллин. Сегодня вашему вниманию будет представлено первое интервью из серии «Секреты лист-билдинга»! На мой взгляд, лист-билдинг представляет самую большую тему, которая приносит наибольшее число результатов. Для того чтобы открыть эту серию интервью, я созвонился с моим хорошим другом, Азаматом Ушановым.

Привет, Азамат!

Азамат: Привет!

Юсуф: Это произошло неслучайно, ведь Азамат для меня – во-первых, человек, благодаря которому я начал заниматься лист-билдингом. Данное решение – лучшее в моей жизни. Во-вторых, по моему скромному мнению, ты – самый квалифицированный человек в Рунете, который может вести разговор на данную тему. В-третьих, ты создал самый лучший в Рунете продукт по теме лист-билдинга, который называется «Золотой актив 2.0».

Азамат: Спасибо!

Юсуф: Сколько подписчиков у тебя в базе на данный момент?

Азамат: Около 81 тыс. подписчиков.

Юсуф: Результаты говорят сами за себя, поэтому, надеюсь, мы захватили ваше внимание, дорогой читатель. Лист-билдинг, который приносит 80 % прибыли, является одним из двух главных составляющих в деятельности интернет-маркетолога. Азамат, что ты можешь сказать по этому поводу? Что является второй составляющей?

Азамат: Лист-билдинг можно отнести к такой большой теме, как лидогенерирование. Я думаю, что каждый бизнесмен знает, что это такое. Данный термин широко распространен в офф-лайнном и он-лайнном бизнесе. Все просто: если потенциальные клиенты не приходят, то у тебя не будет продаж.

В настоящее время мы живем в большом информационном хаосе. Если вы не будете использовать возможности социальных сетей (Вконтакте, Facebook, Twitter и т.д.), будете применять только рекламный текст и забудете о сборе контактных данных у вашей потенциальной аудитории, то вы не сможете закрывать большое число продаж. Сейчас конверсия имеет тенденцию к снижению. Она будет продолжать падать, потому что все сейчас очень интересно: различные iPod, iPhone, постоянные изменения Вконтакте, на Facebook.

Сейчас идет борьба за внимание потенциального клиента, за то, чтобы он обратил внимание не на один ваш товар, а на всю линейку продуктов. Чтобы клиент обратил внимание, вы должны его зацепить и взять у него его контакты. Когда у вас есть его контакты, тогда можно делать все, что угодно. Естественно, ваши письма будут читать не все. Я сказал, что у меня более 80 тыс. подписчиков на данный момент. Однако я не говорю о том, что все меня читают. Когда приходят мое письмо, многие говорят: «Да, пошел он. Я его даже не знаю. Что за Азамат Ушанов?» У вас такие люди тоже будут встречаться. Если у вас имеется многочисленная база, это не говорит о том, что все вас читают. Все люди, которые вас читают. На начальных этапах пусть их будет 100-300 человек. Те люди, которые систематично вас читают и открывают ваши письма, реагируют на ваши коммерческие предложения, это и есть ваш золотой актив.

Если у вас отключат Директ, Google и забанят все контекстные сети, у вас будет собственная база. Ее можно сравнить с вкладом в банке под огромный процент, потому что возврат инвестиций является очень большим. Если вы вложили в развитие своей подписной базы, например, около 15 тыс. руб., то я уверен, что вы можете уже во второй месяце вернуть приблизительно 100 % годовых. Если вы вложили около 15 тыс. руб. и в среднем 1 подписчик стоит для вас 20-30 руб., то вы уже можете сделать базу в 500 человек. Я знаю людей, которые успешно продают даже такие маленькие базы. Вы можете с данной базой в 500 человек получить примерно 30 тыс. руб. Кто-то у вас обязательно купит. Возможно, не один человек, а два.

База подписчиков – это один из двух самых важных компонентов, потому что вы получаете выгодный банковский депозит. Ваша задача – обеспечивать функционирование данного счета, т.е. проводить комплекс мероприятий для поддержания хороших отношений с вашей базой. Я не говорю о том, что все вас должны любить, боготворить, писать позитивные комменты. Если вы правильно наладили систему рассылки, то у вас будет обязательно тот процент людей, которым вы будете интересны, как личность, и будет интересен ваш материал. Они у вас будут покупать. Соответственно, возврат инвестиций, эти самые 100 % годовых вы будете получать с помощью собственной базы и занимаясь маркетингом, а не вкладывая деньги в МММ и т.д.

Юсуф: Второе дело - это те процедуры, связанные с извлечением денег. По сути, мы создаем коммерческие предложения для своей аудитории? Первое – это лист-билдинг. Второе – это создание коммерческих предложений.

Азамат: Да, но я бы не сказал, что мы берем и насильно вытаскиваем деньги. Мы приглашаем людей и предлагаем им. Нет никакого огромного прессинга. В данной фишке и кроется этот небольшой психологический секрет: вы работаете с собственной подписной базой без такого фанатизма: «Я хочу, чтобы вы отдали мне бабки». Можно, конечно, для прикола отослать такое письмо. Кстати, у меня в одной из серии писем имеется подобное письмо. Такое директивное письмо, где я буквально говорю людям: «Отдайте мне бабки, потому что данный курс вам поможет». Это уже экстрим. Я люблю прикалываться у себя в рассылке. Однако я не рекомендую заниматься такими вещами начинающим инфобизнесменам. В целом вы должны вести рассылку таким образом.

Второй важный блок – это монетизация. Вы предлагаете людям участвовать в ваших бесплатных или платных мероприятиях. Бесплатные мероприятия тоже хорошо монетизируются. Вы предлагаете им какие-то партнерские продукты. Вы им высылаете какие-то бесплатные материалы и, естественно, отправляете спецпредложения, ограниченные по времени. Сюда можно отнести и запуски, и распродажи. Все, что имеет крайний срок. Все это работает очень эффективно. Тем более, у нас в России, потому что русский человек, как мы можем судить по себе, делает все в последний день.

Я вспоминаю свои студенческие и школьные годы, когда экзамены завтра. Мы что-то усиленно делаем. В e-mail маркетинге и, в целом, в инфомаркетинге, все абсолютно также. Если есть крайний срок, то, неважно, насколько криво вы написали свое предложение. Вы записали видео, когда вы не бритый либо с взъерошенными волосами, все равно. Главное, чтобы у вас был хороший оффер. Действительно это то, что хочет потенциальный клиент. Это продукт на ту тему, которая у него болит, и есть какое-то ограничение. Данное спецпредложение – либо по бонусам, либо по специальной цене.

Создавая собственные рассылки систематично на протяжении каждого месяца, вы уже с помощью этого можете легко заменить свою зарплату. Неважно, какая она. Возможно, даже московская зарплата. Ее вы тоже можете фактически заменить всего лишь одним спецпредложением по своей базе в месяц.

Один хороший оффер даже при небольшой базе подписчиков может принести хороший результат. Естественно, вы постепенно осуществляете дополнительные шаги для систематичного увеличения базы и обеспечения «симбиоза». Вы и систематично строите базу, и систематично составляете план на каждый месяц. В плане прописываете конкретные действия по привлечению клиентов: какие продукты будут предлагаться платно и бесплатно. Если вы это будете делать без особого фанатизма, не будете в ожидании грызть ногти и смотреть постоянно в админку с мыслями «Блин, что ж заказов-то нет», если вы будете спокойно вести маркетинг и прекрасно понимать, что маркетинг – это процесс, если вы сконцентрируетесь на самих действиях, то в ближайшее время у вас появится выгодный оффер и вы сможете заработать приличные деньги. Причем, на заработанные деньги вы сможете купить себе не только цифровой фотоаппарат, но и слескостью съездить в отпуск или приобрести квартиру.

В моем новом вебинаре подробно разбираются все указанные выше нюансы. Если мы как предприниматели сконцентрируем внимание на двух самых важных областях – привлечение потенциальных клиентов в рассылку и качественная работа с базой, чтобы монетизировать данную рассылку, то мы, во-первых, сразу сбрасываем большой груз с плеч, т.е. мы выбираем изначально одну бизнес-модель. Мы больше не ждем в рассылке разные письма от других гуру о том, когда же появится какая-то новая бизнес-модель, где можно нажать на кнопку и деньги поступят на счет. В данный момент мы верим в одну бизнес-модель. Мы ее сознательно выбираем. Есть, конечно, и другие бизнес-модели, но я считаю, что главная причина откладывания в информационном бизнесе заключается в том, что человек попросту не верит в выбранную бизнес-модель. Он ждет какую-то магическую бизнес-модель, которая придет завтра. Однако есть более простая бизнес-модель.

Бизнес-модель, которая рассчитана на длинную перспективу, - это как раз та модель, про которую мы сегодня говорим. Если вы ее выберете и сконцентрируетесь на ней, то не будет никакой головной боли. Все ваши цели и задачи хорошо сгруппированы по этим двум главным категориям. Вы выполняете определенный объем работы каждый день для привлечения потенциальных клиентов, чтобы монетизировать базу. Если спектр данных задач достигнут на протяжении дня, то вы абсолютно свободны. Вы сделали свой личный проактивный шаг в информационном маркетинге. Если каждый день вы будете выполнять указанные два шага, то вы не узнаете свой информационный бизнес уже буквально через считанные месяцы либо считанные недели. В целом мой прямой поход заключается в этом.

Юсуф: Ты только что раскрыл весь секрет работы с бизнес-моделью и предоставил рецепт для создания успешного интернет-бизнеса. Если мы бы сейчас свернулись, то это, мне кажется, было бы too much. Очень-очень круто! Как пришел к этому? Как начал строить свою базу?

Азамат: Я начал строить базу, когда сервис Smart Responder только-только появился. Сначала я присматривался к этому сервису. Для меня первоначально он был очень дорогой, потому что мой месячный заработок был приблизительно равен стоимости работы данного сервиса в месяц. Я сразу понял, что все-таки нужно попробовать, потому что на западных сайтах везде эта технология использовалась – технология автореспондеров. Первые предприниматели, которые создавали свои автоматизированные серии писем, имели преимущество, потому что раньше это было вообще в диковинку для людей и все подписчики действительно думали, что ты им сам пишешь письма каждый день.

Юсуф: Да, были такие времена.

Азамат: Будто ты им сам им отправляешь каждый день. Сам отклик был нереально просто получить. Люди открывали все письма. Если бы в то время были инструменты, позволяющие определить число людей, открывших письма или перешедших по ссылкам, то были бы совершенно фантастические данные.

Я сразу зарегистрировался в данном сервисе. Сначала я был просто воодушевлен идеей ведения так называемой мультимедийной рассылки, потому что для меня примером в западном интернете был всегда Jim Edwards. Человек, который вел первую мультимедийную рассылку на тему информационного маркетинга. Его выпуск выглядел так, как сейчас у Евгения Попова. Такой объемный выпуск включал несколько различных уроков. Создается впечатление, что ты бесплатно получаешь целый продукт ежемесячно.

Я был очень воодушевлен данной темой и попытался повторить что-то подобное у себя. Я создал выпуск рассылки. У меня в выпуске была одна текстовая статья, один видео-урок и один аудио-урок. В то время не было таких социальных комментариев, как сейчас. У меня в выпуске просто стоял адрес e-mail. Люди на этот адрес писали о том, что им понравился выпуск. Естественно, что кто-то писал, что ему понравилось. Кто-то писал, что, как говорится, хватить рассылать спам и т.д. Хотя это не было спамом. Люди подписывались добровольно, и сейчас подписываются. В первое время я вел такую рассылку.

В первый год я не получал большой прибыли. Да, у меня покупали мою электронную книгу, но все-таки один выпуск приносил около 5-6 продаж по 10 долл. С каждого выпуска я зарабатывал деньги, которых мне полностью хватало на мои школьно-студенческие нужды. Я даже смог купить

себе китайскую электрогитару, которая стоит рядом со мной до сих пор. Это моя первая покупка на свои собственные деньги. Я помню, покупал себе еще CD-плеер. Сейчас он тоже где-то лежит. Это одни из первых покупок. Все-таки нам с тобой повезло в том, что у нас в то время были гораздо более заниженные ожидания, нежели сейчас, когда люди сразу с места в карьеру. Видя, как это делают другие, они хотят сделать релиз сразу на 1-2 млн. руб. Это все хорошо, но я считаю, что это немножко создает избыточный потенциал по Зеланду.

Юсуф: Да, согласен.

Азамат: Я помню, когда вел самое первое время, про которое ты спрашиваешь. Полторы тысячи рублей, которые мне приносил выпуск, - это были феноменальные деньги. Я был им очень рад и мог покупать какие-то такие маленькие вещи, которые для меня много значили. Соответственно, это позволяло мне с большим энтузиазмом вести эту рассылку. Уже через год она приносила более крупные суммы, потому что я понял, что можно слать людям не только бесплатный контент, но еще делать и прямые спецпредложения. Когда я начал это постепенно понимать, осознавать, что бизнес завязан все-таки на продажах. Бесплатный контент – это хорошо, но нужно делать продажи. Когда я начал понимать, то прибыли от рассылки резко возросли. Сейчас по мере моего осознания данного факта, я считаю, что они повышаются.

Юсуф: Откуда ты получил своих первых подписчиков? Что произошло в самом начале? Первые шаги. Возможно, первые всплески.

Азамат: Самое первое, что я сделал, - это попросил о рекламе, по-моему, у Александра Доценко. У него можно было взять и купить рекламу в рассылки. Я заплатил деньги либо же он был зарегистрирован у меня в партнерской программе. В то время уже какой-то скрипт был или что-то наподобие этого было, либо каким-то личным путем. Другие кошельки и т.д. Что-то личное я сделал, чтобы зафиксировать партнерскую продажу.

У меня была страница приземления не в виде рекламного текста, а в виде приглашения подписаться на бесплатную рассылку вот эту самую, как бы мультимедийную. На этой странице я разместил отзывы разных людей, которые мне писали и благодарили за выписки. Страницей приземления была именно подписная страница. Я помню, что Александр сделал рассылку. Я сразу получил около 1000 читателей.

Что было потом? В то время еще были широко распространены различные сетевые компании, которые строили свой MLM бизнес через интернет. В тот период был бум, т.е. существовало много новых компаний, как, например, Глорион. Какие-то разные компании, которые концентрировались на

создании конструкторов сайтов. Это было популярно. Я начал вести рассылку. В то время люди, которые работали в данных компаниях, систематично проводили различные веб-конференции. У них были свои специальные комнаты для вебинаров.

Юсуф: Неужели, тогда были вебинары?

Азамат: Были, были. Я абсолютно точно помню. Вот эти конференции тоже приносили мне много подписчиков. Те люди, которые проводили конференции, всегда скидывали в чате какие-то полезные материалы для своих слушателей.

Помню, был один такой случай. Какая-то компания во время своего вебинара скинула ссылку на мою страницу подписки. Это интересная информация о том, как делают рекламу в интернете. На меня сразу подписалось 500 или 600 человек. Это был большой скачок. Я строил базу подобными скачками. В какой-то рассылке пропиарился, пришла штука. На какой-то конференции рассказали про меня, пришло 600 человек. Естественно, потом я начал знакомиться с людьми.

В дальнейшем ты построил свою базу, и у меня появился еще один партнер. Постепенно появлялись новые люди. У меня получалось устанавливать с ними нормальный диалог. Я помню, что основным для меня было то, чтобы трафик шел именно на страницу приземления. Безусловно, бывали варианты, когда люди высылали трафик на страницу продажи, но там везде были у меня всплывающие окна на выходе и специальные окна потом, которые преследовали потенциальных клиентов во сне, чтобы они ввели свои контактные данные. Все эти механизмы я выстраивал специально и смог набрать базу в 5000 подписчиков.

Был такой период, когда буквально от 100 до 5 тыс. подписчиков было набрано очень быстро. Когда есть 5 тыс. человек, то это уже большой плацдарм для маркетинга. Можно высылать самим подписчикам предложение принять участие в раскрутке твоей подписной страницы за вознаграждение, естественно. Таким образом, был и небольшой вирусный эффект, и применялись другие различные способы. Соответственно, сама наша индустрия развивалась. Вот так постепенно база увеличивалась.

Я хочу подчеркнуть, что я не за один день создал базу в 80 тыс. человек. Многие люди, когда у меня спрашивают: «Азамат, у вас есть секретное оружие? Как вы построили базу в 80 тыс. Например, на «Бизнес молодости» у меня спрашивали, я ответил: «Официально я занимаюсь интернет-маркетингом на протяжении 6 лет. Если человек занимается чем-то 6-8 лет и делает что-то каждый день, то он сможет построить такую базу и начать успешно продавать в интернете». В процессе строительства этой базы был другой период, когда я достиг потолка. Т.е. 20 тыс. человек у меня было. Данная цифра не менялась большой промежуток времени. Я помню этот период. В тот момент я

выпускал еще «Золотой актив 1». Есть скриншот, что база на тот момент составляла 23 тыс. подписчиков.

Впоследствии произошел момент, когда начали появляться социальные сети, различные инструменты, которые очень сильно облегчают процесс привлечения трафика. База сразу за минимальное количество времени удвоилась, т.е. она стала насчитывать 40 тыс. Сейчас она уже 80 тыс. Фишка проста – я начал вести блог, использовать собственную партнерскую программу. Чтобы привлекать подписчиков, я начал создавать бесплатные курсы и говорить своим партнерам: «Раздавайте бесплатные курсы и получайте деньги». По специальной ссылке люди приводят потенциальных клиентов на мою страницу подписки. Люди подписываются, я получаю подписчика. Если человек что-то покупает, то я своему партнеру плачу комиссионные. Я начал активно использовать данную фишку. С помощью нее и еще нескольких приемов я довел базу до 40 тыс. Сейчас бум: социальные сети, лайки, ретвиты, блоги, различные скрипты в социальных сетях «Возьми и привлекли 5 подписчиков». Появилось очень много новых технологий.

Вы можете очень быстро построить базу. Пользуясь описанными инструментами, работайте без фанатизма. Если у вас не будут гореть баксы в глазах и вы будете посвящать себя процессу и систематическим действиям, то я думаю, будет вполне естественный побочный эффект в виде денег. Все очень просто. Все приемы, про которые мы рассказываем, хорошо монетизируются. Например, я вчера получил в Контакте сообщение от своего подписчика. Человек пишет буквально следующее: «Слушай, я купил «Золотой актив 2» и мне 18 лет». За две недели я продал с нуля на 350 тыс. руб., причем по предоплате и на холодном трафике.

Юсуф: Круто!

Азамат: Сейчас возможности гораздо шире, но все-таки побеждает тот, кто может посвятить себя не просто «баксам в глазах», как говорится, а именно процессу, чтобы этот процесс приносил вам удовольствие. Побочным эффектом гарантировано будут и продажи, и известность, и прибыли. Все, что вы захотите.

Юсуф: Понятно. Составим небольшое резюме: у тебя был резкий всплеск в количестве подписчиков, и он продолжался за счет того, что ты подключил партнерскую программу. Твои будущие клиенты не сразу шли на продукт. Сначала люди шли на страницу подписки. На самом деле это та фишка, с которой тоже я начал. Я у тебя ее смоделировал. Я считаю, что нужно придерживаться такой модели, т.е. сначала собирать людей. Если партнер не хочет рекламировать твою форму подписки напрямую, то ты размещаешь всплывающие окна на страницах, где ты продаешь свои товары.

Азамат: Да-да.

Юсуф: Конечно же, у тебя есть бесплатный курс, где человек подписывается. Если он покупает, партнер получает комиссионное вознаграждение. Это тоже, я думаю, многих мотивирует. Это тоже хороший источник трафика. Дальше, ты создал блог. Ты начал туда привлекать людей. Ты установил там специальное модальное окно, PopUp Domination, и собирал подписчиков.

Азамат: Да.

Юсуф: Естественно, многим людям нравится твой контент. Когда-то кто-то переходит на твой пост, он нажимает «ретвит» или «like». Это все отображается в социальных сетях. Они приходят обратно на блог и подписываются через модальное окно. Сколько ты собрал подписчиков подобным образом?

Азамат: Я думаю, что минимум 10 тыс. с помощью только этого окна. Может, даже больше. Я не смотрел статистику, но сейчас на блоге у меня есть и это окно, которое появляется на входе в блог. Причем, все это появляется только один раз. Там есть специальные куки, которые фиксируют то, если человек потом повторно заходит на блог, он уже не видит эти всплывающие окна. Его уже потом это не раздражает. Сейчас я добавил следующее. У меня есть всплывающее окно, два специальных баннера справа, на которые, согласно статистике, люди активно кликают и подписываются. Данные баннеры тоже ведут на подписные страницы, как ни странно. На блоге еще есть специальное окно, которое тоже демонстрируется только один раз, в тот момент, когда человек уходит со страницы. Я на блоге задействую не один только способ взятия подписчиков за уши, как говорится, а сразу использую комплексный подход.

Юсуф: Сколько способов?

Азамат: Напрямую – 2 способа, а фактически – 4 способа. Если вы ведете свой блог, то не ждите, что на ваш блог магическим образом попадут люди из поисковых систем.

Механизм работает следующим образом. Вы изначально строите базу способами, которые мы уже обсудили. Это или партнеры, или покупка рекламы, Яндекс Директ, возможно. Мы сейчас тоже используем Директ, чтобы привлекать холодную аудиторию. Если уже данная база у вас есть и вы с ней работаете: высылаете им офферы, бесплатные материалы. Бесплатный материал вы публикуете на блоге, чтобы создать вирусный эффект. Ваши подписчики получают от вас письмо, что вы

опубликовали у себя на блоге отличное новое видео о том, как взять и посадить огурцы в огороде. Люди приходят на блог на этот пост, и они видят, что это хороший материал. Естественно, в посте вы говорите: «Если вам понравилось, жмите на кнопку ниже и поделитесь данной информацией в Контакте, на Facebook, в других социальных сетях и т.д. Люди жмут, в новостях их друзей отображается ссылка на ваш блог. Новые люди приходят на этот блог и уже там видят всплывающие окна, формы подписки, всплывающее окно на выходе. Этот новый трафик захватывается в виде лидгена (Lead Generation). Вы получаете новых подписчиков в базу, и процесс повторяется. Новая аудитория пропитывается доверием к вам. Вы им высылаете тоже новый материал и т.д. Это такой позитивный круговорот, который никогда не прекращается.

Мой блог в данный момент очень популярен. Он приносит очень хорошее число новых подписчиков. Минимум, 40 подписчиков в день. Вместе этот комплекс. Когда у меня запускается выпуск рассылки, то новый трафик приходит на блог. Когда наблюдается всплеск посещаемости то блог приносит больше подписчиков. Обязательно нужно заводить свой блог. Следует устанавливать все социальные кнопки: like, ретвит. Не превращайте блог в большой балаган. У вас должно быть максимум два баннера. Блог должен быть заточен под то, чтобы строить вам базу, а не зарабатывать вам какие-то копейки. На своей базе вы заработаете гораздо больше.

Юсуф: Круто! Я знаю, ты еще использовал вирусный скрипт, когда ты даешь что-то в качестве бонуса. Мог бы ты поделиться своим опытом в этом направлении? Какой результат он тебе принес?

Азамат: Я использовал скрипт Алексея Захаренко, который называется Fast Subscribers. Есть еще один сервис – Viral Marketing Bomb у Антона Ельницкого. Что я сделал? Я сделал бесплатный продукт. Это сборник интеллект-карт по информмаркетингу. Я специально сделал это в другом формате, потому что я прекрасно понимал, если бы я сделал опять видео-курс, то это было бы абсолютно так же, как и у всех. Я решил упаковать информацию в таком виде, который немного отличается от того, что есть на рынке. Соответственно, ключевая фишка – вы смотрите на интеллект-карту и понимаете все сразу. Вам не нужно смотреть курсы. Было такое уникальное торговое предложение. Можно было продавать данные интеллект-карты минимум за тысячу рублей, но я сделал так, что вы подписывались. После подписки я даю вам партнерскую ссылку. Вы привлекаете по этой ссылке 5 человек. Как только 5 человек подпишутся, вы получаете доступ к этим интеллект-картам, т.е. вам не нужно платить 1,5 тыс. руб. за них. Вы просто привлекаете людей и получаете продукт бесплатно. Вы должны создать нечто, что можно продавать за деньги. Не просто какой-то халявный видео-урок, а именно серию уроков, или серию кастов, или сборник каких-то шаблонов, шпаргалок, т.е. то, что хочется купить за деньги и вызывает большое такое желание, чтобы люди:

«Ага, я бы это купил, но тут бесплатно предлагается. Хорошо, привлеку ему 5 человек». Я это сделал с помощью скрипта Fast Subscribers, который сейчас сильно обновился. Рекомендую его где-нибудь погуглить и обязательно приобрести.

Что я сделал? У нас была одна заминка. В тот период времени, когда я проводил эту компанию, у нас на сайте завелся вирус.

Юсуф: Помню.

Азамат: Когда люди заходили на сайт, их антивирусная программа...

Юсуф: Выдавала такое сообщение «Осторожно, вирус!»

Азамат: Да, «Осторожно, Азамат у вас пытается украсть ваши кредитки и т.д.». Что получилось? От нас отписалось 10 тыс. человек. Я считаю, что это заслуженно. Это была наша ошибка. Было печально, но фишка в следующем. Мы сразу устранили проблему. Впоследствии, буквально за месяц, данный скрипт принес нам 29 тыс. подписчиков. Мы все равно получили больше: 19 тыс. новых человек. Я думаю, люди поймут, что мы не специально это делали, поэтому они, возможно, опять подпишутся. Может, не подпишутся. Все-таки был такой хороший возврат. Причем, это было бесплатно. Мы не платили, как в случае с контекстной рекламой. Сейчас на контекстной рекламе, например, 1 подписчик мне стоит более 30 руб. Мы снижаем эту стоимость, этот порог. С помощью данного скрипта вирусный эффект был такой, что у нас было очень много трафика на сайте. Я бы не сказал, что моя подписная очень хорошо конвертировала. Там процент конверсии был где-то 20 %, максимум 25 %. Но даже в этом случае у нас было много подписчиков. Это был резкий скачок к 50 тыс. Потом 70 с чем-то стало, сейчас 80 тыс.

В настоящее время мы применяем следующие инструменты: Яндекс. Директ, автовебинар, который мы запустили, скрипт Fast Subscribers, безусловно, нам принес много трафика.

Юсуф: Получается, у тебя было 50-60 тыс. Имея базу в 50-60 тыс., за счет этого скрипта ты привлек дополнительные 30 тыс.

Азамат: Да. Если смотреть на результаты этой кампании, мы видим, что у нас в базе где-то 5 тыс. активной аудитории. В целом количество кликов по ссылке тех людей, которые в интеллектуальных картах были заинтересованы, составляет около 15 тыс. человек. Вполне нормальная статистика. Остальные спят. 15 тыс. человек, из которых кто-то привлек 5 подписчиков, а кто-то этого не делал. Если даже 5 тыс. человек привлекут по 5 человек в вашу базу, вы уже получите 25 тыс. В том случае,

если у вас всего лишь 1 тыс. человек и каждый из них привлечет по 5 человек, это уже 5 тыс. новых подписчиков. Главная цель – создать то, за что люди будут рады привлекать вам людей. Действительно что-то ценное. Что-то, во что вы вкладываете душу. Вот эти интеллект-карты я создавал месяц. Это не просто за 1 день сесть и записать какую-то халявную лекцию. Это действительно продукт, который можно было продавать за деньги.

Люди прекрасно понимали, что в данную работу был вложен большой труд. Я мог здесь сказать: «Привлеките одного человека, и я вам дам бесплатную ссылку на загрузку». Нет, нужно было именно 5. Можно было сказать 10 человек, и это было бы честно. Если вы будете использовать данный скрипт, создайте то, что вы смогли бы продавать за деньги и потом предлагайте адекватный обмен, т.е. вы привлекаете 5 человек либо 3-4 человека, либо даже 10 человек. В обмен на это я вам дам ссылку для скачивания. Естественно, будут люди, которые будут говорить: «Я подписал все свои e-mail и не получил подарок». Скрипт не простой. Он сразу видит, если человек пытается подписать свои e-mail. Если человек подписывает несколько адресов со своего IP, скрипт ему подарок не дает. В нашу службу поддержки поступило очень много писем со словами: «Азамат плохой, козел. Ты обещал. Я подписал все свои e-mail, а где мой подарок?» Все-таки результат важнее, чем всплеск негативных комментариев. На фоне данных халявщиков были люди, которые привлекли людей, получили интеллект-карты и были в шоке, что они приобрели большую ценность за совершенно простые действия такие, как прописать партнерскую ссылку в Twitter, Контакте и на Facebook.

Рекомендую использовать скрипт. Можно использовать скрипт или сервис Антона. На днях состоялся тренинг у Николая Мрачковского и Андрея Парабеллума. Около 40 % аудитории было привлечено таким образом. 40 тыс. участников собрал данный скрипт. Не этот скрипт, а сервис, но технология одна и та же.

Юсуф: Очень-очень здорово. Скажи, ты тестируешь сейчас Директ? Там есть какие-то результаты, которыми можно уже поделиться? Имеется в виду, сколько подписчиков приносит тебе Директ? Рекомендуешь ли ты нашим читателям сфокусироваться на привлечении подписчиков с холодного трафика?

Азамат: Да. Я на все 100 % рекомендую использовать холодный трафик. Сейчас я не могу сказать, что мы получаем очень много подписчиков. Мы начали работу на Директе не очень давно. Пока мы отладили рекламную компанию. Со стороны Алексея там все нормально. Все, что он делает. Он может привести очень много кликов, очень много трафика. Основная проблема именно во мне. У меня не очень хорошо конвертируемая подписная страница. Я сейчас над этим работаю. В целом даже при небольшом количестве этих подписчиков, которых мы сейчас получаем, я заметил одну такую странную и очень позитивную вещь. Люди, которые приходят с Яндекс Директа, лучше

покупают мой входной продукт, который рекламируется после подписки. Те люди, которые целенаправленно в Яндекске ищут этот материал по моей теме и подписываются сначала на мой бесплатный урок, а после него я сразу предлагаю приобрести небольшой комплект стартовых тренингов за символическую стоимость. Все эти люди покупают лучше, потому что у них такой фрейм, что человек сам активно искал и, наконец, нашел.

Я считаю, этот трафик монетизируется хорошо, но здесь есть один нюанс: многие люди приходят в рассылку именно из социальных сетей. Данные люди – информационные пылесосы. Они видят ссылку: «Ой, прикольный бесплатный тренинг. Я подпишусь». Что-то активно они в этот момент не искали. Чтобы построить действительно качественную базу, нужно обязательно вкладываться в Директ. Мы используем еще Бегун. Google пока не используем, потому что я опять торможу с этой подписной страницей специально для Google. Здесь фишка в том, что вы получаете людей, которые активно искали информацию. Они получили ее от вас, и все – вы для них гуру. Они будут активнее открывать все эти письма от вас. Они действительно проверяют свой ящик и т.д. Те, которые варятся в социальных сетях, многие из них в e-mail вообще не заходят, потому что они и так в социальных сетях постоянно сидят. Им нужны новые тренинги, новые тренинги, новая инфа, новая инфа. Я заметил, что данный трафик у меня лично хуже покупают. От тех, кто приходит с Яндекс Директа, заказы идут ежедневно. Приходящая к нам холодная аудитория сначала подписывается, смотрит бесплатный урок и покупает какой-то платный пакет тренингов. У нас заказы идут каждый день. Я бы не сказал, что большое количество, но все-таки интересно наблюдать.

Яндекс Директ – источник холодного трафика, в процесс которого потенциальный клиент сначала сам ищет информацию. Магическим образом он ее находит в виде вашей информации. Это более качественный трафик, за который вы платите, конечно, больше денег, но в долгосрочной перспективе, он лучше монетизируется и лучше реагирует на ваши письма и коммерческие предложения.

Не бойтесь вкладывать деньги в рекламу. Я понимаю, что скрипты, Fast Scrbers и Viral Marketing Bomb, – звучит очень сексуально и здорово, особенно по цифрам. Азамат построил буквально за один месяц. Все, что приходит с Яндекске, приносит больше денег, нежели большие базы, которые строятся с помощью социальных сетей. По крайней мере, у меня на практике. Может, я пока не умею монетизировать эту аудиторию. Лучше получается именно те, которые приходят в холодной. Безусловно, для строительства базы нужно использовать все в комплексе. Если вы сейчас начинаете, то сделайте.

Шаг первый. Вы должны сделать какой-то продукт, который вы могли бы продавать за деньги, но вы его отдаете бесплатно. Делайте подписную под него страницу. Возможно, на заднем фоне вы будете предлагать какой-то продвинутый тренинг, как в моем случае. Потом в комплексе вы должны использовать те методы привлечения потенциальных клиентов, которые работают. Мы обсудили это:

Яндекс, Google, Бегун (это партнерская программа). Естественно, вы не просто будете сидеть и ждать, когда придут партнеры. Вы сами будете им звонить, писать, стучать. Будут много посылов вникуда. Без этого информационный маркетинг вообще не обходится. Более того, это и скрипты Viral Marketing Bomb, это будет и покупка рекламы в рассылках, в разных он-лайн журналах. Сейчас есть много различных инструментов, много площадок, собственный блог, всплывающие окна, про которые я как раз говорил.

Когда привлекается трафик, привлекаются подписки. Нужно выполнять определенный месячный план: как вы будете монетизировать базу, т.е. либо вы делаете запуски, либо вы делаете спецпредложения, либо вы проводите бесплатные вебинары, на которых вы будете закрывать людей на продаже. В общем, план монетизации должен быть абсолютно на каждый месяц. Этот план должен соответствовать той финансовой цели на месяц, которую вы себе ставите. Без определенного фанатизма вы должны понимать, что бизнес есть бизнес, и здесь цели – хорошая вещь, но заикливаться на них не нужно. Вы должны работать на длинное плечо, а не на то, чтобы обязательно в этом месяце получить деньги. Посвящайте себя процессу и просто действуйте в рамках двух главных категорий – это привлечение потенциальных клиентов в виде подписчиков и монетизация базы.

Юсуф: Классно! Чтобы завершить это прекрасное интервью, я задам последний вопрос. Конкретные действия для инфобизнесменов, которые находятся на разных уровнях развития. Ты уже перечислил все эти способы. Сейчас мы сложим это как пазл. Человек, у которого еще нет подписной базы. Какое-то действие он должен сейчас пойти и сделать, чтобы дать старт своему бизнесу? Первый шаг, чтобы начать создавать свою базу?

Азамат: Как я уже сказал, сначала необходимо сделать продукт, который можно было бы продавать за деньги, и создать под него подписную страницу. Причем, хорошую подписную с хорошим копирайтингом. Если у вас с копирайтингом проблемы, то можно найти много хороших материалов, например, у Виктора Орлова. Замечательные материалы у Павла Береснева. Вы обязательно должны оттачивать навык копирайтинга.

Что я бы порекомендовал новичку? Я бы порекомендовал главный способ – посмотреть на свою сильную черту. Если у вас аналитический склад ума, т.е. человек, который любит и умеет считать, у вас были хорошие оценки по математике, то, безусловно, если вы любите наблюдать за статистикой, чтобы смотреть, как движутся дела и т.д. Если вы любите цифры, считать конверсию, Google Analytics, то для вас лучше всего подойдет Директ. Вы открываете рекламную кампанию, загружаете ключевые слова и все это дело мониторите, привлекаете холодный трафик. В том же случае, если вы больше гуманитарный человек. У вас лучше получается общаться. Вы умеете

знакомиться с людьми, разговаривать с ними, договариваться, то открываете партнерскую программу и применяйте способ для того, чтобы запартнериться с кем-либо. По крайней мере, купить на какой-то площадке рекламу, в какой-то рассылке и т.д. Если вы любите переписываться, общаться по e-mail, скайпу, то на партнерских отношениях вы можете сделать уже тот самый шаг, который я делал сам, когда начинал. Я запустил рекламу в рассылке, получил первую тысячу читателей. Выберите что-то одно.

Если вы новичок, то очень важно – не засорить собственное внимание различными вещами, а использовать простые действия: создать продукт и подписную страницу и взять за основу один источник трафика, один инструмент привлечения подписчиков, который больше всего соответствует вашим сильным внутренним качествам. Привлекаете с помощью этого инструмента первую сотню, две сотни, три сотни либо пять сотен подписчиков. Потом постепенно подключаете еще и другие инструменты.

Если вы уже профи, если у вас есть уже какая-то собственная база, то, во-первых, подключайте партнерскую программу. Безусловно, рекомендую вам использовать скрипт Fast Subscribers или Viral Marketing Bomb, чтобы провернуть рекламную кампанию. Также вы можете использовать личные вебинары, чтобы привлекать подписчиков. Например, вы проводите вебинар и партнеритесь со своим партнером: «Давай проанонсируем вебинар на твою аудиторию. Все люди, которые на него придут. Если они покупают у меня что-то на презентации, я с данных продаж плачу тебе, например, 60 % прибыли». Естественно, ваш партнер отправляет этих людей на вашу страницу приземления, где они попадают сначала в вашу базу.

Автовебинары – это тоже модный тренд, который будет постепенно набирать популярность на российском рынке. Он является эффективным инструментом в области лист-билдинга. Я думаю, мы с вами поговорим об автовебинарах, когда сами оттестируем данную технологию.

Если вы профессионал, то вы должны применить все выше перечисленное: вирусную рекламную кампанию, партнерские рекламные кампании, создать блог, анонсировать новые посты на тех людей, которые уже есть в базе. Пускай, они вам приведут новую аудиторию из списка своих друзей на Facebook, Одноклассниках, ВКонтакте и т.д. Ваша база будет увеличиваться еще более быстрыми темпами.

Юсуф: Большое спасибо, Азамат! Ты прошелся по всем категориям: для тех, кто начинает, и для тех, кто уже профессионал, у кого есть база. Я думаю, что это готовый пошаговый план для старта бизнеса.

Азамат: Спасибо тебе, Юсуф!