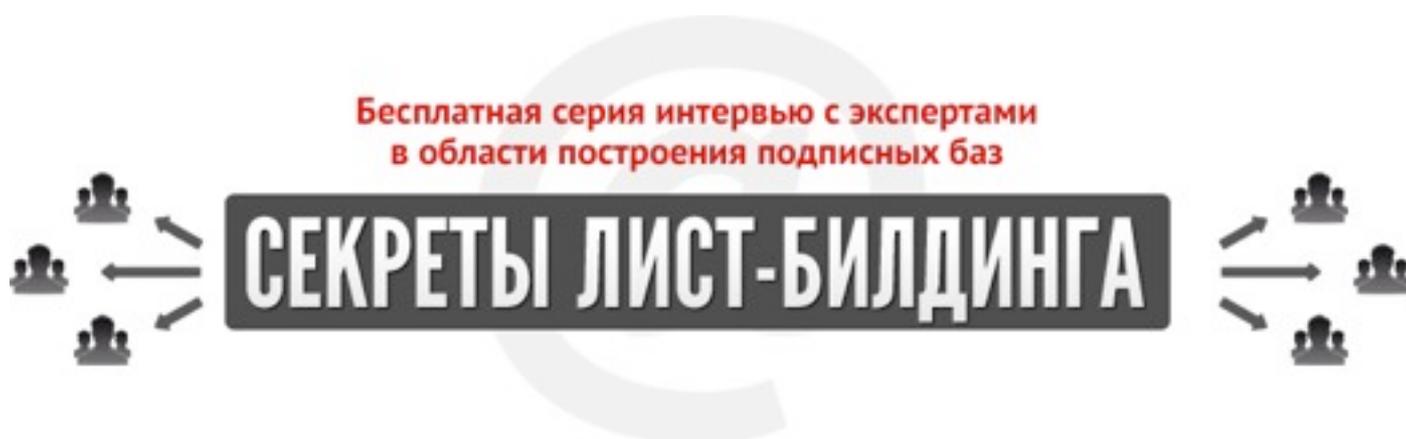


\* Остальные интервью серии «Секреты лист-билдинга» вы можете скачать, кликнув по ссылке: <http://russianmarketing.ru/listbuildingsecrets/>



## Интервью с Алексеем Захаренко (<http://www.brothers-company.ru>)

**Юсуф:** Привет, Алексей! Расскажи, пожалуйста, о своем проекте. С какого момента ты начал собирать подписки?

**Алексей:** Привет, Юсуф! Я создал проект по веб-дизайну, т.е. дизайну интернет-сайтов. На первоначальных этапах работы я не собирал подписки. Я просто сделал платный продукт для того, чтобы оценить, будет ли он работать или нет. Довольно долго я работал без подписной базы.

**Юсуф:** Насколько долго?

**Алексей:** Я продавал продукт примерно 2-3 месяца. В то время я не понимал, что подписная база является главным активом. Я общался с моим коллегой, Василием Медведевым, который порекомендовал мне обязательно создать собственную базу. В какой-то момент я все-таки решил: сделал подписную страницу и постепенно начал набирать базу. Все это происходило примерно через 2-3 месяца после создания самого продукта. Я начал набирать с бесплатных источников: зарегистрировался на различных форумах и начал общаться с людьми, рассказывать им о своем бесплатном курсе и т.д.

**Юсуф:** Ты оставлял в подписях ссылку или напрямую рекламировал продукт?

**Алексей:** Просто напрямую приходил и говорил: «Вот есть такой курс». Рассказывал людям о преимуществах своего продукта и отвечал на их вопросы. Мне самому было интересно общаться на форумах по теме дизайна. Кроме того, я оставлял в подписях ссылку. Наблюдал за тем, как все это работает. Естественно, многие форумы меня банили. Примерно на 8 из 10 форумов меня сразу банили. Потом я просто стал общаться, и народ приходил через подписи.

**Юсуф:** Сколько примерно людей? Какой эффект получился от выполненных действий?

**Алексей:** Самок классное, что у меня с одного форума 2-3 человека купили продукт. Точную цифру я не знаю.

**Юсуф:** Здорово! В целом, сколько времени ты тратил на форумы, и сколько это тебе в результате дало подписчиков? Если ты отслеживал или если нет, то примерно как ты думаешь?

**Алексей:** В то время я еще не отслеживал. В этой теме я тогда очень плохо разбирался. Примерно час в день я тратил на общение. По моим приблизительным подсчетам пришло около 1000 человек за все время, 8 месяцев, пока я создал базу.

**Юсуф:** Хороший результат! Многие вообще мучаются вопросом, как же набрать первую тысячу и насчет форумов даже не задумываются, что можно просто тратить какое-то время на общение на тематических форумах. Я очень рад слышать, что существуют такие примеры. Итак, ты сначала набирал базу с помощью бесплатных методов. Твой продукт продавался «на фоне»?

**Алексей:** Да, там была рассылка с автоматической серией. Сначала предлагался бесплатный двухчасовой видео-курс по дизайну. Далее шло предложение из 4-5 писем купить курс.

**Юсуф:** Ты пока что не рекламировал свой продукт напрямую (в контекстной рекламе и т.д.)?

**Алексей:** Нет. Я сравнил конверсию через бесплатный курс. Покупало там примерно в 2-3 раза выше, поэтому я решил продавать именно таким образом.

**Юсуф:** Что же произошло после того, как ты применил стратегию на форумах? Какие были дальнейшие действия?

**Алексей:** Далее я изучил курс Азамата Ушанова по массовым продажам и стал задумываться о партнерстве с кем-то. Я понял, что сейчас меня никто не знает, денег у меня особо нет, чтобы замечать какие-то крупные партнерства. Например, к тебе, Азамату, Жене Попову просто так не подберешься, даже в суппорт не пустят. Я решил начать с самого низа – начать заключать партнерства с мелкими инфобизнесменами в моей нише (по дизайну). Как правило, их базы насчитывали 1000, 2000, 3000 подписчиков. Когда я с ними заключил партнерство, у меня уже была определенная статистика о количестве заказов, конкретных результатах.

После я начал устанавливать контакты с инфобизнесменами, у кого было 5000-10000 подписчиков. Когда я уже подтвердил достигнутые результаты, то и люди начали соглашаться. В результате я дошел в своей нише, можно сказать, до самых крупных игроков, не беря, конечно, таких, как ты, Женя Попов и т.д. Самый крупный мой партнер имел базу в 35 тыс. подписчиков.

**Юсуф:** Это очень круто. Ты действовал постепенно не так, как многие новички, которые приходят и сразу хотят запартнериться с крупными игроками. Ты начал именно с тех, у кого были более адекватные цифры. Как правило, те люди, у которых 2-3 тыс. человек в базе, более настроены на сотрудничество, поскольку они сами только делают первые шаги в инфобизнесе.

**Алексей:** Конечно, у них у самих нет денег. Есть реальный шанс заработать, ведь ты такой же, как и они, т.е. находишься на одном уровне с ними. Плюс, его подписчикам дается бесплатный материал.

**Юсуф:** Кстати говоря, здесь есть небольшой секрет. Как правило, те люди, у которых маленькая база, работают с ней лучше, чем, может быть, даже я или какие-то крупные игроки, как Женя Попов. Я помню, когда она у меня была база в 2000, я общался с ней более активно. Было больше интереса.

**Алексей:** Я заметил, что там конверсия подписок на бесплатные курсы была выше.

**Юсуф:** Да. Секрет заключается в том, что именно с маленьких баз, как правило, количество переходов больше. Конечно же, ниже, чем с базы в 50 тыс. подписчиков, но в процентном соотношении она куда больше. Скажем, с базы в 3 тыс. подписчиков ты можешь получить примерно 300-500 кликов. В то время как с базы в 5 тыс. подписчиков, ты можешь получить 3000-5000 кликов. Как правило, когда большая база, коэффициент кликов открытия писем, переходов через письма, уменьшается. Иногда лучше запартнериться с пятью базами в 3 тыс. человек, чем с одной базой в 50 тыс. Порой это бывает более эффективно в плане продаж, кликов и всего перехода.

**Алексей:** Согласен. Это происходит потому, что небольшие базы обычно набираются за счет рекомендаций друг друга. Такие люди приходят не через рекламу, именно по рекомендации, поэтому, на мой взгляд, получается такой эффект.

**Юсуф:** Доверие в таких рассылках тоже достаточно высокое, поэтому и конверсия оттуда наблюдается довольно солидная. Отлично, одна эффективная стратегия за другой. Сколько подписчиков насчитывается в твоей базе сейчас?

**Алексей:** Сейчас в базе 22 800 подписчиков.

**Юсуф:** За сколько времени ты ее набрал?

**Алексей:** За 8 месяцев.

**Юсуф:** Были ли какие-то определенные пики? Ты стабильно набирал эту базу в течение 8 месяцев или были какие-то вспышки?

**Алексей:** Были большие вспышки. Я набрал 80 % базы за счет двух тактик – партнерство с крупными игроками в нише и покупка рекламы, на которую потратил очень много денег.

**Юсуф:** Давай теперь поговорим о твоём выгодном сотрудничестве, которое принесло много подписчиков. Что это было за партнерство? Чем ты можешь поделиться, рассказать об этом?

**Алексей:** Я понял, что с крупным игроком гораздо легче заключить партнерство, если сделать какой-то совместный курс.

**Юсуф:** Да, это логично.

**Алексей:** Потому что здесь есть и его заинтересованность, и курс получается качественный, и все довольны. И его подписчики, и мои. Получается несколько эффектов. Ты набираешь базу и продаешь, и твой авторитет повышается за счет этого.

**Юсуф:** Да, конечно. В результате ты записал с кем-то совместный курс. Данный человек, с которым ты запартерился, направил трафик на твою подписную страницу или что-то другое произошло?

**Алексей:** Я работал по следующей схеме. Я стал заходить на сайты, где есть видео-курсы. Отобрал там по своей нише всех авторов и создал табличку. У меня получилось около 100 авторов. Дальше начал отправлять им предложения заключить партнерство. Я потратил несколько дней, чтобы составить качественное предложение. Грамотно описал все выгоды и плюсы, что впоследствии повлияло на результат конверсии.

**Юсуф:** Да, умно.

**Алексей:** Потом всем разослал. Из 100 человек согласились около 6-8. Конечно, большинство отказалось. С теми, кто откликнулся, я запартерился. Затем повторно прошелся по этой базе. Примерно столько же людей еще запартерилось со мной.

**Юсуф:** Т.е. ты отправил второе письмо по тому же самому списку?

**Алексей:** Да. Некоторые люди в какой-то момент были заняты, например, над своими курсами. Некоторых я не заинтересовал, так как был еще новичок. Когда у меня появились статистические данные о численности базы, количестве продаж и информация о подписчиках, тогда они уже более серьезно стали ко мне отнеслись и заключили партнерство.

**Юсуф:** По этому списку ты предлагал партнерство для того, чтобы продавать собственные продукты или записывать с ними совместные курсы?

**Алексей:** В первом письме я предлагал отправить бесплатный контент в виде бесплатного курса для их базы. Подписчикам нравился курс, поэтому я с удовольствием его предлагал. Во втором письме была рекомендация платного курса за комиссию в 40-50 % от суммы продукта. Я работал по стандартной схеме.

**Юсуф:** Перейдем к цифрам. Какой результат был от партнерства с другими инфобизнесменами? Сколько полученных подписчиков и сколько потраченных часов?

**Алексей:** Я занимался этим примерно 3-4 месяца, и принесло мне это 10-12 тыс. подписчиков.

**Юсуф:** Отличный результат!

**Алексей:** На мой взгляд, это один из самых эффективных способов по увеличению подписной базы.

**Юсуф:** Да, согласен. Тем более, данные люди есть в чей-то рассылке. Они уже знают, что такое рассылка и продукты.

**Алексей:** Конечно.

**Юсуф:** Когда ты решил использовать платную рекламу? Что тебя подтолкнуло к мысли о том, чтобы купить рекламу? Ты покупал ее на страницу подписки?

**Алексей:** Да, на страницу подписки. Что меня подтолкнуло? Однажды я зашел в SmartResponder, чтобы посмотреть тематические рассылки или, может, добавить кого-то еще. Увидел там рассылки Жени Попова, по-моему, и Зинаиды Лукьяновой.

**Юсуф:** Да, у них большие базы.

**Алексей:** Сейчас они муж и жена. Я представил, что в сумме у них несколько сотен тысяч подписчиков. Посчитал, сколько они зарабатывают за релиз и просто офигел. Получается, что несколько миллионов. Я решил, что если я сейчас буду полностью вкладываться в рекламу и уходить в ноль, даже в минусы, то через несколько лет я выпущу всего один курс, и все мне это окупится. С того момента я это понял и просто начал покупать массовую рекламу. Были месяцы, когда я тратил на рекламу около 60- 80 тыс. руб. на одну только баннерную рекламу.

**Юсуф:** Здорово. Отличная логика!

**Алексей:** Очень хотелось, чтобы люди не жадничали и понимали всю суть. Ведь пройдет пару лет, и все ниши будут заняты. Не воткнешься, и уже не получится столько заработать. Кто это поймет, мне кажется, через пару лет будет самым крупным игроком в своей нише и будет очень много зарабатывать.

**Юсуф:** Да, это очень хорошая инвестиция. Итак, ты использовал баннерную рекламу на своей странице подписки, и контекстную тоже?

**Алексей:** Баннерную и контекстную. Я все перепробовал все: и тизерную рекламу, и другие варианты. Тизерную рекламу я крайне не рекомендую, потому что там очень много переходов, но конверсия подписки очень-очень маленькая. По-моему, там даже нет 1 %.

**Юсуф:** Если сравнивать баннерную или контекстную рекламу, то в твоём случае что лучше сработало?

**Алексей:** Лучше работала контекстная реклама, так как там более целевой трафик. Хотя баннеры тоже стоит покупать на тематических сайтах, поскольку процент подписок сильно влияет, если подписчики приходят с тематического и нетематического сайта. Большой разницы между этими видами рекламы нет.

**Юсуф:** Примерно одинаково?

**Алексей:** Да, примерно одинаково. Единственное, если найти какой-то крупный портал, то идет гораздо больше трафика с баннерной рекламы.

**Юсуф:** По моему опыту, были случаи, когда с баннеров была гораздо выше конверсия, чем с контекстной рекламы. Я думаю, это зависит от конкретного портала, на котором размещаешь рекламу. Какая конверсия подписки у тебя была?

**Алексей:** С баннеров или каких-то других видов рекламы?

**Юсуф:** С баннеров и контекстной рекламы.

**Алексей:** С баннеров, по-моему, около 10 %. Если взять баннер с контекстной рекламой или простой трафик, то с баннеров у меня была намного ниже. Не знаю, почему. Если рекомендовал в рассылке, то было около 40-50 %, а с баннеров та же самая страничка около 10 %.

**Юсуф:** Сколько тебе обходился 1 подписчик?

**Алексей:** Около 10-15 руб.

**Юсуф:** Стандартная цена.

**Алексей:** Цена постепенно возрастала, потому что на одном портале сидят постоянно одни и те же люди. Все, кто уже можно, кликнул по баннеру. Народу заходило все меньше и меньше, поэтому цена возрастала. В какой-то момент мне стало очень невыгодно: стал уходить в большой минус.

**Юсуф:** Ты проводил какое-то тестирование с самой страницы подписки?

**Алексей:** Да, тестировал различные заголовки и сам контент предложения. Наверное, это очень сильно влияет.

**Юсуф:** Что именно повлияло?

**Алексей:** Различные кнопки, формы. Дизайн практически не влияет на конверсию. В моем случае оказывал влияние заголовков: поднял на несколько процентов. Сильно повлияло изменение самого предложения. Когда вместо одного курса я предложил несколько совместных курсов и дополнительные видео-уроки, то стало подписываться больше людей.

**Юсуф:** Намного возросло?

**Алексей:** Если брать баннеры, то с 10 до 15-16 %. Если учесть, что я тратил на это деньги, то для меня это было очень ощутимо.

**Юсуф:** В полтора раза! Это очень-очень ощутимо. Действительно нужно проводить тестирование. Я тоже всегда говорил, что оффер – это самое главное. Еще раз убеждаюсь в этом. Я тоже думаю над тем, какие еще офферы можно оптимизировать или что-то добавить.

**Алексей:** Еще несколько слов про тестирование. В заголовке я использовал матерное слово, что повысило мою базу на несколько процентов. У меня много подписчиков, которые приходят в веб-дизайн, даже не имея представления о фотошопе или, еще хуже, вообще о компьютере. Поэтому я решил отсеять таких людей. Я думал, что использования такого нестандартного метода (включение в предложение матерных слов) моя конверсия, упадет с 18 % до 10 % примерно. Оказалось, что она поднялась еще на пару процентов.

**Юсуф:** Прикольно. Что ты там написал?

**Алексей:** Я скину ссылку на данное предложение. Я написал, с кем мне не хочется работать и с кем мне интересно и приятно работать, и кому я хочу продавать свои продукты.

**Юсуф:** Сразу отсеял ненужную аудиторию.

**Алексей:** Я посмотрел, что они мне пишут большое количество писем, но ничего не заказывают.

**Юсуф:** Я думаю, ты тем самым привлек как раз дополнительные проценты своей целевой аудитории.

**Алексей:** Да. Я подписался на какую-то бизнес-рассылку. Прочитал полученную информацию и выполнил некоторые рекомендации. Результат меня порадовал.

**Юсуф:** В общем, у тебя происходит сбор подписки только через страницы или есть еще какие-то способы, с помощью которых ты привлекал подписчиков в свою базу?

**Алексей:** Есть еще способ – через YouTube. У меня есть помощник. Я дал его ему задание проработать этот способ. Он залил видео на YouTube и выполнил все рекомендации. На сегодняшний момент пришло около 30 или 40 подписчиков. Если учесть, что на YouTube мою тему ищут немногие, то это довольно хороший результат.

**Юсуф:** Еще раз. Ты закачал видео на YouTube.

**Алексей:** Да.

**Юсуф:** Одно?

**Алексей:** Нет, около 15 узко тематических видео.

**Юсуф:** Ты поместил ссылку в комментариях к видео или в самом видео?

**Алексей:** И в самом видео, и под комментариями.

**Юсуф:** Какой результат это приносит?

**Алексей:** На сегодняшний момент 28 человек с YouTube.

**Юсуф:** Сколько времени уже прошло?

**Алексей:** Примерно месяц. Количество просмотров видео не очень большое. Если подыскать аудиторию, то будет лучше.

**Юсуф:** Я думаю, что это отличная тактика для людей, у которых темы подходят для размещения и привлечения людей через YouTube. Если есть какой-то результат, то очень хорошее начало.

Теперь давай поговорим на тему монетизации. К примеру, ты покупаешь одного подписчика за 10-15 руб. Ты их сразу монетизируешь? Какой у тебя план по монетизацию именно «свежей крови», т.е. новых подписчиков?

**Алексей:** Сначала я предоставляю им два видео-курса, т.е. в рассылке идет двухчасовой видео-курс по дизайну, потом семичасовой курс по дизайну верстки, Word Press. Далее я отправляю ссылку на реформал, т.е. сервис, где можно добавлять идеи. Спрашиваю людей, что они хотят узнать, чтобы я сделал для них видео-уроки. Кстати говоря, это многих цепляет. Мне приходило много писем. Люди говорят, это лучшее письмо, которое он получал из рассылок.

**Юсуф:** Имеется в виду, что письмо со ссылкой на реформал является лучшим?

**Алексей:** Да. Я написал в письме: «Напишите, на какую тему вы хотите получить видео-уроки от меня, и я их сделаю для вас». После этих трех писем идет письмо с предложением купить курс. Далее снова бесплатный контент переплетается с рекомендацией одного или двух партнерских продуктов тоже по моей нише.

**Юсуф:** После того, как человек попадает к тебе в подписку, у тебя начинает работать определенная система писем, которая продает. Есть ли какие-то конкретные цифры? Например, какой процент людей закрывается на продаже? Сколько и в течение какого времени приносит 1 подписчик? Такие вещи высчитываешь?

**Алексей:** Пока такие конкретные цифры не высчитывал. Есть только данные о конверсии продаж.

**Юсуф:** Сколько людей, которые заходят, подписываются на твою рассылку и покупают в итоге?

**Алексей:** Конверсия продаж равна 0,8.

**Юсуф:** Отлично, близко к одному.

**Алексей:** Однако конверсия продаж сильно упала, когда мой видео-курс попал на всякие торренты и т.д. Продажи уменьшились в 3-5 раза.

**Юсуф:** А ты пробовал INFOPOLICE.NET?

**Алексей:** Да, я пробовал. Кстати, он мне сильно помог. Закрыли около 200 раздач на нем. Продажи вроде бы восстановились. Конечно, не так, как было до этого, но все равно лучше.

**Юсуф:** Какой у тебя в среднем open rate, click rate?

**Алексей:** Открываемость в среднем около 20-25 %. Наверное, это зависит от тематики письма. Я заметил, что заголовок не особо повышает. Повышает именно само предложение того, что я рекомендую. Самая большая открываемость писем наблюдалась, когда я искал себе помощников в команду. Людей интересуют предложения о заработке денег прямо сейчас. Даже если я даю какой-то бесплатный контент, то не все подписчики его открывают.

**Юсуф:** Что именно в твоей практике давало резкий скачок открытия и кликов? Ты говоришь, что все примерно одинаково и вспышки активности наблюдались только, когда ты искал себе помощников. Может быть, что-то еще?

**Алексей:** Да, было. Например, когда используешь такие выражения, как «я чуть не повесился» или что-то подобное из желтой прессы, тогда наблюдается сильный скачок, и закрываемость становится равной примерно 30 %. Однако приходит несколько десятков или сотен матерных писем или предложений обратиться к психологу. Многие неправильно понимают мои предложения.

Думают, наверное, что я всерьез говорю. Если поднять конверсию, то это положительно влияет на конечный результат.

**Юсуф:** Какие ошибки ты допустил во всем этом процессе? От чего бы хотел предостеречь начинающих инфобизнесменов?

**Алексей:** Первая ошибка – то, что я не стал сразу собирать базу. Хотя для меня это был плюс, потому что чем больше ошибок, тем продуктивнее ты потом работаешь.

Второе – как и кому предлагать партнерство.

**Юсуф:** Вот здесь поподробнее. Какие именно ошибки ты допустил в плане партнерств?

**Алексей:** Наверное, я не допустил много ошибок, ведь составлял свои предложения по курсу Азамата. Во-первых, мне приходят различные предложения с низким процентом комиссионных. Буквально вчера или сегодня мне пришло письмо. Предлагают тоже что-то порекомендовать за 25 % комиссионных. На мой взгляд, это смешно. Минимум, 40 %. Вообще, стандартно – 50 или 60 %.

**Юсуф:** Да, 50 % - хорошая цифра.

**Алексей:** Во-вторых, многие не прилагают информации о преимуществах курса. Они пишут о том, что сами получают. Лучше написать, какие выгоды получают твои партнеры, сколько они заработают. Я прям конкретно прописывал: если мы сделаем 100 продаж, вы получите такую-то сумму. Рассказ обо всех выгодах, которые человек получить при сотрудничестве со мной. Указывал в своем предложении то, что имеется бесплатный качественный курс для подписчиков. Когда отправляются посылки, обзваниваются клиенты. Когда посылки приходят, отправляется сообщение о том, чтобы забирали товар. Все эти действия повышают конверсию. Тем самым, повышается прибыль. Перечислял все нюансы, которые помогут мне заключить партнерство.

**Юсуф:** В самом начале я слегка упустил этот момент. Сначала ты предлагал пустить трафик на opt-in страницу, а потом прорекламирровать твой курс?

**Алексей:** Да, я предлагал только так, потому что для тебя подписчики – это гораздо важнее. Партнер предлагал либо то, либо это. Я выбирал просто рекомендацию бесплатного курса.

**Юсуф:** Получается, что это тебе ничего не стоило?

**Алексей:** Да, это совершенно бесплатно. Если кто-то вкладывает деньги, то он поймет, в чем плюс. Ведь получаешь несколько сотен, если даже не тысяч подписчиков абсолютно бесплатно.

**Юсуф:** Это еще один большой плюс партнера с маленькими базами. Они не боятся отправить трафик на опт-ин и получить следующий ответ от крупных игроков рынка: «Я не буду тебе отдавать своих подписчиков». Получается, ты давал 50 % на основной оффер?

**Алексей:** Да, 40-50 % в зависимости от базы. Чем больше базы, тем больше процентов я предлагал.

**Юсуф:** Мог бы ты поделиться своим шаблоном предложения?

**Алексей:** Да, конечно. Я отправлю его тебе на почту.

**Юсуф:** Я считаю, ты уже дал огромное количество советов за очень короткий промежуток времени. Большое тебе спасибо!

**Алексей:** Я хочу дать еще один совет по бесплатной рекламе. Не рекомендую напрямую рекламировать свои продукты на форумах. Самый лучший способ – когда ты помогаешь другим людям решить какую-то проблему, и они сами к тебе приходят с тематических форумов. Например, они спрашивают тебя: «Как нарисовать шапку сайта?» Ты даешь рекомендацию. У тебя стоит ссылка в подписи на твою страничку. За счет этого народ и приходит.

**Юсуф:** Т.е. ты не говоришь, что «вот решение, перейдите по моей ссылке, подпишитесь».

**Алексей:** Это полностью надо убрать. Когда народ решит свою проблему, он поймет: «А кто это мне подсказал? У него что-то есть интересное. Подпишусь я на его страницу».

**Юсуф:** Сначала ты что-то делаешь. В результате все довольны: и администратор форума доволен, и пользователи. У тебя ссылка в подписи стоит, и трафик тоже идет. Да, отличный совет. Если есть еще какие-то мысли и советы для читателей?

**Алексей:** Есть одно пожелание – покупать рекламу в массовом порядке и отслеживать ее эффективность. На первоначальных этапах бизнеса моей ошибкой было то, что я покупал рекламу, но не отслеживал откуда сколь людей приходит.

**Юсуф:** Как ты сейчас отслеживаешь?

**Алексей:** Я отслеживаю либо через сервис, где есть сразу статистика, либо через Google Analytics.

**Юсуф:** Через сервис, где есть статистика?

**Алексей:** Система называется «Ротобан». Она продает баннеры, и выдает информацию о том, сколько переходов, сколько кликнуло и какая конверсия.

**Юсуф:** Система позволяет устанавливать специальный код на страницу успешной подписки или как?

**Алексей:** Нет, она сама как-то считает. Я не знаю, как. В самом сервисе есть панель управления, в которой имеется вся статистика. Единственный минус этих сервисов – мало незарегистрированных сайтов.

**Юсуф:** Получается, что ты размещаешь рекламу через «Ротобан» и используешь баннеры?

**Алексей:** Да.

**Юсуф:** Огромное спасибо от меня и от всех читателей, потому что ты действительно выдал очень много полезной информации. Удачи тебе!

**Алексей:** Спасибо! Тебе тоже!