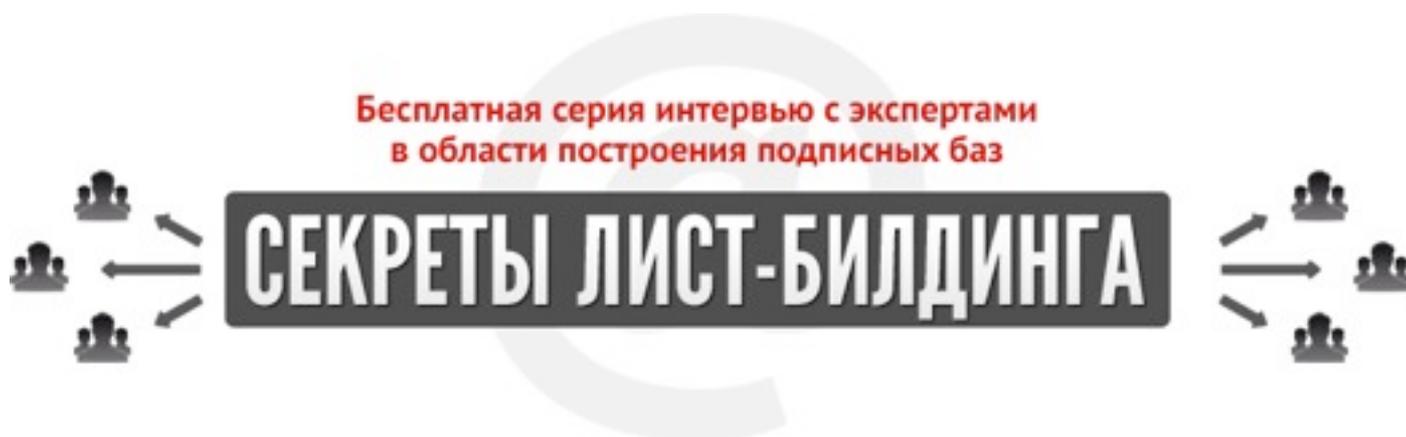


* Остальные интервью серии «Секреты лист-билдинга» вы можете скачать, кликнув по ссылке: <http://russianmarketing.ru/listbuildingsecrets/>



Интервью с Артемом Летушевым и Антоном Ведерниковым (<http://www.vistara.ru>)

Юсуф: Всем привет! С вами Юсуф Губайдуллин. Сегодня я буду брать интервью у Артема и Антона, которые сами создавали большие подписные базы, умеют это делать и которые не только сами их создали, но очень успешно учили и других людей.

Привет, Артем! Привет, Антон.

Антон и Артем: Привет!

Юсуф: Хочу у вас выпытать все секреты о создании больших и продуктивных подписных баз. Скажите, какие у вас сейчас подписные базы?

Артем: Живых подписчиков?

Юсуф: Да.

Артем: Около 70 тыс. насчитывает моя тестовая база и наша общая база по нескольким проектам.

Юсуф: Я знаю, у вас две ниши: личный рост и инфобизнес.

Антон: Да, не считая несколько нишевых проектов.

Юсуф: Скажите, пожалуйста, как вы набирали шаг за шагом эту подписную базу? Какие шаги предпринимались?

Антон: Много шагов предпринималось.

Юсуф: Если заглядывать в историю, у каждой базы есть своя история.

Артем: Ок. Скажу, что лучше всего работает даже сейчас. Ты создаешь дико крутой курс, т.е. такой, который бы ты продал. Ты говоришь: «Ребята, он бесплатный».

Антон: Не который бы продал, а который по факту можно поставить минимум на полторы тысячи. Лучше тысячи за три, если бы ты его поставил. Такое раздавать за бесплатно.

Артем: Он у тебя есть. Ты пишешь людям, которые находятся в твоей нише: «Ребята, у меня есть действительно крутой курс». Когда они это смотрят, они понимают: «Он классный!» Такое хочется рекомендовать, тем более, бесплатно. Если еще предлагаешь хорошую партнерскую программу, т.е. не говоришь: «Ребята, вы получите 20 %». Можно сказать «Забирай 70 %», если это электронная версия, а, возможно, что-то потом продать.

Юсуф: Т.е. партнерская программа устроена таким образом, что люди сначала привлекают трафик на подписную форму. Потом в будущем, если какие-то продажи совершаются.

Артем: Да.

Юсуф: Как ты мотивируешь партнера?

Артем: Я объясню, как это делалось в самом начале, когда я только начинал. До Антона у меня была первая база в 16 тыс. Затем мы начали с Антоном. На тот момент к нам большое количество людей подписалось. Ты знаешь суммы. Много не подписалось.

Как делали в целом и общем? Ты берешь, допустим, увеличение помидоров. Ты вбиваешь в поисковике «увеличение помидоров» и идешь не до 5, а до 20 страницы по Яндексу и Гуглу, и делаешь большой список. Это может быть 500-700 контактов. Далее составляешь письмо. Оно

должно быть простым и понятным в том плане, что ты хочешь от человека. Если хочешь партнерство, тогда партнерство. Если ты хочешь купить у него что-то, покупай. Пишешь письмо. Всем 700 сложно, долго, нудно, но дает 100 % эффект.

Антон: Допустим, у нас был пример. Турнир вебинаров Алекса Айвенго, после которого у нас все начали спрашивать. Было набрано 10 тыс. за неделю, не вложив ни копейки денег.

Юсуф: Вот здесь поподробнее. Интересуют конкретные шаги.

Артем: Часть шагов была рассказана. Был создан отличный курс, который можно задавать за деньги без проблем.

Юсуф: Первый шаг.

Артем: Следующее – было составлено 300 контактов. Причем, это были не просто сайты, а преимущественно владельцы каких-то баз. Мы Smart, Subscribers, Mail-List и т.д. В тот момент мы уже не сами, а специально обученные люди все это делали. У нас есть ребята в команде. Они у нас занимаются такими интересными работами. Нашли, составили список, составили письмо. Причем, мы не предлагали ребятам партнерства, а говорили: «У нас есть для вас кое-что интересное. Вот продукт. Поставьте его на свой сайт. Вам будет круто и хорошо». Большинство из них про партнерки нас просто не спросили, а ответили: «Все, давай пиарить!» Кто был более продвинутым, ответил: «Ребят, у вас хитрый ход. Партнерочку давайте». Мы: «Без проблем. Держи партнерочку, регистрируйся. Мы хотели тебе предложить, но мы не хотели сначала на деньги». Здесь самый главный смысл состоит в том, что ты не на деньги людей мотивируешь: «Давай! Я тебе 50 % комиссии. Все будет хорошо!»

Потом просто пишешь письма. Здесь главная фишка – написать не раз. Это очень хитрая тонкость. Все напишут по разу, и после этого говорят: «Мне из 200 ответили 5 человек. 1 пропиарил. Я набрал 100 дополнительных подписчиков. Ваш способ не работает». Он не работает, потому что мелочи. Одна мелочь не учитывается! Надо писать минимум 3 раза!

Первый раз пишешь: «Здравствуйте!» Ладно, расскажем о фишке про то, какую тема письма нужно указывать.

Антон: Да.

Артем: В теме нужно указывать: «У меня к вам вопрос», либо «Заинтересовал ваш сайт», либо «Хочу спросить. В общем, то, что люди обычно пишут друг другу. Не в рекламных предложениях, а как ты бы мне написал: «Тема, хочу спросить».

Юсуф: Да, такая живая речь.

Артем: Кто? Что? Опа, ты уже открыл письмо. Все, ты попался.

Антон: На крючке уже частично.

Артем: Следующая тема – пишешь минимум трижды. Желательно, через 2 дня. Те, кто посылают, ты им больше не пишешь. Ты ждешь от человека от ответа, чтобы он тебя либо послал, либо сказал «Да».

Антон: Либо сказал «Попозже».

Юсуф: Но без неопределенности?

Артем: Без! Мы как минимум пишем 3 раза: через день, через день, через день.

Последняя фишка про этот способ. Люди часто делаю такую ошибку: нанимают фрилансера; пишут, что он менеджер проекта; у меня компания, статус, все дела. Когда твой фрилансер пишет твоим именем, как будто мы подписывались. От нашего домена отправляешь, отклик намного выше идет.

Антон: Получается, человек видит, что это пишет. Он берет вбивать: «Артем Летушов, добрый день!» Заходит и видит что-то адекватное, т.е. не какой-то менеджер Вася Пупкин.

Юсуф: Я на такие письма тоже не отвечаю.

Артем: Если бы не написал Юсуф Губайдуллин, как минимум, открыл, чтобы посмотреть, что это мне Юсуф прислал. Опять же эта персонализация, которая используется в рассылке. Те же правила, только чуть-чуть их надо.

Юсуф: Сейчас подведем резюме. Вы составили список сайтов, рассылок, среди которых хотели бы пропиариться.

Артем: Да, мы находили либо с нормальными рассылками, либо посещаемость сайта составляла 1000 человек в день.

Юсуф: Дальше писали письмо: «Есть бесплатный курс. Давай ты прорекламируй на своем сайте».

Артем: Подари его своим подписчикам. Это будет круто для твоих посетителей. Дальше добиваться какого-то ответа, либо конкретного посыла, либо пиара.

Антон: Второе письмо через два дня, если ответа не получено: «Я вам писал письмо. Возможно, вы не получили. Возможно, оно затерялось в спаме и т.д.»

Юсуф: Не надо новое письмо писать?

Антон: Да. Третий раз ты пишешь простое письмо: «Я вам писал два раза. Я не верю, что вы не прочитали, или в спам попало. Дайте мне, пожалуйста, ответ. Мне нужно конкретное «нет». Что вы себя не по-людски ведете. Я же к вам подошел». Составляется обычное человеческое письмо. Если нет, то нет. После этого нам часто пишут: «Если я вам не ответил, надо понимать, что я вежливо отказал». Вежливо отказал – это сказал: «Извини, у меня нет времени. Мне не интересен ты. Не пиши мне больше».

Юсуф: Все понятно. На самом деле отличная фишка, которая мне просто сейчас мозг взорвала. Не надо предлагать эти мутки с партнерками. Просто «подари своим подписчикам». Многие же не в теме. Люди соглашались. Просто активно вешали баннеры.

Артем: Они посылали на тысячные базы: «Ребята, я нашел курс бесплатный. Идите, забирайте!» Все, мы получали бесплатных подписчиков. Никому потом партнерскими ссылками не обязаны. Здесь ничего плохого. Мы предложили, человек согласился.

Антон: Секрет здесь именно в качестве курса, который раздается.

Артем: Это решает, потому что у нас там такая иезуитская страница была. Она конвертила с партнерского трафика, не с холодного. Допустим, если бы написал «Ребята, кое-что есть. Идите,

посмотрите», то у тебя конверсия на эту страницу была около 55-60 %. Она реально была такой. Оттуда было столько же много – минимум 45 %.

Юсуф: Под качественным опт-ином ты имеешь в виду конверсию или чтобы она была хорошо оформлена?

Артем: Конверсию. Если кто-то посмотрит наши страницы, они обычные и простые.

Юсуф: Хорошо. Давайте тогда глубже пойдем. Что для вас идеальная страница подписки, которая у вас сейчас работает?

Артем: Жирный огромный заголовок. Неважно, какого цвета. В этом заголовке четко понятно, что я получу или какая проблема закроется. Например: «Хочешь избавиться от геморроя за 7 дней?» Четкий посыл. Другой пример: «Узнай, как накачать мышцы за 2 недели». Все, у человека есть нужда, проблема. Ты сразу в заголовке ему бросаешь.

Юсуф: Секрет идеальной подписной страницы – это заголовок, который давит на какую-то проблему и который дает конкретику, что вы получите. Это первый элемент. Что еще?

Артем: Это один секрет. Следующее, самое важное. Мы тестировали тысячу раз. Первая форма подписки должна быть видна в так называемом первом окне. Не нужно скролить. Даже для самых маленьких экранов первая формочка должна быть сразу видна. Не надо скролить вниз. Потом хоть тысячу поставить, но первое, чтобы человек увидел, что она есть, и что от него хотят.

Юсуф: Да, большинство людей даже и не скролят по статистике. Поэтому это, конечно, логично.

Следующая вещь, банальная, - это написать минимум выгод, но таких жирных, чтобы человеку было понятно, что конкретно его ждет внутри.

Антон: Не плохо еще писать для кого-то. Где-то работает, где-то нет. Где-то влияет на конверсию, ее повышение, а где-то вообще никак не влияет.

Артем: Следующая фишка, которая у нас отлично работает, - это то, что ты пишешь, что этот курс ты бы оценил в такую стоимость.

Антон: Нет, не так мы пишем. Мы пишем: «Получите курс стоимостью 5-7 тыс. бесплатно!»

Артем: Оценили его во столько, и ты пишешь: «5 тыс.» Человек думает: «Платный курс бесплатно».

Антон: Можно докрутить, что «скоро страница закроется; не знаю, сколько буду это раздавать». Там надо смотреть это опционально. Где-то работает, где-то хуже даже от этого делается. Допустим, когда я захожу на такие страницы, или ты зайдешь, ты подумаешь «понятно». Только 100 копий. Осталось 27, а акция только началась. Это тоже известные всем ходы.

Осталось еще два элемента. Один – не самый важный. Это стрелочка, которая бы тыкала.

Артем: Аниминированная.

Антон: Необязательно.

Артем: Лучше, что все-таки дрыгалась. Это было проверено. Мы смотрели тогда. Если просто стоит, да. Если она дрыгается, не надо перебарщивать, конечно. Это работает.

Последний элемент – это когда ты берешь и не просто ставишь коробку. Допустим, как у Азамата, «Прямая дорога к деньгам».

Как мы делаем? Коробка. Около этой коробки диски. Еще наложены какие-то бумажки и еще какая-то хрень. У тебя картинка типа «Ты отдаешь целую коробку тренинга как будто бы за подписку». В сумме это начинает работать. Мне кажется, в любой нише будет работать.

Был пик, который я поймал по Google Analytics и по WebAnalyser. Это 71 % с партнерки. Т.е. в сутки была такая конверсия. В течение суток я смотрел на это и не понимал. Это было нереально. 71 %! Потом, конечно, скатилось. Когда уже долго, в течение месяца уже 62 %.

Антон: Был такой партнер. У него очень целевой трафик.

Артем: Есть еще одна фишка для новичков. Она работает. Только для тебя выдаем!

Юсуф: Спасибо, мужик!

Артем: Когда ты новичок, главное, чтобы у тебя была какая-то little база в 400-500. Ты ищешь именно таких же вундеркиндов, как и ты, у которых небольшие базы. Ты им пишешь такую телегу: «Привет! Я хочу тебя пропиарить». Ты ничего не пишешь. Я хочу тебя пропиарить.

Человек сразу же пишет: «Давай». Ты говоришь: «Давай в скайпе поболтаем». Человек, конечно, скажет: «Давай в скайпе поболтаем». Ты говоришь: «У меня 400 подписчиков, но смотри, какая есть тема». Это не ложь. Это такой хитрый ход. Ты пишешь: «Меня сейчас будут пиарить еще 3 человека, потому что ты массово пишешь всем. Ты скажи: «Есть такой вариант. Я могу тебя прямо сейчас пропиарить, а можно сделать такую штуку. Ты меня сейчас пиаришь и через неделю я тебя пиарю не на 400, на 2 тыс. Играет! У меня несколько учеников это делали. В 70 % люди соглашаются. Второй, третий. В конечном итоге ты действительно их потом пиаришь на большую базу. Он тебя пропиарил. Потом второй, третий так думает. Когда у тебя база в 3 тыс. человек, ты из 400 пиаришь 5 человек. За неделю ты можешь из 400 в 3-5- тыс. набрать базу подписчиков.

Антон: Потом сделать на них распродажу. 50 тыс. ты минимум соберешь, и вбухать это в рекламу.

Артем: Пожалуйста, 10 тыс. подписчиков у тебя за две недели.

Антон: Это из Колченко выдана фишка. Больше фишек из Колченко мы не дадим.

Юсуф: 10 тыс. – объяснили, как получается. Про страницы подписки поговорили. Эта мощная техника, которую я озвучил, дала вам хороший подъем. Откуда все остальные подписчики, которые у вас в базе?

Артем: Это работа с партнерской базой. Все об этом знают, но мало, кто это применяет. Ладно, палим еще одну фишку.

Когда ты запускаешь серию, твоему человеку что-то идет. Как обычно, продающие серии: «Вот тебе бесплатно. Вот тебе покупай». Потом, спустя неделю, ты говоришь: «Ребята, не хочешь у меня быть партнером?» У тебя начинает расти партнерская база. Когда он становится партнером, ты говоришь: «Слушай, ты помнишь, подписывался на страницу подписки. Ее рекомендую друзьям».

Антон: Еще более интересный вариант здесь можно делать: «Нет денег на мой курс? Нароботай партнера». По-любому есть у тебя люди, которые хотят купить, но у них денег сейчас нет.

Юсуф: С клиентов люди действительно что-то привлекают? Новых подписчиков?

Антон: Мы смотрели. Даже когда мы не работали с партнеркой вообще, 400-500 кликов к нам каждый день шли. Когда мы не работали с партнеркой на протяжении двух месяцев, кто-то постоянно

пиарил. Представь, с самой стремной конверсии можно иметь 80-90 подписчиков в день, т.е. 3 тыс. в месяц бесплатно, потому что только один раз заморочился, и все настроил.

Артем: Теперь главный вопрос. Если все так работает, то почему у нас всего 60-70 тыс. подписчиков? Потому что от нас отписалось почти столько же.

Антон: Нет, больше. 120 тыс. отписалось.

Юсуф: Агрессивно ведете.

Артем: Мы очень агрессивно продаем, потому что надо понимать, что ниша личного роста.

Юсуф: Это все-таки оправдывает ваши действия.

Артем: Конечно. От нас в среднем отписывается где-то 5 тыс. в месяц. Мы 6 тыс. привлекаем в месяц.

Антон: Если жестко акция, лонч идет, там реально 5 тыс. может отписаться. Сам понимаешь, если лонч был проведен на 30-40 тыс. подписчиков, сколько ты можешь собрать. Естественно, сколько ты на эти деньги можешь опять набрать. Оно нормально выходит в итоге.

Артем: Здесь важно – первый раз стартануть, посчитать. Здесь никто не запутается. Сколько тебе принесло, сколько ты инвестировал и получилось.

Юсуф: Новичкам, у которых вообще нет сейчас подписчиков. Либо ноль подписчиков, либо 10, либо 20. Совсем мало. Как им подняться хотя бы до 2 тыс.?

Артем: Тут миллион способов. Глаза разбегаются. Я сейчас приведу из индивидуалки. Пример такой был.

Два проекта. Один по электронной музыке, один по парикмахерскому искусству. Первый – набрали, я тебе недавно рассказывал, через Торренты. Это длинная тема. Сейчас не будем ее давать. Достаточно простой способ – это форумы, как бы это смешно не было. Если ниша какая-то специфичная, т.е. ни личный рост, ни инфобизнес, ни Форекс, ни «выйти замуж». Хотя «выйти замуж» оказалась чуть хуже, но работает. Ты находишь тематический форум, создаешь пост. Даже

можно два поста. Первый пост: «Ребята, нужна помощь» или «Выскажите свое мнение». Второе даже интереснее. Ты пишешь: «Я сейчас провожу семинар, создаю продукт, пишу книгу и т.д. Я хочу вот так, чтобы было. У кого какие есть мнения. Помогите мне более хорошую программу составить. Я для вас стараюсь. Тем, кто поможет, я бесплатно дам». Подпись, естественно, на твою подписную страницу идет.

Юсуф: Такие сообщения не банят?

Артем: За что банить? Ты реально помощи просишь. Ты говоришь: «Вы мне тут задавайте. Я вам контента сейчас тут наываю». Все модераторы, некоторые пишут: «Ребята хитро как пиарятся, но ничего не предъявишь». Тебе ничего не скажут.

Следующее. Допустим, эксперт отвечает на ваши вопросы или все, что вы хотели знать о парикмахерском искусстве. Эту электронную музыку ребята так набирали. Они говорят: «Есть такой портал ПромоГид, как ВКонтакте, только для диджеев». Огромное количество пользователей. Просто сотни тысяч у них. Реклама на неделю на главной странице, почти 100 тыс. сделали. Порядок портала. Там есть форум, и там написали: «Ребята, у меня такие релизы. Я такой музыкант. Я умею, понимаю. Задавайте мне вопросы». Они пошли шквалом. Естественно, там каждый день по несколько часов на эти вопросы отвечал дельно. Люди видят, что спец, и везде видят ссылку и переходят.

Юсуф: Понятно. Он договаривался с форумом?

Артем: Зачем? Ты же на форуме просто тусуешься.

Антон: Ты же контент выдаешь.

Юсуф: Т.е. он создал для себя одну ветку, отвечая на ваши вопросы. Да?

Артем: Или ветку, или тему.

Антон: Топик.

Юсуф: И поставил в ссылку просто подпись. Все?

Артем: Да, типа больше информации тут или бесплатные уроки по электронной музыке здесь. Элементарно. Последнее, с чего я в начале карьеры тоже набирал, с чего у нас сейчас часто на бесплатных и платных тренингах набирают. Как бы смешно не было, мой мир, сообщества. Можно просто за 2-3 дня небольшой работы по часу в день 100-300-500 подписчиков набирали за два дня.

Что делалось? Пишется статья: «10 критических ошибок в теме» либо «5 самых дельных советов». В общем, чего-то и сколько-то. Желательно, критического либо волшебного.

Юсуф: Есть такой контент типа желтых страниц. Да?

Антон: Да-да. Потом ты расписал второй, третий. Стандартно – это еще со старой-старой школы: «Хотите больше информации, нажмите по этой ссылке». Далеко не все сообщества это пропускают. Говорят, что это реклама. Но многие пропускают. У меня на личный рост оттуда 170 подписчиков пришло.

Артем: Недавно у нас в тренинге. Здесь важно понимать, если нишевой проект, вообще не проблема. Тема горячая, ее уже оттошнит информацией. У меня девочка писала по теме инфобизнеса. Сабскрайб-группы: «Задолбали! Умееете!» По нишевым проектам пишут: «Наконец-то, дельный автор с уникальным контентом». Без проблем все, что хотите выместить, потому что у нас творчество давно закончилось. Подписчики требуют. Если у вас качество, давайте. Это было у нас в Сабскрайбе. Антон сказал, там тоже человек с интересным проектом в Mail. За 2 дня 500 подписчиков. Только один Mail! Потому что у нее была интересная тема. Это горячая тема, которую все сейчас продают.

Что классно работает? Это социальные сети. Просто берешь и идешь, смотришь, где народ тусует. Не спамовские сообщества, а где реально народ что-то обсуждает.

Юсуф: ВКонтакте?

Артем: Да. Если есть сообщества ВКонтакте, люди действительно делятся своими мнениями. Ты начинаешь с того, что важно. Не сразу спамить: «Зайдите сюда». Пишешь 2-3 адекватных поста.

Антон: «Зайдите сюда» - вообще не надо писать. Самая лучшая идея.

Артем: Ты просто пишешь 2-3 сообщения, что ты адекватный, нормальный человек. Свое мнение. Потом слушайте, пацаны запалил фишку. После 3-4 сообщений к тебе уже лояльно относятся, когда ты по теме и отвечаешь по какому-то топику. Это не так воспринимается, как

реклама. Ты как будто бы смотрел, вдруг тебя что-то ошарашило. Ты что-то нашел и решил поделиться с пацанами или девчонками. В конечном итоге, люди кликают. Отлично кликают, потому что ты уже стал другом.

Есть еще один способ.

Антон: Другой вариант. Ты берешь, у тебя вопрос. Такой вопрос, что и как. Ты вкратце и целом, и общем: «Я бы тебе с удовольствием рассказал, но лень повторяться. У меня есть целый курс. Он бесплатный. Иди и изучи. Ты выдал сначала, что и как, куда и как, чтобы человек понял: «Ага, ты соображаешь». Тут тоже нужно видать, что называется «ответить на вопрос, создав еще больше вопросов».

Артем: Есть еще одна техника. Она отлично работает. Она черного пиара. Есть два. Можно работать с положительным вариантом и негативным. Заходишь на блоги топовых людей. Мне человек что-то пишет, но важно отвечать адекватно. Ты пишешь, допустим: «Юсуф, я с твоим мнением не согласен, потому что у меня кейс был. У меня такие результаты. Мне кажется, Юсуф, ты чуть-чуть ошибаешься». Народ сразу начинает кликать на ссылку. Что это за пацан, который говорит, что Юсуф не прав? Там у тебя подписная страница. Они подписываются, чтобы проверить, что там за контент, чтобы проверить, почему этот парень взял и сказал Юсуфу, что он не прав. Это тренер разрабатывает. Что это за хрен с горы, который начал говорить, что автор не прав. Это был первый вариант. Главное – написать адекватно. Четко разложить. Тогда я думаю, ты даже сам ответишь: «Покажи. Мне интересно». После этого тогда все, кто у тебя есть, пойдут к нему переходить, потому что Юсуф сказал правильно про подвох.

Следующее – это вступить в СПРО. Отлично работает. Ты просто пишешь: «Я не согласен с тобой, потому что я не согласен». Все, про тебя начинают писать, что ты придурок, но в конечном итоге все равно кликают и переходят, чтобы доказать.

Юсуф: Кликают по твоему имени?

Артем: Да. Кто это такой? Обычно как? Гуру пишет пост, и все: «Ты такой классный». Здесь: «Ты не прав». Среди 80 тем, комментариев один ты: «Не прав». Все начинают идти. Обычно начинается разборки комментариев на 300. Иногда, может быть, наблюдал такую тему.

Юсуф: Начинается провокация.

Артем: Да. У Хигера это тоже часто наблюдал. Там сразу начинаю запоминать имя этого человека, и на сайт переходят. Это вариант. Да, посидеть нужно, адекватно пописать. Даже такими бесплатными способами за неделю реально 1000 подписчиков набрать.

Антон: Про посидеть – ты даже платными способами будешь делать. Посидеть-то придется. Надо хотя бы что-то посоздать, что ты будешь привлекать. Вариант того, что вложиться в это дело придется и придется сильно не деньгами, а временем.

Артем: Это уже 1000 раз все делали. Это работает на каждом из нас. Представь, я твой подписчик. Пишу: «Слушай, я внедрил мастер-план. У меня посетителей 5 штук. Я тебе отзыв пишу. Лови». Вот ссылочка на мой блог. Ты скажешь: «Обламаешься выложить мой отзыв, который пиарит твой пост. Я действительно все классно и качественно показываю». В конце мне прислал ссылку на него Артем Летушов.

Юсуф: Безусловно, я выложу.

Артем: Да! Здесь самый простой способ – просто возьми и купи пост человека, внимание которого ты хотел бы привлечь, проработай его, получи результаты и потом запиши отзыв: «Чувак, он работает. Мне без обломов. Выложишь на меня ссылку – классно. Не выложишь – мне все равно, но я тебе по-человечески благодарен».

Юсуф: Интересно.

Антон: У нас у одной тетеньки. Она была с прошлого потока тренинга. Естественно, мы поставим в следующий поток поставили ее ссылку. Эта дама пишет: «Спасибо вам, что вы разместили мой отзыв». Впервые такое пишут. Часто бывает: «Зачем вы выложили? Мне пошел спам и т.д.». Потому везде ставят ссылку на соцсеть, e-mail или еще что-то. «Спасибо Вам! Пока вы пиарили свой тренинг, у меня человек под 200-300». Естественно, мы заканчивали день с этого отзыва.

Артем: Есть смысл написать хороший, качественный отзыв гуру, у которого ты учишься, потому что очень большая вероятность, что ссылка направит его на твой сайт. Был вариант, когда мы были на конференции. Ко мне подбежала девочка. Она вместе с мамой занимается инфобизнесом. Она: Артем, спасибо!» Я в шоке. За что? Она говорит: «Тоже самое – выместили ссылку». Она говорит: «Ко мне в день заходит по 300 человек, а я ничего не делаю, а они подписывается. Что

деать? Они же подписываются! У человека другая эмоция. По-девичьи так волнуется, ее мама тоже: «Не знаем. У нас уже 500 подписчиков. Спасибо Вам! Мы ничего не сделали. Мы по-человечески выложили хороший, приятный отзыв от нормальной адекватной девушки. Нам не жалко. Я думаю, тебе не жалко. Если есть гуру в вашей нише, возьмите и напишите хороший отзыв, стремите себя на видео. Не стремайтесь. Покажите коробку, которую вы купили.

Антон: Реально купить ее надо. Не надо это липово делать, потому что в состояниях чувствует сила.

Артем: Да, покажите реально кейс. К примеру, я сделал так. Юсуф мне показал, я сделал так. Юсуф мне показал. Я сделал так. Пацаны, я люблю Юсуфа.

Юсуф: Конечно, если есть какое-то адекватный отзыв. Действительно выложим ссылку и прямо заметно сделаем.

Артем: Представьте, когда у человека 50 косарей вмещает. Поверьте, кто-то туда накликает и проверьте, что это у пацана получилось.

Юсуф: Я думаю, что это не основной прием. Но если есть какие-то результаты, есть кому отправить отзыв, то это, безусловно, нужно сделать, особенно если одна ниша. Очень классный прием. Даже кроме этого в этом интервью присутствует нереальное число советов, причем, за очень короткое время.

Артем: Я думаю, надо будет на паузе. Первая фишка. Пауза. Вторая фишка. Пауза.

Юсуф: Да. Огромное вам спасибо за это интервью!

Антон и Артем: Спасибо тебе!

Юсуф: Я думаю, что сейчас или в будущем огромное количество читателей. Эти техники можно очень быстро внедрять. Это очень сильные качества тех внедрял, которые сейчас выдавали. Поэтому еще раз благодарю! Если есть какие-то пожелания или какие-то невысказанные мысли остались.

Артем: Самое важное – когда вы пишете кому-то, попытаться написать в состоянии, как будто вам ничего не нужно. Тестировался! Ты пишешь первое письмо. В тех же словах ты хочешь пропиариться. В обычных сообщениях ты пишешь просто потому, что он по факту. С таким отрешенным состоянием. Не знает, почему работает. Люди лучше кликают, как будто энергетика в письме заседает. Когда ты пишешь: «У меня есть курс. Хочу пропиариться. Пропиарите – класс. Не пропиарите – черт с ним. Все равно большое спасибо за то, что уделили время. Вот такое отношение почему-то заставляет читать письма. Я не знаю, почему, как это работает. Волшебство, не волшебство, но это реально так.

Юсуф: Отличная фишка! Удачи!

Антон и Артем: Всем пока!