



Андрей Парабеллум.

131 совет по инфобизнесу

Аудиокурсы стоимостью \$500 в подарок каждому читателю

Андрей Парабеллум

**131 совет по инфобизнесу.
Аудиокурсы стоимостью \$500
в подарок каждому читателю**

«Издательские решения»

Парабеллум А.

131 совет по инфобизнесу. Аудиокурсы стоимостью \$500
в подарок каждому читателю / А. Парабеллум —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-859653-7

Эта книга — результат десятилетней работы автора и его учеников в теме инфобизнеса. В ней Вы не найдете никаких теорий, только голая практика и четкие рекомендации, которые можно незамедлительно внедрить для получения ощутимых результатов. Каждый совет в этой книге неоднократно проверен на практике и доказал свою результативность.

ISBN 978-5-44-859653-7

© Парабеллум А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	7
Подарок	8
Список книг в этой серии	9
Рецензии	10
Артем Любимов	10
Александр Ключин	11
Николай Емельянчук	12
Юлия Ванина	13
Мария Корницкая	14
Евгений Бобышев	15
Мария Друг	16
Иван Захаров	17
1. Зачем вам становиться экспертом #1	18
2. От внешнего к внутреннему	19
3. Основные атрибуты эксперта	20
Из чего состоит настоящий гуру	21
Атрибуты гуру	22
4. Чего не нужно делать на пути становления гуру	23
5. Публичные выступления – особенности и преимущества	24
Какие преимущества дают вам публичные выступления	25
6. Как продавать свой тренинг или семинар	26
7. Продажи со сцены	27
8. Инфопродукты – что это и как они создаются?	28
9. 100 и 1 причина писать свои книги	29
10. Магический треугольник инфобизнеса	30
11. Создание полноценного инфобизнеса	31
12. Базовая цепочка продуктов	32
13. Начало пути к своему инфобизнесу	33
14. Успех чужими руками	34
15. Коучинг и результаты	35
16. Механизм вечного успешного инфобизнеса	36
17. Четыре типа клиентов	37
18. Бесплатные советы	38
19. Простая схема любого инфобизнеса	39
20. От знаний к действию	40
21. На все готовое	41
22. Главная проблема инфобизнеса	42
23. Чем прекрасен инфобизнес?	43
24. Выбор правильного рынка	44
25. Два типа инфобизнеса	45
26. Выбираем правильную нишу	46
27. Как начать свой инфобизнес	47
28. Как правильно упаковывать инфобизнес	48
29. Внешний вид	49
30. Два типа продаж консалтинга	50
31. Текущие активы	51

32. Формула запуска инфобизнеса	52
33. Как стать экспертом и зарабатывать от 100 000 руб. в месяц через интернет, упаковывая и продавая свои знания	53
Основы инфобизнеса	53
34. Главный секрет успешных бизнесменов	55
Как зарабатывать в Сети, продавая свои услуги или знания	56
35. Что нужно, чтобы стать экспертом в инфобизнесе	57
36. Как выбрать прибыльную нишу и не ошибиться	58
На чем делают деньги в инфобизнесе	59
37. Пошаговая структура построения инфобизнеса с нуля	60
Конец ознакомительного фрагмента.	61

131 совет по инфобизнесу Аудиокурсы стоимостью \$500 в подарок каждому читателю

Андрей Парабеллум

© Андрей Парабеллум, 2017

ISBN 978-5-4485-9653-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Добрый день!

Если Вы открыли эту книгу, то это, скорее всего, произошло неслучайно...

Вероятно, Вас что-то не устраивает в Вашей жизни, бизнесе или ситуации вокруг Вас.

И Вы готовы это менять.

Книга, которую Вы держите в руках, является результатом десятилетнего практического опыта на сотнях тысячах моих студентов.

За это время мы перепробовали огромное количество теорий, стратегий и практик. И результатами наиболее успешных из них я решил поделиться с Вами в этой серии книг.

Эту книгу можно использовать разными способами.

Можно сначала прочитать от корки до корки, а потом внедрить только то, что понравилось.

Можно начинать внедрять сразу с первой страницы.

Можно читать с любого места и в любом направлении.

Можно даже использовать ее как личного коуча, задавая ей вопрос и открывая на нужной странице с ответом.

Главное, внедрите хотя бы что-то из прочитанного.

И Вы увидите, как начнет меняться Ваша жизнь.

А когда получите Ваши результаты, поделитесь ими со мной ВКонтакте (vk.com/parabellum07). Кстати, я там же, ВКонтакте, периодически выкладываю мои новые книги на рецензию, и был бы очень рад, если бы Вы выразили свое мнение по поводу моих книг.

Хорошего Вам внедрения!

С уважением,

Андрей Парабеллум

Подарок

Для читателей этой книги я подготовил специальный подарок: набор моих аудио-тренингов на общую сумму в 500+ долларов:

Ваша личная ссылка: www.andreyparabellum.ru/free

Тренинги, которые Вы можете пройти по этой ссылке:

Прокачка Личной Эффективности и Финансов:

тренинг «**Как научиться учиться**», который объяснит Вам самые быстрые и результативные методики обучения;

тренинг «**Самодисциплина 1**», который заставит Вас прокачать свою личность множеством способов и внедрит нужные Вам привычки за 3 непростых недели;

тренинг «**Взрывное скорочтение**», который научит Вас читать деловую литературу в 2—4 раза быстрее;

тренинг «**Умнобедный 1**», который покажет Вам, как выбраться из ловушки умного безденежья.

Прокачка Вашего Инфобизнеса:

тренинг «**Инфобизнес Live**», который покажет Вам все самые прибыльные модели заработка денег в Инфобизнесе;

тренинг «**Инфобизнес с нуля**», который поможет Вам запустить Ваш новый проект, систематизировать его и вывести его на первую прибыль;

конференция «**Контент маркетинг**», которая научит Вас генерировать потрясающе интересный контент, делиться им со своими читателями, слушателями и зрителями в интернете и быстрыми темпами наращивать свою клиентскую базу.

Прокачка Вашего Бизнеса:

тренинг «**Трансформация бизнеса**» (12 модулей), который поможет Вам оптимизировать и систематизировать Ваш бизнес.

Зачем я это делаю?

Я искренне верю, что когда Вы начнете внедрять хотя бы малую часть той информации, которую Вы услышите, Ваша жизнь начнет меняться к лучшему.

И Вы в свою очередь поможете кому-то еще.

И так эта эстафета добра будет идти по планете, делая нашу жизнь все лучше и лучше...

Список книг в этой серии

- 66 советов по тренингам и онлайн курсам;
- 70 советов по менеджменту;
- 78 советов по продажам;
- 93 совета по личным продажам;
- 97 советов по финансам;
- 102 совета по коучингу и консалтингу;
- 107 советов по копирайтингу;
- 126 советов по бизнесу;
- 131 совет по инфобизнесу;
- 142 совета по маркетингу;
- 147 советов по личной эффективности.

Рецензии

Артем Любимов

«ШОК И ЗЛОСТЬ»

Честно говоря, я в шоке от этой книги. Меня распирает злость...

От прочтения книги сложилось ощущение, что Андрей Парабеллум сел рядом с тобой и очень быстро рассказал тебе все про заработок через интернет. Без отвлечений и лирики... Очень сжато и понятно: все самые главные принципы, схемы и действия.

Разве можно так взять и выложить все махом? В свободный доступ... Прочитав это, теперь любой сможет запросто, как минимум, зарабатывать свою сотку тысяч рублей. Слишком щедрый жест. Слишком...

Но что сделано. А если так, то положи руку на сердце, уж если стартовать в инфобизнесе, то по крайней мере с прочтения этой книги в первую очередь. Обязательный must have для всех кто в теме – настоящий настольный альманах.

Учитывая мой опыт и результат (благодаря Андрею я развил свою международную Академию парикмахеров и стилистов) могу сказать, что полезно возвращаться и перечитывать эту книгу – вот как ни верти, а читаешь и снова понимаешь – что-то докрутить надо, вдохновляет что-то придумать, пересмотреть и самое главное – действовать.

И совсем уже личное – хорошо бы чтоб Андрей продолжал писать – нельзя лишать людей этого. Да, может быть, не всем надо... Но для тех, кому надо – это воздух!

Александр Ключин

«Данная книга – это ваш путеводитель в мир инфобизнеса»

Что же все-таки означает это магическое слово «инфобизнес»? Инфобизнес – это получение прибыли от продажи информации. А где продают информацию? Везде! Выходит, что инфобизнес – это не только тренинги, семинары, консалтинг и коучинг. Это также привычные нам школы, университеты, персональные консультации, СМИ и т. п. – все они зарабатывают на продаже своей информации – все это инфобизнес!

Но инфобизнес – прежде всего бизнес. И как в любом бизнесе, в нем есть своя структура, особенности и специфика. И об этом пойдет речь в этой книге.

Те, кто знаком с инфобизнесом знают также, что у этого термина есть плотно прикрепившаяся ассоциация, которая связана с именем Андрея Парабеллума, пионером инфобизнеса во всем русскоговорящем пространстве. Говоря инфобизнес – подразумеваем Парабеллума, говоря Парабеллум – подразумеваем инфобизнес. Он по праву считается общепризнанным экспертом в данной теме. И те, кто уже читал книги Андрея Парабеллума, известно, что Андрей всегда выпускает их хорошего уровня. И эта не стала исключением.

В этой книге показываются работающие схемы, чит-коды и лайфхаки. Все то, что нужно инфобизнесмену любого уровня: от «0 в инфобизнесе» до «гуру своего дела». Данная книга – это ваш путеводитель в мир инфобизнеса. В ней собран весь многолетний опыт работы Андрея. Здесь присутствуют абсолютно все достаточные знания. И будет полезна тем, кто только начинает свои первые шаги и несомненно тем, кто уже в нем освоился.

Описываются разные модели построения инфобизнеса, имеется пошаговый план создания инфопродуктов. Показываются рабочие схемы монетизации как своих знаний, так и даны пошаговые алгоритмы для тех, кто хочет зарабатывать продюсированием, продвигая знания и опыт других людей. Рассмотрены такие модели как консалтинг и коучинг.

Прочитав книгу «131 совет по инфобизнесу» Андрея Парабеллума вы узнаете как изнутри устроен удивительный мир инфобизнеса. Вы поймете как стать признанным экспертом в своей теме. Получите пошаговый план от создания продукта до управления своим бизнесом. Будут раскрыты основные принципы, благодаря которым вы сможете помогать своим клиентам достигать тех результатов, за которыми они к вам пришли. И что не менее важно, Андрей в своей книге поведает вам о «подводных камнях», обойдя которые вы сэкономите свои основные ресурсы: деньги, время и энергию.

Применяя на практике полученную из этой книги информацию, вы просто обязаны сделать из своего инфобизнеса «конфетку», работающую, четко и уверенно, как часы. Книга – огонь, просто бери и делай!

Николай Емельянчук

«Эта книга – прекрасный „ликбез“ в сфере инфобизнеса»

Книга имеет очень понятную и приятную логику – от понимания экспертности, понятия инфобизнеса, видов продаж до технологии написания книг, продюсирования и выстраивания целой системы, работающей без вас.

Эта книга – прекрасный «ликбез» в сфере инфобизнеса, т.е. для начала она вот идеальна. Почему? В ней освещены основные аспекты инфобизнеса и, что очень понравилось, в ней перечислены ошибки, которые потенциально совершит неопытный (например, про делание бекапов, прописывание инструкций сотрудникам, внимательному отношению к заголовкам и названиям и так далее).

Плюс эта книга – это время. Да, есть вариант очень долго натирать свои рабочие мозоли, ошибаться, а есть вариант изучить как люди уже двигались на этой дороге, что делали, что у них получалось и какие ошибки лучше не совершать.

Покупать ли такой концентрированный чужой опыт? Да конечно да! Однозначно это вас вдохновит на свои выводы и покажет привычное с неожиданных сторон.

(Я даже не поверил, что такая информация выкладывается в книгах, а не рассказывается исключительно при личных занятиях, так что думайте).

Юлия Ванина

«Это даже не советы, а конкретная инструкция по внедрению с нуля.»

Это необыкновенная книга – «131 совет по инфобизнесу»!!!! Андреем Парабеллумом проведена гигантская работа: собрать все советы по инфобизнесу в одну книгу и тонко, логично и системно вести за собой – так могут только Избранные!

Это даже не советы, а конкретная инструкция по внедрению с нуля. Это отточенная практика АСом; инфобизнес – это действительно полет души и тела. Это могут начать десятки, работать – единицы, а обучать этому – только ОН!

Пока читала книгу – провела параллельно серьезную работу над собой – начала свой инфобизнес! Каждый совет помогает начать, продолжить и раскрутить свое любимое дело – помогать людям, давая им жизненно-важное, реализуя себя. Я все проверяю на себе и в практике, без внедрения – смысла моей деятельности нет, так вот – я читала и внедряла, и с каждым советом видела осязаемый результат!

Как же приятно и полезно учиться у гуру и основателя инфобизнеса! Спасибо вам и успехов каждый день!

Мария Корницкая

«Соотношение краткости, содержательности и мастерства языка вызвало восхищение.»

Честно говоря, не ожидала такой плотности информации. Конкретной и детальной. И хотя она изложена просто и лаконично, на одном дыхании не прочтешь, это надо садиться и делать. Лично в меня с первого раза всё не зашло, некоторые главы нужно читать повторно по мере освоения и применения.

Соотношение краткости, содержательности и мастерства языка вызвало восхищение. В целом, это практическое по-шаговое руководство, доступное и понятное, рассеивающее завесу неопределенности и дающее точную карту действий каждому, кто желает совершить переход от человека что-то знающего в человека востребованного.

Полезность информации – 10
Плотность смысловой нагрузки – 10x10
Виртуозность языка – 10
Легкость восприятия – 6
Чувство юмора – 10

*Легкость восприятия лично у меня низкая именно из-за того, что за каждым абзацем очень высокая концентрация действий. Это как кратко описать йогу или какие-то физические упражнения. В голове должны простроиться связи.

Описание парадоксов очень оживило моё восприятие и натолкнуло на ряд инсайтов. Если люди больше хотят узнать, чем делать, значит человечество перешло в стадию обобщения сознаний людей в общую базу: люди неосознанно собирают опыт других без практической нужды. Скоро, скоро вместо отдельных носителей мы получим единую всемирную сеть сознания! Увидела важные принципы развития информационного пространства вообще.

Евгений Бобышев

«Если читать книгу и последовательно выполнять задания, то к её завершению вы сможете уже заработать свои первые деньги на продаже знаний!»

Уверен, что многие из вас знают, что такое инфобизнес. Для тех, кто не в курсе, инфобизнес – это бизнес на упаковке и продаже информации (знаний). 21 век – век информации и её с каждым годом становится все больше и больше. Но есть одно очень большое НО – информация также быстро устаревает, как и появляется. И чтобы оставаться на плаву в современном мире, вам нужно постоянно обновлять и пополнять свой багаж знаний. Вот по этой причине инфобизнес так популярен и востребован в настоящее время. Покупка знаний и структурированной информации позволяет людям экономить время на её поиск, обработку и внедрение. Покупая информацию (знания), человек экономит свое время, а время, как известно – самый ценный и невозполнимый ресурс.

Хотите сэкономить огромное количество времени и узнать, как построить свой инфобизнес с нуля? Да? Тогда книга Андрея Парабеллума «131 совет по инфобизнесу» вам в этом поможет. Лично я очень сожалею, что у меня не было этой книги лет 6-ть назад, когда я только начинал погружаться в эту тему. Эта книга – пошаговая инструкция от отца основателя инфобизнеса в России, в которой простым языком рассказано, что и как НУЖНО делать, чтобы построить свой бизнес на продаже информации.

В книге рассказано, на чем строится этот бизнес, какие последовательные шаги необходимо выполнить, чтобы получить свои первые результаты, а также как эти результаты масштабировать. Много внимания уделяется прокачке экспертности и работе с внутренними страхами и сомнениями, которые останавливают новичков. Но и это еще не все. В книге вы также найдете массу рекомендаций по систематизации этого бизнеса!

Не смотря на то, что многие советы из этой книги я уже использую в своей работе, я для себя нашел просто кучу новых фишек и рекомендаций, которые обязательно возьму на вооружение!

Вердикт – книга будет одинаково полезна, как новичкам, так и людям, которые уже занимаются информационным бизнесом и продажей своих знаний.

P.S.: В книге есть задания, которые нужно выполнять. Если читать книгу и последовательно выполнять задания, то к её завершению вы сможете уже заработать свои первые деньги на продаже знаний!

Мария Друг

«Можно, подобно Ежику в тумане, смело отправляться в путь, вооружившись, для начала, советами и рекомендациями из этой книги.»

Я читаю, вчитываюсь и хочу применить все из новой книги «131 совет по инфобизнесу» А. Парабеллума. Что я могу сказать об этой книге? И вообще по теме. Еще месяц назад я не знала, что такое инфобизнес и словосочетание «продюсер инфобизнеса» вызывало у меня ощущение, что надо мной смеются, такого не бывает. Оказывается, что бывает.

Так вот. Эта книга, я думаю, сэкономит мне много лет, нервов и средств, которые могли быть потрачены на ошибки, ненужные усилия или даже на обучение, поскольку эта книга является сублимацией опыта и знаний человека, который является лучшим экспертом в инфобизнесе в нашей стране. Это просто пошаговая инструкция по запуску своего инфобизнеса и терминологический ликбез. Даны ссылки на нужные сайты и пр.

Даны и советы, и фишки, и инсайты.

Предупреждения, предостережения, конкретные шаги – все к услугам читателя. Бери и делай. Можно, подобно Ежику в тумане, смело отправляться в путь, вооружившись, для начала, советами и рекомендациями из этой книги. Причем, мне кажется, что их надолго хватит. А я. Я просто не хочу рассказывать ничего, хочу все узнать сама, применить сама и никому ничего не сказать.

Бери все и не отдавай ничего! (с)

Это как в детстве находила запрещенные книги, типа М. А. Нексе и т.п., и читала под одеялом с фонариком или под кроватью. А тут по инфобизнесу. Интересно так и все попробовать сразу хочется, и чтобы получилось. С такой книгой получится, я думаю. Но это секрет. Не говорите никому.

Иван Захаров

«Только „мясо“ и ничего лишнего»

Могу ответственно заявить, что если Вы намерены начать или развиваться в инфобизнесе (да и просто в бизнесе, ибо бизнес без продвижения его через интернет будет ущербным), то я вам настоятельно рекомендую прочитать книгу «131 совет по инфобизнесу».

Когда я начинал свой инфобизнес в 2011 году за базовый онлайн тренинг по старту инфобизнеса я отдал 300\$. Эта книга посильнее будет – только «мясо» и ничего лишнего. Выводы, четкие рекомендации и инструкции, проверенные многолетней практикой. Просто бери и делай. Сэкономите кучу времени, нервов и денег. Читается легко. При прочтении рекомендую под рукой держать тетрадь для записей. Меня «инсайтило», увидел у себя «проблемные» места. Андрею респект. Кто не в теме кликаем сюда <http://infobusiness2.ru>

P.S. Два года назад писал рецензии для Манн, Иванов и Фербер. Читал книги Ицхака Адизеса – сильные. Но кризис свернул эту тему. Читайте больше друзья – лучшие инвестиции это инвестиции в свои знания... ну и действовать не забывайте. Всем успехов!

1. Зачем вам становиться экспертом #1

В каждой сфере есть свои эксперты – те, кто учит других решать проблемы и сложности в своем виде деятельности. Эти люди «гребут деньги лопатой» (что иногда очень возмущает их менее удачливых коллег), их уважают, к ним прислушиваются, клиенты с тугими кошельками становятся к ним в очередь...

Со стороны может показаться, что эти люди умнее других, что они обладают какими-то сверх-способностями, или что им просто безумно повезло. Но все гораздо проще. Секрет успеха прост – ПИАР, ПИАР, ПИАР, ну и еще немного уверенности в себе и 100 книг по своей теме.

Запомните – если ваше имя начинает часто мелькать перед глазами людей в нужном контенте, в итоге они запоминают вас, как эксперта.

Главное – забудьте о скромности! Ваше имя должно мелькать везде – в интернете, в газетах, на телевидении (пусть даже и на малоизвестных региональных каналах). Набивайтесь на выступления и интервью, издавайте мини-книги, пишите и публикуйте статьи в самых разных деловых изданиях, тиражируйте свои видеоролики в Ютубе и т. п.

Почему статус вечного ученика стоит поменять на статус эксперта?

- *Большие деньги.* Вы начнете зарабатывать неприлично большие деньги, что даст вам больше возможностей и свободы. Вас будут просить о том, чтобы вы взяли гонорар за свои услуги, при этом никто даже и не подумает торговаться или отсрочивать платеж.

- *Лучшие клиенты.* Самые правильные, самые интересные и самые платежеспособные клиенты всегда работают только с признанными экспертами.

- *Легкие продажи.* Когда вы уже стали известны в определенной области, клиенты приходят к вам сами, без дорогостоящей рекламы и упорного обзвона холодной базы.

- *Доступ к важным людям.* Достигая определенных высот, вы привлекаете внимание важных людей, знакомство и работа с которыми позволит вам подняться на еще большую высоту.

- *Возможность быстрого перехода в другую нишу.* Достигая успехов в одной нише, вы, при желании, сможете легко начать действовать и в иных сферах.

- *Слава, признание, власть и контроль.* Да, да, ваши ученики при общении с вами тоже будут испытывать благоговение и восторг, как вы при выступлении президента или при виде любимого голливудского актера.

В России рынок гуризма практически свободен! Используйте свой шанс стать экспертом №1 в одной из узких ниш, через несколько лет это сделать будет гораздо сложнее!

2. От внешнего к внутреннему

Уровень экспертности нельзя оценить цифрами, но есть ряд заметных атрибутов, которые делают звезд звездами. Пока вы только начинаете становиться на путь рождения и становления эксперта, вам нужно научиться вести себя соответствующим образом. Не стоит рассказывать окружающим «я пока не эксперт, но очень скоро стану ним». Даже начинающий хирург не сообщает пациенту, что тот будет у него первым, так как знает, что тот мигом вскочит с операционного стола и даст деру.

Действуйте, как действуют все начинающие врачи – надевают халат, стетоскоп, и напускают на себя важный и многозначный вид. Начинайте с одевания МАСКИ ЭКСПЕРТА, играя эту роль, вы постепенно обростете клиентами, связями, партнерами и в итоге станете настоящим гуру.

Но это не значит, что вам не нужно развиваться внутренне – необходимо постоянно работать над получением новых знаний и практических навыков. Читайте книги по своей теме, посещайте семинары и тренинги, учитесь у лучших в своей сфере.

В вопросах формирования стоимости своих услуг тоже нужно идти от малого к большому. Будьте адекватны в своей оценке и, в то же время, не занижайте ее. Идите вперед осторожно. Если вы не знаете, как увеличить прибыль клиента даже на 100 000, не обещайте увеличить ее на миллион. И еще – будьте готовы к возникновению различных недоразумений и даже конфликтов. Такое бывает. Возможно, даже придется возвращать деньги. Ничего, делайте это с высоко поднятой головой.

Некоторые спрашивают, в каком возрасте можно стать экспертом? Возможно, мне еще рано, ведь мне только исполнилось 20 лет или слишком поздно, ведь я – уже пенсионер... Становиться экспертом никогда не рано и никогда не поздно! Хоть в 20, хоть в 40, хоть в 80 лет! Не ждите «подходящего времени» – оно может никогда не наступить.

3. Основные атрибуты эксперта

Кто такой эксперт, или гуру? Это человек, который знает больше всех или делает что-то лучше всех? НЕТ! Всегда найдется кто-то, лучше разбирающийся в определенных вопросах.

Эксперт – человек, который знает больше своей целевой аудитории. Не больше своих коллег, а больше своих потенциальных покупателей.

Не сравнивайте себя с теми, кто занимается выбранной вами сферой деятельности уже 20—30 лет. Они, несомненно, лучше вас разбираются в этой теме. Вы можете учиться у них, и при этом также считать себя гуру в этих вопросах. Мастер – это тот, кто помогает человеку решить какую-то из его проблем и для этого вовсе не обязательно посвящать подготовке всю свою жизнь.

Важно, чтобы вы сами начали считать себя экспертом, тогда люди тоже поверят в это. Почему большинство людей ходит на семинары и тренинги, имея при этом достаточно знаний в своей сфере? Им просто нужно чье-то доказательство своей экспертности. **Научитесь сами себе давать разрешение быть экспертом!**

Из чего состоит настоящий гуру

- Внешняя составляющая – результат самопродвижения: статьи, книги, видеоролики, отзывы клиентов.

- Внутренняя составляющая – развитие и обучение. Прочтите 100 актуальных книг по выбранной теме за два месяца, пройдите 2—3 тренинга за ближайшие две недели, найдите пять человек, которые знают больше вас, и учитесь у них. Изучите тему и сами проводите по 10 тренингов в месяц.

Атрибуты гуру

- психологическая подготовка и выбор ниши;
- сертификаты, дипломы, членство в профильных ассоциациях;
- сайт или блог (а лучше и то, и другое);
- база потенциальных клиентов, по которым вы будете проводить регулярные рассылки;
- выступления;
- партнеры и учителя;
- публикации, книги;
- участие в телепередачах, интервью;
- личные подвиги, оригинальные путешествия;
- личная легенда («с самого дна на самый верх» и т. п.).

4. Чего не нужно делать на пути становления гуру

Знаете, почему многие отличники и умницы не добиваются финансовых успехов, при том что их нерадивые одноклассники могут ворочать миллионами? Все дело в том, что нас, в советском детстве, постоянно ограничивали. «Не высовывайся, будь как все, живи тихо...» и т. д. Чаще всего именно внутренние ограничения не дают человеку достигать того, о чем он мечтает.

Каждый, кто начинает новое дело, открывает бизнес или создает новый проект, наталкивается на стену критики и осуждения (причем, самых близких людей). Но они просто пытаются защитить себя от будущих изменений, боясь, что вы будете по-другому к ним относиться. Будьте готовы ломать свои и чужие стереотипы, совершайте яркие и заметные поступки. Гуру – это заметные личности!

Вам иногда будет страшно. Это нормально. Преодолевайте свой страх – идите туда, где страшно и делайте то, что задумали! У вас есть страх публичных выступлений? Значит, нужно больше выступать! Не бойтесь чужой негативной оценки, именно она чаще всего тянет нас вниз, и мы пытаемся угождать людям, вместо того, чтобы делать то, что хочется именно нам.

Для борьбы с внутренними ограничениями можно использовать тренинги личностного роста, обратиться к психотерапевту или профессиональному коучу. А можно самостоятельно поработать над личным восприятием и разрешить себе стать экспертом. Не завтра. Не через три месяца или три года, а сегодня и сейчас!

5. Публичные выступления – особенности и преимущества

Одним из атрибутов и возможностью продавать свои услуги являются публичные выступления.

Какие преимущества дают вам публичные выступления

- место спикера автоматически придает вам статус эксперта в глазах целевой аудитории;
- вы получаете возможность распространять свои идеи среди большого количества потенциальных потребителей ваших инфопродуктов, в том числе продавать дорогие услуги;
- вы привлекаете внимание представителей СМИ и потенциальных партнеров;
- продавая входные билеты, можно на этом неплохо зарабатывать.

Вы можете проводить такие публичные мероприятия:

- *Конференции.* Тематические мероприятия, которые можно проводить на региональном или на общенациональном уровне. Принять участие в интересной для вас конференции можно, предлагая интересную тему доклада. Как принять участие? Читайте тематические издания, посещайте форумы. Вступая в какую-либо профессиональную ассоциацию, вы также получаете возможность выступать на тематических мероприятиях.

- *Лекции в ВУЗах.* Предложите десяти ВУЗам свое бесплатное выступление – хотя бы в одном вам разрешат выступить со своей лекцией (опять же, если тема согласуется с профилем учебного заведения).

- *Собственные тренинги.* Такие мероприятия можно проводить в формате вечернего тренинга (2—3 часа), однодневные (8 часов), двухдневные и пр. Проводя тренинг, вы не только обучаете за деньги людей каким-то навыкам, но и получаете возможность продавать свои инфопродукты.

- *Семинары.* Обучающие лекции, которые стоят дешевле тренингов, т.к. проводятся немного в другом формате (посетителям предоставляется полезная информация, без активного взаимодействия, как на тренингах).

- *Вебинары (онлайн-тренинги).* Проводятся в интернет-формате, вы можете начитывать лекцию, не выходя из своего дома. Преимущества – широкий географический охват, экономия на организационных расходах. Недостатки – сложность продажи дорогих личных услуг, слабый контакт с аудиторией.

- *Видео-обращения.* Начитываются в формате вопрос-ответ или в виде лекции, затем записанные ролики выкладываются на Ютубе.

6. Как продавать свой тренинг или семинар

Многие новички в бизнес-консультировании не понимают мощную силу электронных рассылок. Набирая покупателей на тренинг или семинар с помощью привычной одношаговой рекламы, они тратят в десятки раз больше усилий и денег. При этом если напрячься и собрать базу потенциальных клиентов (сто, тысячу человек), можно успешно продавать им свои услуги и продукты в течение многих лет.

Если вы запускаете прямую рекламу с текстом, вроде «Тогда-то будет проводиться тренинг за такую-то тематику, участие в котором стоит 10 000 рублей», вы получите очень низкий процент отдачи (исключением являются случаи, если вы гуру в этом вопросе и запускаете инфу по «теплой» базе).

Но лучше всего использовать двухшаговые продажи. Как это сделать? На первом шаге предлагаете какой-либо продукт или услугу бесплатно. Можно составить небольшое пособие, помогающее решить те или иные проблемы целевой аудитории. Такую мини-книгу можно предоставлять бесплатно, скачивая которую, потенциальный клиент, оставляет свою контактную электронную почту. Таким образом, вы получаете мейлы потенциальных клиентов, из которых и будет состоять ваша база для рассылки. Регулярно отправляя по этой базе свои сообщения, вы с высокой долей вероятности, после 5—7 касания продадите свой продукт. При этом процент отдачи гораздо выше, чем при использовании одношаговой модели.

7. Продажи со сцены

Помните, что целью всех ваших публичных выступлений является продажа своих услуг и продуктов. Поэтому, осуществляя продажи со сцены, нужно соблюдать несколько основных правил, в тексте выступления должны присутствовать оффер, дедлайн и призыв к действию.

Оффер – это выгодное предложение для вашей целевой аудитории, то, от чего просто невозможно отказаться. Перед формированием такого предложения, изучите потребности целевой аудитории. Ваше предложение должно решать проблемы потенциальных потребителей и заинтересовывать конкретными выгодами.

Дедлайн – четкое ограничение выгодного предложения по срокам. Если потенциальный клиент понимает, что ваш продукт можно купить по заявленной цене в любое время, он не будет торопиться приобретать его. Но скажите, что услуга сегодня и завтра стоит 5000 рублей, а послезавтра будет стоить уже 10 000 рублей, то, при заинтересованности вашим предложением, клиент выложит за него свои деньги.

Призыв к действию помогает завершить продажи. Ошибкой некоторых продавцов является то, что они красиво и правильно предлагают свой продукт, но забывают указать клиенту, какие конкретные шаги он должен сделать, чтобы совершить покупку. Если вы скажете «Первые десять человек, кто подойдет после выступления к моему столу, получают возможность приобрести продукт в два раза дешевле его стоимости», то успешно завершите продажу.

Для того, чтобы продать услуги коучинга, после выполнения стандартной схемы «оффер-дедлайн-призыв к действию», предложите участникам семинара или конференции подойти к вам после мероприятия, чтобы записаться к вам на прием. При этом желающих нужно убедить в том, что у вас очень плотный график (даже если это совсем не так) и вы сможете принять клиента только через 2—3 недели. Не стоит спешно соглашаться на указанный клиентом день, т.к. это снизит интерес к вам, как к эксперту. Когда вы создаете мнимый дефицит себя, то у потенциального клиента даже не возникает вопросов типа «А можно дешевле?»

Для того, чтобы не возникало внутреннего конфликта во время переговоров с клиентом, прорепетируйте заранее свои фразы о том, как вы заняты, какой у вас плотный график и что вы сможете принять желающего не ранее, чем...

Следует также помнить, что если у вас есть страх перед публичными выступлениями, то побороть его можно только одним способом – выступать, выступать и снова выступать. Постепенно страх пройдет. Хотя некоторое волнение может остаться (в этом признаются даже ораторы с двадцатилетним стажем).

8. Инфопродукты – что это и как они создаются?

Инфопродукт – это авторский тренинг от одного или нескольких экспертов в записи, который может комплектоваться дополнительными материалами для самостоятельного обучения. То есть, это набор дисков с конспектами и прочими материалами. Во время проведения тренинга вы делаете аудио- и видеозапись, разбивая тему на несколько фрагментов и дополняя ее выполнением заданий, помогающих закрепить пройденный материал.

ВСЕ свои выступления записывайте и оформляйте в виде отдельных инфопродуктов – их продажа позволит вам зарабатывать хорошие деньги. Но при создании таких материалов нужно помнить об их практической полезности, они должны не просто «напичкать» слушателя какой-то информацией, а научить его чему-то важному.

Линейка инфопродуктов должна состоять из бесплатных, недорогих и дорогих продуктов. С помощью бесплатных продуктов вы привлекаете потенциальных клиентов и получаете их контактные данные, а с помощью дорогих продаете недорогие (которые на их фоне кажутся очень дешевыми).

Основным преимуществом продажи инфопродуктов перед проведением тренингов является возможность получения пассивного дохода. То есть, вы один раз проводите тренинг и записываете диски, комплектуете его конспектами и пр. материалами и можете заниматься другими делами, получая доход от его регулярной продажи. Кроме того, с помощью инфопродуктов вы получаете возможность продавать свои личные услуги. Ведь если человек слушал запись и понял, что с вашей помощью сможет достичь высоких финансовых результатов – он обратится напрямую за коучингом или консультированием.

Инфопродукты имеют свой срок жизни. Постоянные тренинги необходимо периодически обновлять, перезаписывать и дополнять свой ассортимент новыми тренингами и информационными продуктами.

9. 100 и 1 причина писать свои книги

Собственная книга – это мощнейший маркетинговый инструмент. Книга повышает ваш статус эксперта. Помогает найти выгодных, платежеспособных клиентов. Дает возможность эффективно «отстроиться» от конкурентов, заинтересовать партнеров и влиятельных людей. Что, в комплексе, значительно увеличивает ваши доходы.

Как выбрать правильную тему? Информация, изложенная в книге, должна помогать целевой аудитории решить ее проблемы. Чтобы узнать, что интересует ваших потенциальных читателей, побродите по деловым форумам, посмотрите, что обсуждают его участники. Тема книги должна отличаться уникальностью. Нет смысла писать тысячную по счету книгу о продажах, но можно взять узкую тематику, например, «продажи в фармацевтическом бизнесе» и освещать ее. Но с другой стороны, для того, чтобы заинтересовать издательство выпустить вашу книгу, нужно выбрать достаточно широкую целевую аудиторию.

Структура книги может быть выстроена в формате «проблемы-решения», в виде продающего письма или в виде интервью.

Основные этапы написания книги:

- Составление оглавления из 10—12 пунктов.
- Написания ключевых тезисов для каждого пункта оглавления.
- Надиктовывание книги на диктофон или запись вебинара.
- Поиск фрилансера, который напишет текст по записи.
- Окончательная шлифовка текста, добавление примеров.
- Публикация книги и выставление ее на продажу.

10. Магический треугольник инфобизнеса

Структуру инфобизнеса можно представить как табуретку, стоящую на трех ножках – основных элементах.

1. Семинары и тренинги, которые вы проводите вживую и онлайн.

2. Инфопродукты – семинары и тренинги, записанные на диски либо доступные для скачивания через интернет, предназначенные для самостоятельного изучения (так называемые коробочные продукты).

3. Коучинг и консалтинг – персональная работа с клиентом. Самый прибыльный элемент инфобизнеса.

Коучинг обычно подразумевает под собой работу один на один с клиентом, которому вы помогаете достигать персональных целей, доводя его до результата.

Консалтинг – консультирование бизнеса, когда вы консультируете не человека, а компанию, и ваша задача – добиться определенных результатов от бизнеса (например, увеличения продаж).

На самом деле, коучинг и консалтинг гораздо более сложные понятия, но в простейшей модели, которой вам пока будет более чем достаточно, коучинг – это работа с человеком, а консалтинг – с компанией.

11. Создание полноценного инфобизнеса

Каждый из трех элементов инфобизнеса (семинары/тренинги, инфопродукты, коучинг/консалтинг) очень важен, поскольку стоит вам убрать какой-то один – вы получите табуретку, которая никак не способна устоять на двух ножках. При этом зачастую присутствует только что-то одно. Например, существуют компании, которые проводят только семинары и тренинги.

Есть чисто консалтинговые компании, которые сажают в штат менеджеров по продажам, в задачи которых входит холодный обзвон предприятий сразу с предложением консалтинга.

Многие коучи занимаются только непосредственно коучингом, даже не подозревая о других гранях бизнеса.

Любой из этих вариантов – это попытка балансировать на одной ножке табуретки.

Это подобно тому, как если бы вы открывали магазин, в котором продавался бы только хлеб и сыр и ничего более. Разумеется, вы бы теряли огромное количество денег просто потому, что не предлагаете другие товары.

Успешный инфобизнес всегда строится на сочетании всех трех элементов. Каждый из них должен быть представлен в вашем бизнесе в полной мере, каждому вы должны уделять внимание, вкладываться и развивать.

12. Базовая цепочка продуктов

На основе рассмотренного нами треугольника строится базовая цепочка продуктов, необходимых для успешного инфобизнеса. Она содержит семь элементов.

1. Бесплатный инфопродукт.

Это может быть:

- мини-книга или отчет;
- вебинар;
- аудио— и видеосеминары, которые вы предлагаете у себя на сайте.

2. Книга. Речь идет о книге, которую вы должны написать сами. Стоимость этого инфопродукта будет составлять примерно 100— 300 рублей.

Главная цель наличия своей книги в инфобизнесе – ваш статус эксперта в глазах клиента.

3. Аудио— или видеоинфопродукт и вечерний семинар (вебинар)

Вы можете провести семинар или вебинар. Снять его на видео либо сделать аудиозапись и выпустить в коробочном формате совсем несложно.

4. Тренинг «в коробке». В отличие от короткого семинара, тренинг требует от участника действий, обычно более длителен и дает какой-то конкретный результат.

5. Персональная разовая консультация.

6. Живой семинар/ тренинг.

7. Персональный коучинг/консалтинг. Именно здесь скрыты самые большие деньги для вас и самые крупные результаты для ваших учеников.

13. Начало пути к своему инфобизнесу

Когда человек приходит и видит вас в первый раз, ему нужен максимум информации, потому что у него есть проблема, есть некая «боль», которая его мучит, и он, соответственно, хочет от нее избавиться.

Как вылезти из ямы? Сделали первый шаг: разобрались, какая у нас проблема, какого рода имеющаяся «боль». Поняли: хорошо, чтобы вылезти из этой ямы, во-первых, нужно прекратить ее копать дальше, во-вторых – выстроить ступеньки, в-третьих – по ним вылезти.

Не обязательно сразу вылезли из ямы, но уже поняли, что надо делать.

Возникает следующий вопрос: а как это сделать? Мы вас учим, ЧТО сделать: напишите книгу, проведите тренинг, сделайте инфопродукт, то есть ЧТО сделать – понятно, а КАК сделать – нет.

Человек понял, что хочет менять ситуацию, и он уже готов это делать, но не знает, как. И для решения вопроса, как именно что-то сделать, мы приходим на тренинг и начинаем глубокое копание с более глубоким изучением.

Сидим на сайтах сутками, качаем все, что можно выкачать, читаем книги, проходим семинары, слушаем, записываем, конспектируем, пытаемся разобраться, как это сделать.

Допустим, нашли способ: чтобы вылезти из ямы, необходимо выстроить лестницу. Лестница строится: две палки, между ними ступеньки. Замечательно!

Следующий вопрос, который сразу же возникает: а как это сделать правильно? Как сделать быстро? Как сделать хорошо? Как сделать оптимально?

Причем самое интересное, что такая информация нам на самом деле совершенно не нужна!

У людей в голове огромное количество мыслей, которые мешают им что-то сделать. Это нормально, многие себя так ведут.

14. Успех чужими руками

Все люди одинаковы. Вся фишка в том, что в нашей жизни результаты появляются от того, что мы что-то делаем. А ДЕЛАТЬ мы особо сильно ничего не любим. Терпим, конечно, но не так, чтобы с большим удовольствием.

Именно поэтому дальше люди говорят: «А как сделать так, чтобы этого же добиваться, но чужими руками, чтобы не самому делать, а чтобы кто-то сделал это за меня?»

«Не вопрос! Давай я тебя научу», – говорим мы, предлагая тренинг или коучинг. Дальше учим человека, как это сделать чужими руками.

Как же всем этим управлять?!

Следующая проблема, которая возникает у человека: как же всем этим управлять? Одни фрилансеры пропадают, другие просят больше денег, третьи обещают, но не исполняют – большая проблема!

Именно поэтому на следующем уровне мы учим людей, как получить результат чужими руками без проблем.

15. Коучинг и результаты

Результаты решают все. Запомните, это действительно важно. И в жизни, и в написании книги результаты решают многое. Именно поэтому, если человек не может или не хочет получить какой-то результат самостоятельно, он готов за него заплатить.

Это стандартный процесс потребления информации в нашем обществе и вполне типичный путь клиента в инфобизнесе.

Парадокс №1

Когда люди уже все умеют сами, когда у них уже все умеют фрилансеры, и когда они уже умеют делать все без проблем, обычно они приходят и говорят: «Слушай, а сколько тебе заплатить, чтобы ты за меня все это делал? Я не хочу больше этим заниматься. Я научился, и поэтому заниматься этим не хочу». Парадокс!

Иначе говоря, человек думает, что пришел к вам, чтобы что-то сделать, а на самом деле пришел к вам, чтобы что-то узнать. Мало того, когда он все узнал, он делать больше ничего не хочет! Соответственно, для нас это замечательно: мы это делаем за него и берем за это отдельные деньги.

Парадокс №2

Интересный парадокс состоит в том, что покупатель информации продолжает ее покупать. На самом деле, это огромный плюс. Но почему так происходит?

Таков принцип потребления информации: если понравилось, мы покупаем все.

Именно поэтому вы подсаживаетесь на нашу информацию, и именно поэтому мы выдаем такое ее количество бесплатно. Как только вам понравилось, как только вы к этому привыкли, вы начинаете покупать все. Это вполне нормально, и мы сами поступаем так же.

Парадокс №3

Когда у вас есть модель, которая работает, и если вы номер один в своей теме, какая бы узкая она ни была, совершенно не важно, насколько больше вы знаете по этой теме, чем другие.

В стране слепых одноглазый – король. Вам не нужно быть самым лучшим, вам не нужно знать намного больше других. Вам просто нужно знать что-то лучше клиента, что совершенно не сложно.

В основной своей массе люди не читают ничего профессионально и не особенно развиваются. Тем более, они не участвуют в тренингах, вебинарах и так далее.

Соответственно, вы можете спокойно быть для других номером один. Поскольку вы знаете больше, вы активно развиваетесь, прокачиваете себя в своей нише. Этого уже достаточно.

16. Механизм вечного успешного инфобизнеса

Как же сделать так, чтобы ваш инфобизнес был вечным? Чтобы люди вам платили всегда? Чтобы они радовались, чтобы это было им интересно, чтобы у вас было очень много денег?

1. Необходимо сделать что-то выдающееся или что-то продать. Либо что-то сделать, либо что-то продать. Все равно что. Что-то, что другие люди не делают. И многие из вас уже сделали первый шаг.

2. Вы устраиваете тренинг, на котором рассказываете, как вы что-то сделали.

3. Устраиваете следующий тренинг еще для двадцати человек, где рассказываете, как вы только что устроили тренинг, где рассказали, как вы недавно что-то сделали. То есть это уже второй этап.

4. Потом можно устроить вебинар, на котором рассказать, как вы устраиваете тренинги, на которых рассказываете, как вы что-то сделали.

5. Потом можно заняться коучингом, где научить устраивать вебинары, на которых вы рассказываете о том, как вы устраивали тренинги, на которых вы что-то сделали.

Таким образом, на каждом следующем этапе вы рассказываете о том, как вы только что сделали предыдущий. И люди ходят и платят, и им интересно.

Именно это и является формулой вечного инфобизнеса: вы что-то успешно делаете, а затем об этом рассказываете.

17. Четыре типа клиентов

Теперь давайте разберем четыре типа клиентов.

1. VIP-клиенты. Платят за качество, всегда покупают самое дорогое и самое-самое-самое лучшее.
2. Оптималисты. Ищут и платят за идеальное соотношение цена/качество.
3. Экономы. Покупают только все самое дешевое.
4. Халявщики. Ищут все только на «халяву». Почему? Сами не знаем, но таких много.

Все эти люди есть среди наших клиентов. Более того, когда мы сами что-то покупаем, мы попадаем в разные категории, покупая разные продукты, и периодически прыгаем из одной категории в другую.

18. Бесплатные советы

Кого-то удивят наши слова, но хуже бесплатного совета может быть только одно – бесплатный совет близкому другу или родственнику. Эти люди изначально находятся с вами в несколько иных отношениях, нежели обычные клиенты. И поэтому позволяют себе слишком многое: рассчитывать на большее, осуждать, рассуждать и так далее. При этом они, скорее всего, даже не станут делать ничего из того, что вы предложите. Почему-то им кажется, что для них у вас существует особое расписание своего времени. Эдакий VIP-подход. Так что бесплатных советов лично мы не даем.

Есть и еще одна причина для этого. Начав развиваться в собственной нише, вы отчетливо увидите, как люди пытаются лбом пробить стену, когда рядом есть открытая дверь. Сначала вас это потрясет и возникнет желание сказать: «Ну, сделайте же пару шагов влево – и все получится!» Только после того, как вас десять раз пошлют куда подальше, вы поймете: с советами лучше не лезть.

19. Простая схема любого инфобизнеса

Нас в последнее время многие мучают одним и тем же вопросом: дайте больше примеров инфобизнеса.

Тут все на самом деле очень просто. Любой инфобизнес (особенно тот, который развился САМ, без продвинутых моделей ведения и продвижения в массы) можно уложить в простую схему:

Книга (-и) – Тренинг (-и) – Индивидуалка (персональное обучение или консалтинг)

В такой модели основные деньги приносят тренинги. Книга (или книги) существуют для того, чтобы раскручивать тренинги. Индивидуалка – чтобы собирать сливки с тренингов, предлагая дорогие услуги.

Некоторые (еще юные) инфобизнесы могут пропустить одно из звеньев, получив следующую цепочку: книга – консалтинг или книга – тренинги. В таком случае денег в бизнесе окажется на порядок меньше.

Такая модель ведения бизнеса привлекательна для многих тем, что ее относительно просто создать и раскрутить, а также тем, что она способна давать стабильную пятизначную сумму долларов дохода в месяц.

Но в ней есть несколько очень серьезных подводных камней, в том числе сложная схема увеличения дохода до шестизначной суммы и практическая невозможность продать бизнес или отойти от дел (бизнес валится в считанные месяцы после того, как «гуру» из него уходит).

Всем тем, кто решил покорить этот Эверест в одиночку, без карт и проводника, пара мыслей для обдумывания:

1. Консалтинг НЕ продается без тренинга. Тренинг НЕ продается без книги.
2. Без гарантии возврата денег при определенных условиях в инфобизнесе вообще ничего не продается.
3. По ценам и ценообразованию:
 - Книги должны быть очень дешевые (300 рублей).
 - Тренинги – от 500 долларов с человека (так как при средней загруженности в 20 чел./тренинг, если продажи меньше 10 000, то развивать такой бизнес будет очень сложно).
 - «Индивидуалка» – от 1000 долларов с человека.

Так что теперь вы можете, наблюдая со стороны за любыми тренингами, вычислить модель ведения инфобизнеса и определить их прибыльность.

20. От знаний к действию

Что же нужно для того, чтобы перейти от знаний к действию? Навыки? Нет, одних навыков недостаточно. Эмоции? Эмоции важны, конечно, но и это не главное.

Главное – это начать действовать! Сдвинуться с мертвой точки.

Именно для того, чтобы сдвинуть людей с мертвой точки, проводятся какие-то массовые действия, когда множество людей делают одно и то же (например, флешмобы). У большинства из нас в сознание встроен этакий предохранитель от скачков эмоционального напряжения: «Вот я сначала выясню, как лучше сделать, а потом уже начну...»

Вы должны объяснить своим клиентам перед тем, как начать обучение, что на этот раз будет исключение: они начнут делать что-то, понятия не имея, зачем им это нужно.

Сбалансировать эту установку следует предупреждением, что вы объясните, что к чему, когда человек закончит. На самом же деле, когда люди начинают действовать, многие вопросы отпадают сами.

21. На все готовое

Если ваши тренинги направлены на значительное изменение внутреннего мира человека, смену ориентиров, то вы столкнетесь с втрое большим негативом.

Он может исходить от клиента, который возмущается: «Зачем мне вообще меняться?! Я, конечно, понимаю, что у меня все не очень хорошо, но при этом однозначно лучше, чем у соседа».

Он может исходить от родственников, близких, друзей или знакомых. Но и это не будет вашей самой большой проблемой.

Самой крупной проблемой окажется время. Глубокие внутренние изменения не происходят за пару дней, а многие люди не имеют терпения. Им нельзя сказать: «Сделаешь вот то-то, то-то и то-то и получишь результат через год». Они просто ничего не будут делать.

И именно поэтому обычно в итоге проходит три месяца, полгода или даже год, ты сталкиваешься с человеком где-нибудь на улице и спрашиваешь его: «Ну, как, помогло?», а он отвечает: «Да само все рассосалось как-то... Проблемы решены, продажи пошли вверх. Все как-то само собой...»

22. Главная проблема инфобизнеса

Как показала практика, просто информация, выданная даже в виде формул, плохо работает. Люди вяло на нее реагируют, не занимаются ничем, перестают действовать.

Главная проблема в инфобизнесе связана не с упаковкой информации и не с ее продажей! Это первые проблемы, которые довольно быстро можно преодолеть.

Куда серьезнее проблема с внедрением того, что вы выдали, в дело. Как раз для этого и нужно постоянство контактов. Вы постоянно должны придумывать что-то новое. Старайтесь идти на шаг впереди рынка.

На самом деле, инфобизнес заставит вас жить намного быстрее, чем живут ваши клиенты. Без этого он не работает. Вы хотите иметь постоянное стабильное дело или постоянный стабильный пассивный доход, так чтобы один раз сделал – и больше не напрягаться? Но стабильного инфобизнеса не будет! Его просто не существует в природе.

Поэтому вам постоянно придется что-то придумывать.

23. Чем прекрасен инфобизнес?

Вы можете очень точно воплощать в нем свои личные предпочтения, не волнуясь по поводу того, как надо, а как не надо поступать. Можно сделать жесткую иерархическую структуру с авторитарным лидером. А можно выстроить очень расслабленную и свободную структуру – и то и другое будет работать.

Чем хорош инфобизнес? Все дело в том, что в первую очередь вы занимаетесь тем, что вам интересно.

24. Выбор правильного рынка

Существует один очень важный вопрос, который постоянно задают новички: у меня есть инфопродукт (книжка, тренинг, консалтинг, «коробка»), что мне теперь со всем этим делать? Я умею делать то-то и то-то, как мне теперь раскрутить свой инфопродукт?

Но подходить следует совершенно с другой стороны. Танцевать нужно от рынка, от клиента, а не от того, что у вас уже есть. В 99% компаний люди ищут клиентов, чтобы заработать денег. На самом деле нужно делать наоборот: продавать что-то клиентам, чтобы сделать из них же новых клиентов.

На прикормленной клиентской базе можно кормиться снова и снова. Что же касается разовых продаж, то тут иначе: продаешь один раз, после чего постоянно нужно искать, кому продать еще и еще.

Кормиться нужно именно с клиентской базы. То есть до того, как вы создаете инфопродукты, вы должны понять, для кого вы это делаете, для какого рынка, и кто это все будет покупать.

Итак, чтобы правильно работать с рынком, нужно забыть, что у вас есть на сегодняшний день. Забудьте, что вы умеете делать, забудьте, что вы уже сделали, забудьте, что вы хотите делать. На первоначальном этапе это совершенно не важно. Надо отталкиваться от рынка, от его основных характеристик.

25. Два типа инфобизнеса

Первый – это ваша работа, инфобизнес, завязанный на одном человеке – на вас.

Второй – это инфобизнес, который может работать и без вас. В первом случае (если, например, для ведения бизнеса вам нужно ездить, устраивая семинары по разным городам) как только вы прекращаете прикладывать усилия (проводить семинары и т. д.), бизнес начинает резко проседать. И вы не можете просто уйти на покой или заняться чем-то другим, сохранив этот бизнес.

Этот бизнес никому не продашь, потому что он не обладает стоимостью для того человека, который готов его купить. Этот бизнес завязан на вас, и вы не можете из него выйти без того, чтобы он развалился.

Прелесть второй модели построения инфобизнеса заключается в том, что его можно продавать по частям. Именно обучение обычно делится на куски (по подписке, не по подписке, консалтинг отдельно) и по кускам продается. Можно, оставляя некую видимую часть себе, продавать кусочки своего бизнеса разным людям.

Поэтому при планировании инфобизнеса необходимо понять, является ли он бизнесом, нацеленным только на доход (отработали, сняли деньги, ушли), либо это бизнес, нацеленный на перспективу, и кроме зарабатывания денег сегодня вы планируете рано или поздно от него отдалиться.

26. Выбираем правильную нишу

Самым продуктивным способом получения быстрого финансового результата в инфобизнесе является обучение других людей зарабатывать деньги в выбранной вами нише. Причем для достижения лучших результатов обучение должно быть массовым.

Самый простой способ добиться успеха в инфобизнесе – обучать НЕ навыку, а зарабатыванию на этом навыке!

Даже если вы обучаете какому-либо навыку, вы должны понимать, что не столько обучение чему-либо дает значительную финансовую отдачу, сколько обучение самому механизму заработка в той или иной нише.

Если ниша, которую вы выбрали, для вас новая, то когда вы даете людям возможность заработать деньги со стопроцентной гарантией и с возможностью возврата вложенных средств, это самый простой способ быстро подняться и раскрутиться – при условии, конечно, что ваша методика работает.

Фактически вы будете «продавать доллары со скидкой». Темой вашего инфобизнеса может быть что угодно: создание и продвижение сайтов, работа на телефоне, привлечение новых клиентов, работа со старыми. Вы продаете людям возможность зарабатывать и получаете свои 10% прибыли. Тема также должна содержать обещание того, что всякий купивший информационный продукт при минимуме усилий получит действительно реальную и разумную прибыль.

Сумму заработков необходимо четко сформулировать, и вообще тема должна быть конкретно очерчена именно с точки зрения возможностей получения денег.

Это обязательное условие для успешного инфобизнеса. Сумма должна быть привлекательной, но реальной (примерно в три раза больше среднего заработка представителя целевой аудитории).

27. Как начать свой инфобизнес

У многих начинающих инфобизнесменов в голове роятся примерно такие мысли: «Хотелось бы начать инфобизнес, но ведь я в этом ничего не понимаю... Что же я буду рассказывать? Как же я могу учить, когда я сам толком ничего не понимаю?»

Как мы сказали выше, в королевстве слепых одноглазый – король. Предлагаем вам два простых рецепта старта своего инфобизнеса.

Рецепт №1. Копайте сами. Вы выбираете какую-то нишу, которая вам нравится. Например: «Как программисту удвоить свой доход». И думаете: «Как бы мне начать в этой теме свой инфобизнес?»

Идете в книжный магазин или заходите на «Озон» и собираете все-все книги по этой и смежным темам, которые есть. Вообще все. «Увеличение дохода», «Управление проектами для программистов», «Как добиться увеличения зарплаты», «Управление персоналом в IT», «Как создать свою IT-компанию» и так далее. Нужно собрать все, что есть.

Таких основных книг, скорее всего, по вашей теме будет порядка десятка. Вы их покупаете и быстро перерабатываете. Для этого вам понадобится умение достаточно быстро читать. Это обязательно надо уметь в инфобизнесе – пройдите любые курсы по скорочтению, сразу начнете читать раза в три быстрее. Итак, вы собрали кучу книг, изучили их, извлекли оттуда самые ценные идеи и фишки, сделали на эту тему семинар.

Вы уже можете совершенно смело обучать других и брать за это деньги. Поскольку переработали информацию, выжали ее из этой кучи книг и собрали в 1-2-часовой семинар все самые ценные идеи.

Далее. Вы провели первый семинар и выяснили реальные проблемы участников. Разобрали сами проблемы и способы, которыми их пытаются решать; поняли, что работает, что не работает. Это основа для вашего следующего семинара.

Как быть, если в теме уже есть несколько профессионалов? Если уже есть очень сильные инфобизнесы по этой теме, лучше выбрать нишу чуть в стороне, взяв что-то из соседней темы.

Однако в России действительно сильных инфобизнесменов пока единицы, поэтому подавляющее большинство ниш абсолютно свободны, за очень небольшим исключением.

Рецепт №2. Найдите специалиста. Например, вы хотите сделать инфобизнес в нише «Как починить автомобиль своими руками». Находите мастера, который в этом очень хорошо разбирается, берете у него интервью и задаете все необходимые вопросы.

Дальше это интервью перерабатываете, превращая в текст. Потом даете этот текст зачитать самому специалисту, диктору или делаете это самостоятельно – инфопродукт готов. Плюс из текста вы можете сделать книгу по этой теме.

28. Как правильно упаковывать инфобизнес

В инфобизнесе, чем лучше вы умеете упаковывать информацию (речь о внешнем оформлении дисков, брошюр и так далее), тем, к сожалению, меньше ваши клиенты готовы за нее платить.

Если мы берем книгу, какая бы она ни была, мы примерно представляем, сколько она должна стоить. Смотрим, какая у нее обложка – мягкая или твердая, глянцевая или матовая, какое качество бумаги, и на основе этих критериев мысленно решаем, стоит ли эта книга своих денег, и будем ли мы их на нее тратить.

Если вы книжку попытаетесь продать за 4000 рублей, люди будут крутить пальцем у виска. Если за 40 000 долларов, вас будут вовсе обходить за километр. Подумают, мало ли, вдруг это заразно – такое сумасшествие.

На самом деле, любая информация может быть перепакована иначе – и в другой упаковке адекватно воспримется людьми за другую цену. Чем традиционнее упаковка вашего инфопродукта, тем ближе его цена должна быть к традиционной.

Чем больше платишь за информацию, за саму ее суть, тем меньше зацикливаешься на упаковке.

Люди, которые приезжают к вам за большие деньги (тем более издалека), не шибко задумываются, какой есть рядом ресторан, насколько удобны стулья в зале, как там с парковкой и так далее. На фоне результатов, которые вы даете, все это теряет значение.

Поэтому не увлекайтесь профессиональным оформлением продукта. Достаточно, чтобы было понятно, что именно находится внутри – и что продукта там очень много.

Что еще можно продавать? Отлично продаются книги, «коробки», книги + «коробки». Эти сопутствующие товары, как прикассовая зона в магазине, на которой зарабатываются очень хорошие деньги.

Себестоимость инфопродуктов – копейки, вы их продаете в десять-двадцать раз дороже себестоимости. Маржа составляет (в зависимости от того, какой продукт) примерно 80—95%.

Причем книги должны быть не обязательно ваши, вы можете купить чьи-то чужие (можете наши приобрести – их, кстати, можно у нас заказать по оптовым ценам, если брать много, у нас консультанты их так и покупают).

Обязательно нужен каталог ваших товаров, хотя бы в формате одной страницы, где будет название, цена и специальная цена именно сегодня для участников семинара (как правило, ставится цена на 30% ниже обычной).

Плюс делается какое-то специальное предложение. Мы, допустим, объединяем несколько продуктов по теме выступления.

29. Внешний вид

Если вы хотите что-то продать, вы обязаны выглядеть как эксперт. Иначе не удивляйтесь, если у вас никто ничего не купит.

Что это значит? Костюм однотонный, темный, рубашка светлая, либо светло-синяя, либо белая. Галстук классический – красный или желтый. И темные туфли, лучше черные. Это все важно, это далеко не мелочи!

Запомните: если ваша задача на вечернем семинаре что-то продать – вы должны выглядеть как эксперт. Без вариантов.

Для женщины это может быть деловой костюм, желательно брючный, потому что многие женщины начинают комплексовать – то у нее ноги кривые, то худые, то полные, то туфли слишком дорогие, то слишком дешевые. Поэтому лучший вариант – использовать стандартный брючный костюм.

Если вы – женщина и продаете что-то в мужской аудитории, тогда ваш стандартный набор – это декольте, мини-юбка и лицо топором. Когда вы так одеты, ваша аудитория забывает, что именно вы продаете, но, тем не менее, люди покупают предложенное.

30. Два типа продаж консалтинга

1. Быстрый путь.

Вы поручаете одному или нескольким людям холодный обзвон. Еще кто-то занимается холодным обходом – разносит кучу листовок по торговому центру, допустим. Кто-то еще бегают, разнося ваши предложения: например, приглашения на семинар (на котором вы будете продавать уже консалтинг) либо предложение встретиться и обсудить возможность увеличения продаж. Либо нескольким людям поручается обзвонить базу, чтобы предложить сначала встречу, базовый аудит, потом консалтинг.

Такая модель неплохо работает и применяется некоторыми компаниями, но она будет гораздо эффективнее, если ее совмещать с медленным путем продажи через обучение.

2. Медленный путь – это продажи через обучение.

Сначала у вас есть дешевые инфопродукты, есть халява, есть промосеминары.

Те люди, которые прошли этот отсев и изучили многое бесплатно, решают пройти платный вечерний семинар. Там они решают, что хорошо было бы купить что-то дорогое.

Чтобы получить крупный результат, проходят большой семинар или тренинг и, обучившись всему, понимают, что они вообще не хотят ничего делать сами. Совершенно не хотят!

Когда становится ясно, как что делать и сколько на это требуется ресурсов, часто приходит мысль, что гораздо лучше заплатить намного больше денег за гарантированный результат. Когда за меня это сделает кто-то, или кто-то возьмет за руку и проведет пошагово, адаптируясь под мою ситуацию, скажет, что именно мне надо сделать в моей конкретной ситуации. Я хочу заплатить, чтобы мне не надо было самому думать.

И тогда они покупают консалтинг и коучинг.

31. Текущие активы

Важный момент – активы. Прежде чем начинать подготовку какого-то качественного тренинга, нужно посмотреть, а что же у нас имеется в наличии из того, что вы потенциально могли бы задействовать? Существуют разные типы активов.

1. Первое – это знания, которыми вы можете поделиться. Это то, что вы можете дать своим клиентам, какие-то навыки и информация.

2. Имеющиеся продукты. Их можно использовать для бонусов, специальных комплектов, upsell (допродажи) и так далее.

3. Дополнительные материалы и бонусы. Здесь речь идет о дополнительных материалах, которые вы можете доработать и дать клиентам. Это могут быть книги других авторов в электронном формате, семинары, видео, статьи или выступления, которые вы начали писать или готовить.

32. Формула запуска инфобизнеса

В этой главе мы хотим дать вам конкретную формулу (Infobusiness Launch Formula) – подробный план того, как развиваться и что делать, чтобы успешно организовать и продать свой тренинг.

1. Подготовительная работа. Надо технически создать сайт, который сможет осуществлять рассылку и собирать контакты и позволит посетителям оставлять комментарии. На этом сайте необходимо предоставить возможность писать комментарии, чтобы люди, принимающие участие в тренингах, могли активно коммуницировать. Это вам пригодится.

2. Мини-книга в PDF. Делаете мини-книжку в формате PDF. Эту книгу вы начинаете активно всем раздавать: рассылаете знакомым, друзьям, коллегам, по всем базам, которые у вас есть. И в этой мини-книге вы активно пиарите свою страницу захвата.

3. Страница захвата. Главная задача этой входной страницы – сбор контактов новых потенциальных клиентов, которые будут к вам приходить. На этой страничке вы предлагаете небольшой бесплатный видео— или аудиосеминар.

4. Серия статей. Далее человек проходит этот бесплатный семинар, который он получил взамен на контакты. Регулярно шлите ему статьи – раз в два-три дня. Они подогревают интерес к вашему платному тренингу. Надо написать семь-десять полезных статей по теме, которые будут падать ему в почту две-четыре недели. Дело в том, что в сети пользователи редко читают большие материалы. В коротенькой статейке обязательно указывайте, что более подробную информацию можно получить на таком-то семинаре.

5. Промосеминар. Это короткий (полтора-два часа) вечерний онлайн-семинар, во время которого мы обучаем клиента чему-то таким образом, чтобы у него был результат. Очень важно получить на этом промосеминаре хорошие отзывы от клиентов, которые можно будет использовать в дальнейшем.

6. Подготовка к основному семинару. Если промосеминар прошел достаточно успешно, имеет смысл делать большой семинар. Очень важно написать несколько статей по любой теме, к нему относящейся.

7. «Дожимание» клиента – вещь очень важная. Когда вы запустите продажи, в течение тридцати шести часов на вас обрушится шквал заявок (разумеется, если вы качественно провели всю предварительную подготовку). То есть множество клиентов будет записываться в этот очень короткий период времени. Ваша задача – вовремя их проработать. Не ждите, что все клиенты тут же оплатят выписанные счета. Вернее, кто-то, конечно, оплатит, но примерно 30% клиентов вы потеряете просто из-за того, что они зарегистрируются, а потом забудут об этом, либо передумают.

Поэтому, как только пришел заказ от клиента, ему сразу надо позвонить. Будете это делать вы сами или специально нанятый человек, значения не имеет.

33. Как стать экспертом и зарабатывать от 100 000 руб. в месяц через интернет, упаковывая и продавая свои знания

Основы инфобизнеса

Семь причин, по которым ИНФОБИЗНЕС перспективен и достоин внимания:

- Огромная маржа – более 100%. Вы продаете ИНФОРМАЦИЮ, производство которой стоит лишь интеллектуальных усилий (выпуск дисков и поддержка сайтов не требуют больших затрат).

- Можно работать в любой точке мира. Вы не привязаны к офису или рабочему месту. Все, что нужно, – ноутбук. Согласитесь, гораздо приятнее вести дела (и даже переговоры) на отдыхе, на пляже или в круизе. Вам больше не нужно выкраивать время для отпуска и подгонять даты под свои рабочие планы.

- Инфопродукт создается один раз и дает постоянный доход. До тех пор, пока содержащаяся в нем информация актуальна для клиентов и помогает решать их проблемы.

- Можно поставить бизнес на автопилот, максимально автоматизировав все процессы. Сайт работает на тебя 24 часа в сутки семь дней в неделю. Это самый работоспособный виртуальный продавец, который не заболит и не подведет.

- Низкая цена входа в новую нишу. Затраты на запуск проекта несоизмеримо малы по сравнению с открытием любого другого бизнеса. Вы можете стартовать с небольшим капиталом или вовсе без него. Это действительно доступно каждому!

- Минимум рисков при старте. Здесь трудно потерять деньги и получить долги. Ведь чтобы начать продавать инфопродукт, не нужны инвестиции, банковские кредиты или займы. Да, неплохо иметь некую резервную сумму, которая позволит сделать все «по высшему разряду». Однако при наличии желания, времени и терпения вы можете раскрутиться самостоятельно и без первоначальных вложений.

- Низкая конкуренция среди инфотоваров. Если сравнить российский рынок с западным, будет видно, что мы находимся на стадии становления этой колоссальной индустрии.

Огромное количество тематических ниш свободно, так что у каждого есть шанс стать лидером в своей области.

Кроме того, ведение интернет-бизнеса **АБСОЛЮТНО ЛЕГАЛЬНО!**

Вы можете зарегистрироваться как индивидуальный предприниматель (ИП), платить всего 6% налога с полученных доходов и спать спокойно!

Дополнительный плюс – защищенность от государственных вымогателей. Если вы ведете онлайн-бизнес, вам не страшны проблемы с пожарными, санэпиднадзором и другими контролерами.

Инфобизнес – прежде всего БИЗНЕС, и он потребует от вас преданности, большой энергии, настойчивости и упорного труда.

34. Главный секрет успешных бизнесменов

Для начала советую прочесть основные «заповеди» предпринимателей:

- Не надейтесь на счастливый случай. Бизнес – не азартная игра, успех в нем определяют лишь ваши опыт и настойчивость. Чем больше вы экспериментируете, тем выше шансы обрести финансовую независимость.

- Еще никто не стал богатым, используя «быстро работающие» схемы, – кроме тех, кто их предлагает. Поэтому не стоит рассчитывать на то, что первый миллион появится одним движением руки и без приложения значительных усилий.

- Ключ к успеху – ваши мастерство и опыт. Начинающие предприниматели делают массу ошибок, но не нужно этого бояться. Реальные навыки управления бизнесом можно получить ТОЛЬКО на практике!

- Занимайтесь тем, что вас реально цепляет. Относитесь к бизнесу, как к любимому хобби, и тогда вам никогда в жизни не придется ходить на работу.

И последнее предупреждение: подумайте, чем готовы ПОЖЕРТВОВАТЬ ради создания успешного интернет-проекта. Возможно, придется выкинуть телевизор (дабы освободить время), отказаться от покупки новой модной игрушки и вместо этого вложить средства в рекламу.

Как зарабатывать в Сети, продавая свои услуги или знания

Content is King – это заголовок статьи Билла Гейтса, написанной в 1996 году. И данное высказывание по-прежнему справедливо. Если вы хотите зарабатывать деньги через Интернет, прежде всего создавайте качественный контент, который интересен и нужен людям. Ваши статьи, курсы, тренинги и семинары должны содержать полезную информацию, которая позволит потенциальным клиентам быстро и эффективно решить их проблемы.

Как я уже говорил, если вы даете результаты и ваши советы реально работают, сразу становитесь экспертом в выбранной теме. И для этого не требуются дипломы или три высших образования. Даете эффективные советы – вам начинают доверять и покупают ваши продукты!

35. Что нужно, чтобы стать экспертом в инфобизнесе

Если вы можете решить проблему, с которой к вам обращаются, вы уже эксперт. Все когда-то делают первые шаги, поэтому не стесняйтесь своего минимального опыта в преподавании. Чем раньше начнете делиться своими знаниями и решать конкретные ситуации клиентов, тем быстрее станете продвинутым гуру.

1. Постоянно развивайтесь, увеличивайте свои знания и опыт в выбранной теме, чтобы однажды не оказалось так, что ученики переросли учителя и вам больше нечего им сказать.

2. Старайтесь преподносить знания так, чтобы покупатели могли их применить на практике, а не просто почитать/прослушать советы и забыть о них. Особенно важно давать клиентам оперативные результаты: так у них будет больше оснований вам доверять, а впоследствии – рекомендовать вас своим знакомым как продвинутого эксперта.

36. Как выбрать прибыльную нишу и не ошибиться

С какой темой может быть связан ваш инфобизнес? Это может быть что угодно, лишь бы вам было интересно этим заниматься.

Еще можно найти знакомого специалиста и «упаковать» его знания. Однако в этом случае все условия сотрудничества необходимо оговорить заранее.

Чтобы до выпуска продуктов оценить прибыльность выбранной ниши, проведите небольшой тест: задайте себе четыре вопроса о будущем бизнесе:

1. Испытывает ли потенциальный клиент сильные эмоции из-за своей проблемы?
2. Активно ли потенциальный клиент ищет решение?
3. Является ли ваш продукт/услуга единственным спасением (на его взгляд)?
4. Существует ли в данной нише потенциал для долгосрочных отношений?

Если на все вопросы ответ ДА – отлично, можете стартовать. Если НЕТ – ищите другую нишу!

На чем делают деньги в инфобизнесе

Как и в большинстве успешных проектов, в инфобизнесе основную часть дохода приносят постоянные покупатели. Моя статистика такова: 20% постоянных клиентов приносят 60% всей прибыли!

Именно поэтому так важно делать качественные продукты и строить долгосрочные отношения с клиентами.

Запомните: лучший клиент – тот, который уже что-то у вас купил.

37. Пошаговая структура построения инфобизнеса с нуля

Опишу классическую схему, по которой строится большинство прибыльных инфобизнесов через Интернет.

Первое, что нужно запомнить, – продавать «в лоб» дорогостоящие курсы и тренинги бесполезно. У посетителя сайта еще нет необходимого уровня доверия к вашему продукту, и он не готов переводить деньги совершенно незнакомому человеку через Интернет.

Начинать стоит именно с **БЕСПЛАТНЫХ** советов, которые позиционируют вас как эксперта и которые могут принести какой-то результат вашему читателю.

И необязательно сразу решать **ВСЕ** проблемы потенциального клиента. Достаточно помочь в преодолении первого этапа какой-то одной из них – это идеальный вариант для создания безоговорочного доверия к вашей персоне.

Очень важно заполучить e-mail потенциального клиента. Почтовая переписка является самым популярным (и дешевым!) способом коммуникации в Интернете. Поэтому мейл-маркетинг так эффективен при продаже инфопродуктов.

Итак, первый этап создания инфобизнеса – сайт с полезными советами, который собирает контактные данные посетителей в обмен на большее количество информации по интересующей их теме.

Второй этап создания инфобизнеса – подготовка обучающей серии писем, которые дают результаты читателю и убеждают его заплатить первые деньги за базовый продукт.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.