

Проект
«Ошибки наших учителей»
представляет...

Евгений Смирнов расспрашивает профессионалов персонального информационного онлайн-бизнеса о трех самых грубых ошибках, которые те когда-либо совершали при построении собственного бизнеса в Интернет!

Транскрибация аудиозаписи телесеминара

Юридическое уведомление

Обладателем авторских прав на текстовую версию телесеминара с Азаматом Ушановым (www.azamatushanov.com) в рамках проекта «Ошибки наших учителей», в виде электронной книги, является, Смирнов Евгений Александрович.

Данная книга защищена законом об авторском праве, ее бесплатное или платное распространение, а также воспроизведение всего текста книги или любой его части в какой-либо форме без согласия автора запрещено и преследуется законом.

Данная копия предназначена для Вашего личного пользования. Если Вы являетесь законным обладателем (ввели свое имя и e-mail в форму подписки на странице www.7master.ru), то в любой момент времени можете связаться с ее автором (<http://e-youcan.com/helpdesk/>) и получить все возможные консультации по теме персонального информационного бизнеса в Интернет.

Автор электронной книги, Смирнов Евгений Александрович, не принимает никакой ответственности за любые долги, которые могут возникнуть после прочтения информации данной электронной книги. Текстовая версия модуля предназначена только для информативных целей.

Информация, размещенная в пределах данной электронной книги, точна, однако, автор не может принять ответственность за любые погрешности в пределах данного документа.

Автор не гарантирует никакого дохода читателю. Читатель принимает полную ответственность за использование информации в пределах данного документа.

Автор не несет никакой ответственности перед читателем.

Читатель не имеет права:

- Раздавать электронную книгу бесплатно;
- Продавать данную электронную книгу за деньги;
- Размещать в качестве дополнения к своим коммерческим предложениям;
- Нарушать цифровой формат, переиздавать, объявлять себя автором.

Е.Смирнов: Здравствуйте, уважаемые слушатели! В эфире Евгений Смирнов, ведущий организатор проекта «Ошибки ваших учителей». Сегодня у нас на связи, наверное, самый эпатажный онлайн-бизнесмен, автор ряда коммерческих и некоммерческих публикаций на тему бизнеса в Интернет, глыба, динозавр интернет-маркетинга, Азамат Ушанов.

Е.Смирнов: Привет, Азамат. Спасибо, что согласился участвовать в проекте.

А. Ушанов: Здорово, Жень. Как дела?

Е.Смирнов: Великолепно.

Итак, тема записи – самые серьезные, фатальные, непростительные ошибки, которые ты совершал при создании собственного бизнеса в Интернет. То есть, я хочу, чтобы ты прямо сейчас рассказал о трех самых губительных ошибках, которые были тобой совершены вот за все время построения своей онлайн империи. Расскажи, пожалуйста, Азамат. Какая была первая ошибка?

А. Ушанов: Ну, по поводу фатальности, непростительности я не стал так по поводу ошибок говорить, потому, что какая бы ошибка фатальная не была, может быть, очень серьезная, все равно все серьезные предприниматели, воспринимают ошибки очень, ну, в таком позитивном что ли, смысле.

Если все слушатели, которые слушают, там, нас сегодня, будут думать, что в будущем, если они возьмут все эти ошибки, которые делали, там, предприниматели, тогда не будут их допускать, они все равно будут какие-то ошибки допускать. И это здорово. На ошибках все учатся, и только благодаря ошибкам люди добиваются прогресса. Поэтому все то, что я сейчас скажу, три ошибки, которые я делал, я, ни при каких обстоятельствах себя, не гнобил за это, за то, что я это делаю и так далее. Просто, если бы я их не делал, возможно, прогресс он бы был как бы чуть-чуть побыстрее, что ли.

Ну что ж, первая ошибка, которую я делал, там. Ну, просто ошибка, в принципе, касается, может быть, какой-то банальной вещи для людей. Но у всех такие проблемы есть. Это что касается цели, да. В принципе, цель.

В чем была моя ошибка. Все мои цели... У меня даже не было цели в самом начале. Сперва, я думал, все само собой будет. Что если я буду сконцентрирован просто на бабле, да, там, типа заработать денег и т.д., то деньги придут, и они сами по себе будут увеличиваться с каждым разом. Ни хрена подобного такого не происходит. Всегда результаты подстраиваются под цель. Хочешь ты этого или не хочешь ты этого, результат всегда придет к цели. Может быть, он будет чуточку ниже вот какой-то планки, которую ты сказал. Ну, например, загадал, да? Но все равно. В частности по срокам, там, в частности, по объему, да. По величине прибыли, результат всегда будет где-то на вот таком же уровне с целью. Вот.

И здесь потому всем предпринимателям, как бы, я рекомендую всегда просто стремиться к нулю. Ой, блин... не нуле, к луне, извините. Вот. Просто, как бы там, я даже тут плохо выразился. Стремиться нужно к Марсу. Есть такая поговорка, то есть: «Если ты стремишься к Марсу, то, по крайней мере, там, допрыгнешь до Луны, да». И в плане бизнеса Интернет то же самое. У всех предпринимателей должна быть цифра. Какая-то личная собственная цифра. Может быть, это не миллион баксов, может быть это не Гавайи какие-то, да. Но что для вас вообще что нужно? Что вы хотите получить от того, что? Почему вы занимаетесь бизнесом в Интернет, да?

У вас должна быть четкая картина и четкое представление. Причем цифра должна быть достаточно амбициозной. Не сто баксов в месяц, не двести баксов в месяц, да? А поставьте

нормальную такую цифру, да. И просто прыгайте к ней. Результаты ваши сразу подстроятся, как говорится, к этой цифре. И мелочиться не надо, потому, что, чем больше цель, тем больше, больше выделяется адреналина у человека, тем больше энтузиазма у него выделяется. Он просто натуральным образом начинает чувствовать себя лучше. Когда поставлена какая-то такая нормальная, большая планка, да. Вот.

И поэтому моя первая ошибка была, что я такой планки себе не ставил. Я просто плыл, ну так скажем, по течению, да. А если плыть по течению, то в Интернете просто, да, особо ни к чему не стремиться и т.д., то можно просто повязнуть. Можно повязнуть в различной информации, можно повязнуть на форумах, можно повязнуть, в переработке всего этого мусора, которого в Интернете много, да.

А если у тебя сразу присутствует какая-то мощная глобальная цель, нормальная такая, амбициозная, то, во-первых, все, там, лишнее, все лишнее, да, вся информация лишняя и т.д., она, там постепенно отсекается от тебя просто. Ты становишься гораздо более сфокусированным и, самое главное, когда планка большая, то появляется энтузиазм. Появляется вот это здоровое, вот такое, ну, я не знаю, ну так скажем, намерение действовать. Вот когда человек в таком драйве находится, да, то любой человек чувствует себя, в принципе, счастливым.

Вот если вот взять, например, да, вот даже, там, стремление по поводу отпуска. Вот если бы мне сказали: «Вот какую бы цель по поводу отпуска ты поставил?», то, я думаю, там, выехать за город, да. У меня бы это вызвало не очень хорошую такую мотивацию. Ну, выехать за город я могу в любое время.

А если планку себе поставить: «Так, например, вот этим летом я лечу, там, я не знаю, там, в какую-нибудь страну экзотическую и т.д.», то на счет чего ты не на сто процентов уверен, что ты это сможешь сделать в какой-то срок, включается какой-то, что ли, здесь позитивный вот такой настрой. В смысле, ну как-то ты себя некомфортно чувствуешь, но это в кайф, да. Этот, что ли, дискомфорт, в кайф.

Вот когда есть цель, и она большая, появляется такая, что ли, смесь и страха и, там, большой... в смысле, небольшой неуверенности, и в то же время драйва большого. И вот это самое лучшее состояние для интернет-бизнесменов. Тут и фокус хороший, тут и, ну не знаю, тут и прет здорово. Ну, в общем, классно вообще ты себя чувствуешь. И самое парадоксальное, что до своей цели ты, как правило, доходишь. Причем это, как бы, ну, просто ты смотришь на результат и думаешь: «Ни фиги себе!»

Я несколько месяцев назад себе загадал, да, вот такую, ну, я не знаю, цифру такую, такую планку, да, я думаю, что я этого не добьюсь. Но благодаря вот этому драйву, который я получил, той мотивации, которую я получу только лишь от факта того, что эту цель я себе поставил, я к ней пришел. И это вообще здорово.

Поэтому, если брать в тот расчет, что результат, как правило, под цель подстраивается, то есть смысл загадывать цель побольше. И вот первый урок всем тем людям, которые нас сейчас слушают, не важно – вы начинаете бизнес в Инете только что, либо вы уже середняк и т.д., - всегда ставьте себе какую-то там амбицию, такую хорошую, да. Я не знаю, какую-то, может быть, материальную цель. Может быть, то, что вам какие-то материальные, как бы, средства дадут, да. В личном плане, если вы заработаете с помощью Интернета. Вот, если вот эта картина сразу будет перед вашими глазами, то все пойдет гораздо круче. И вы будете просто работать с наивысшим кайфом. Вот это по поводу первого момента.

Е.Смирнов: Если, допустим, говорить обо мне, то я недавно просматривал свои папки с планируемыми продуктами, т.е. те, которые уже были выпущены, и те, которые планируется. И в это время я составлял цели для планируемого продукта. Я решил

посмотреть, что же я писал в самом начале самых первых продуктов. И я с удивлением обнаружил, что у меня даже не было целей. Т.е. не было файла, который называется «Цели». Я их не ставил. Если говорить о конкретной ситуации, то, например, я всегда, когда планирую, как бы, продукты, новый проект или новый бизнес в какой-то нише, то обычно записываю то количество денег, которое я хочу заработать за релиз. То количество базы, которое я хочу наработать, т.е. ресурсная база. Это клиентская база, это подписная база и миссия проекта. Т.е. – зачем вы делаете этот проект.

Любой бизнес и любой продукт, он должен помогать людям решать их проблемы. Поэтому в самом начале нужно записать миссию, что вы решаете и что вы делаете с помощью этого нового продукта. Я считаю, это очень важно. По поводу цифры, ты сказал, что цифра, должна быть большой – ну, я бы так сказал: например, она должна быть амбициозной, т. е. достаточно амбициозной, чтобы к ней стремиться.

Не стоит ставить, допустим, цифру в полмиллиона рублей, если вы сегодня зарабатываете пятнадцать тысяч. Такое возможно, я думаю, но это, скажем так, трудно достижимо с самого начала. Попробуйте поставить цель, которая выше ваших ожиданий, но ненамного. Чтобы она была реальной для вашего разума. Я вот так считаю.

А. Ушанов: Здесь мое мнение, да, ну. Я на сто процентов, как бы, с тобой согласен. Здесь просто цель либо амбиция, она все равно должна чуть-чуть хотя бы, но выходить за зону комфорта человека.

Е.Смирнов: Да

А. Ушанов: Чтобы ему было хотя бы немножко, ну как-то, понимаешь, ну, у него внутри как-то было вот, что ли, сомнение, какое-то. Либо страх небольшой такой. Чтобы было реально, как бы, цель с адреналином таким. Небольшим, но все же с адреналином. Потому что если человек просто так, ну там, я хочу сделать вот как бы это. Ну, все предсказуемое, и т.д., то уже мотивация совершенно там другого характера. Человек может работать не сфокусировано, он меньше будет заострять, как бы, внимание на самом качестве своего проекта и не будет вот этого драйва, который обязательно должен присутствовать, когда ты работаешь над каким-то действительно серьезным проектом. Поэтому там чуть-чуть, как бы, выйти за зону комфорта, как бы, в тот момент, когда ты делаешь план, да, какой-то, ставишь планку свою какую-то, вот это хорошо. Это здорово. И, я думаю, каждый человек должен это делать.

Е.Смирнов: И я добавлю, что классно цели писать на бумаге. Так скажем, это долго можно объяснять и вникать в это, но это лучше, чем цели, записанные в каком-то компьютерном файле. Я бы вам рекомендовал расписать свои цели по разным временным отрезкам. Месяц, три месяца, полгода, год и пять лет. Вот. Удивительно, время это очень важно.

Мы заканчиваем с первым вопросом. По поводу цели мы определились. Это нужно сделать. Итак, Азамат, я хочу, чтобы ты сейчас рассказал нам о второй своей ошибке, которую совершал. В чем она заключалась?

А. Ушанов: Ну, вторая ошибка была такая. Сначала, я помню, давным-давно я думал о том, как бы поделить контент на платный и бесплатный. Вот в этом заключалась, как бы, одна моя серьезная ошибка. То есть, было следующим образом. Например, когда я делал выпуск рассылки, либо же готовил что-то, да, я всегда думал – так, как же разделить, не выдать свой главный секрет который я хочу записать на диск, да, не выдать его в бесплатной статье, бесплатном подкасте, бесплатном видеокасте и т.д.

Я, вот, думая вот таким образом, составлял выпуски своей рассылки. Да, выпуски были прикольные, конечно, но они были похожи на винегрет. То есть, материал бесплатный, да, ладно, он был хороший. Но он все равно был незаконченный. Вот эту вещь, которую потом люди говорят по поводу того, что халявный материал должен быть, так скажем, интересным, но не до конца законченным. Вот я считаю сейчас, что это не совсем продуктивно делать. И через несколько минут вы поймете почему.

Абсолютно в любой сфере, будь это шоу-бизнес, и т.д., возьмем просто музыкальную сферу, да. Вот какой-нибудь крутой исполнитель, когда он выпускает новый альбом, и т.д., какую песню он отдает на радио? Я не думаю, что он отдает самую плохую песню, чтобы сбересть лучшую песню для своего, так скажем, альбома платного, да. Вот. Всегда на радио играет самый хитовый хит, всегда на халявную скачку в Майк Спейсе, в социальных сетях этого, ну, исполнителя, на скачку сразу дается самый сингл, самая крутая песня, с самым таким крутым ритмом, всегда бесплатно выдается самое лучшее. И в интернет-бизнесе вот что самое интересное вот я с опытом сейчас смотрю тоже собранное, что я смогу бесплатно, тоже. Мы должны выдавать самое лучшее. Потому что, если мы это делаем, то мы получаем, сугубо говоря, бесплатную раскрутку.

Как я раньше, например, поступал. Чтобы сделать бесплатное предложение, которое бы я давал в обмен на подписку. Я составлял бесплатный мини-курс, емейлонговый, да. В нем я пытался засветить кой-какие темы, но, тем не менее, я там, как бы давал не всю информацию, что ли, что-то там секретничал. Там, говорил: «Вот об этом вы узнаете только в платном продукте, и в итоге получался мини-курс в виде винегрета. Там есть и партнерские ссылки, там есть и реклама платных товаров и т.д.

Причем я не говорю сейчас, что это ненормально. Да, это нормально. Ну, в принципе, нормальный способ маркетинга. Там, нужно делать в каких-то случаях. Но посмотрите вот следующий вариант. Что будет, вот, если вы отметете все такие вот мысли по поводу жадности на счет контента. Вы не будете, там, жадничать какие-то свои секреты, вы не будете жадничать дать людям бесплатно то, что может им помочь прямо сейчас.

Что, если вы сделаете для них, не какую-то десятистраничную электронную книгу, чтобы давать в обмен на подписку, а запишите часовой, например, видеокурс. И презентуете его на сайте так, что вы даете бесплатно часовой видеокурс, например, по своей теме «Как сделать первые шаги в том-то, в том-то, в том-то» совершенно бесплатно. Вот если вы это сделаете, то. У меня как получилось. Я записал, ну, например, летом, да, как у меня получилось. Я сделал летом бесплатный видеокурс по, как бы, тому, как стать, ну, в принципе, в интернет-бизнесе, да, все самые необходимые базовые элементы я включил в этот видеокурс, абсолютно все. Он длиной в три часа. Я его хорошо отредактировал. Все сделал, чтобы было все. Ну, было по максимуму. Чтобы это было действительно качественно.

Я взял, кстати, этот пример, с Юсуфа Губайдуллина. Он сделал свой курс по раскрутке, который он тоже дает бесплатно, как бы, на подписку. Я взял и последовал данному примеру. Что получилось из этого. У меня получился курс, который можно было бы приложить куда-то в бонус, там, к какому-то диску. Может быть, даже, продавать баксов за 20, да. Но я этого не стал делать.

Я просто стал его давать бесплатно на подписку. Без каких-то мыслей о том, что «О! Там люди узнают то, что они бы узнали на моем платном диске» и т.д., да Я отмел все эти свои мысли в сторону и начал его бесплатно раздавать.

Что получилось из этого. Люди начали его передавать друг другу. Друзьям, людям на форумах, начали упоминать сетевики некоторые, которые заинтересованы в Интернет-

бизнесе. Начали рассказывать на своих конференциях. Этот курс начали упоминать в обинарах, его закачали на какие-то файлообменники. И вот, таким образом, я стал с удивлением, летом начал смотреть, что - я нигде не рекламируюсь, у меня нигде нет в данный момент рекламы, да. То было в июле. Но в день приходит стабильно еще по 36 новых подписчиков новых в день. В какие-то дни было 40 - 50, но это было абсолютно без никакой рекламы. Вот почему так произошло. Потому что я просто взял, сделал отличный видеокурс.

Вы можете сделать аудиокурс, вы можете сделать, ну, просто сделайте что-нибудь действительно такое классное. Чтобы другие ваши конкуренты только бы.. ну они просто застрелились, только это не отдавали бесплатно. Сделайте вот такую вещь и давайте ее в обмен на подписку. Вы получите сразу несколько выгод... Ой, в смысле, выгоды. Вы получите то, что вас люди будут упоминать, там, где-то совершенно бесплатно, безвозмездно, но очень ценный ресурс. Вы получите вирусную рекламу.

И вторая выгода заключается в том, что вам будет очень легко договориться с ведущими других рассылок с других сайтов о совершенно бесплатном пиаре вашего бесплатного приложения, потому что другие авторы рассылок, они всегда нуждаются в контенте. Они всегда нуждаются в том, чтобы дать полезное своей аудитории, да. Если вы им просто скажете, что вот у меня есть бесплатный курс, в нем ничего не рекламируется и т.д., просто людям нужно подписаться, то здесь разговор не затягивается более чем на два письма. Люди с удовольствием вас, упомянут, хотя бы в постскрипуме своего письма, да. Хотя бы где-нибудь, там, в середине своей рассылки. Но они это сделают с удовольствием. И как в итоге, вы получаете новых подписчиков.

С помощью только лишь такого метода я, как бы, вот за это лето курс, он вышел, по моему, в конце мая, если я не ошибаюсь, вот. Май, июнь, июль, август. За эти три месяца в мою базу добавилось около десяти тысяч новых подписчиков, просто благодаря вот этому бесплатному курсу. Все началось с того, что я решил дать трехчасовой бесплатный курс бесплатно в обмен на подписку.

И вот моя ошибка раньше заключалась в том, что я все это, как бы, делил. Я смотрел, что дать бесплатно, а что не дать бесплатно. Что положить в платный товар, что дать в бесплатный товар. И в один прекрасный день я решил – тьфу на эти все мысли, я просто, там, посмотрю, что людям нужно, что они хотят получить. Я это упакую в бесплатное приложение и дам нахалю. Что из этого получилось. Я сейчас получил более там большую базу, причем база увеличивается сейчас с каждым днем. И, потом, я уже могу смотреть, что еще нужно этим людям, и создавать коммерческие приложения для них.

В общем, выигрывают все, дорогие друзья. Не стремитесь превращать рассылку бесплатные и платные материалы в винегрет. Посылать, там, что-то, там, чуть-чуть дать, там, буквально, там, нахалю какой-то тейзер, да. А потом впаривать что-то платное. Разделите четко - бесплатное крутое предложение и платное крутое тоже предложение, да. Нигде там не мельтешите, не жмотьте и т.д. Жмотство уведет вас просто в трясины. Будете просто серым интернет-бизнесменом.

Внимание в наше время сейчас, в наш век получит тот бизнесмен, который не имеет таких вот жмотских, таких, представлений. Он готов упаковать качественный товар, вот который продавался бы баксов за 20 - 30, и просто дать его в обмен на подписку. Я думаю, что каждый бизнес в Интернет, каждый, ну, я думаю, как говорится, информационный бизнес должен обладать вот этим самым каким-то бесплатным курсом, который на сайте просто бесплатно раздается.

Я рекомендую сделать, там, базовый курс для новичков, да. В нем осветить те необходимые вопросы, которые, там, имеет новичок, который приходит к вам. Либо вы занимаетесь, там, учите людей играть на гитаре да. Можно дать им какие-то базовые аккорды, какую-то простую песню, научить играть в своем бесплатном видео. Там, если ведете какой-то там курс по трейдингу, да, там, по торговле валютой, можно дать тоже какие-то базовые шаги - как научиться пользоваться программой, да. Как предсказывать поведение там доллара, рубля и т.д. В общем, дать какие-то основы, самые базовые вещи. Если человек научится базовым основам с помощью вашего бесплатного материала, то вам даже не нужно будет рекламировать платные. Этот человек посмотрит сам на ваш каталог и закажет все, что там есть. Все.

Вот это совет, который я хотел дать, в частности, как-раз-таки, ну, скажем, ну, скажем так, второго пункта.

Е.Смирнов: Понятно. На самом деле очень ценный совет, судя по результатам - 10 тысяч человек за месяц. Видимо он очень хорошо работает. По поводу еще я хотела добавить. Вообще Интернет - это среда холодная. Люди сюда приходят за информацией, и они не готовы в самом начале вам платить, как уже об этом говорил. Поэтому здесь, в принципе, если покопать суть, то речь идет об исходящем и входящем потоке.

Когда мы в самом начале даем бесплатный ценный контент, даем еще контент, еще контент, - и люди начинают нам доверять. Люди начинают читать наши письма более внимательно. И они уже более лояльны к нашим коммерческим предложениям. Наверное, вот эта схема. Вот этот инструмент, как Юсуф говорил, крешкурс, вот он, наверное, наиболее, эффективен и хорошо работает. Когда мы действительно прикладываем усилия, чтобы создать качественный бесплатный контент и дать его людям просто безвозмездно. Это шикарный совет и действительно, наверное, за этой схемой будущее. Итак, это мы обсудили. Сейчас я хочу, чтоб ты рассказал о последней, о третьей ошибке, которая была совершена тобой.

А. Ушанов: Следующие... следующая моя ошибка. Я ее назову так - я сначала не был, так скажем, достаточно в кавычках, что ли «агрессивным», в позитивном смысле. Что это такое? Ну, вот я тоже, если все это вытекает, можно даже сказать, что это вытекает из моего второго совета, по поводу вообще просто коммуникации, да, со своей аудиторией.

Многие предприниматели в Рунете, они боятся иметь просто спокойную морду в тот момент, когда они просят человека сделать заказ, да. Все это как-то маскируется, вот мы видели множество примеров рассылок, когда вот мы как раз об этом говорили, да. Бесплатный контент, он миксуется как-то с коммерческими предложениями. Мол: «Ребята, я выпустил новый курс какой-то. Ну да, я сейчас сначала, конечно, вам дам что-нибудь, статейку какую-нибудь. Да вот, там, статейка там и т.д., да. В конце еще какой-нибудь человек скромно упомянет, что у него вышел какой-то курс, там, и т.д. либо что он проводит акцию и т.д. Но все это выглядит, знаете, в глазах людей, которые там на вас подписались, это просто какая-то дезинформация идет.

Слушайте, если вы предлагаете бесплатный материал, в выпуске рассылки, да, дайте его просто бесплатно. Скажите людям: «Я записал для вас новое клеевое видео и выложил его на блог. Ссылка. В нем вы узнаете, как делать то, се, третье, десятое. Это бесплатное видео, ничего платить не надо. Ребята, посмотрите и усвойте уроки, это вам поможет. До свидания, до новых встреч, Вася Пупкин». Все! Если это бесплатный материал.

Если вы высылаете платный материал, вот какое там платное предложение, не нужно мямлить, напишите в письме: «Ребята, я выпустил новый товар» либо «провожу какую-то акцию вот по этой ссылке. Ссылка. Если вы там воспользуетесь до такого-то числа, вы

получите то-то, то-то, то-то, третье, десятое, которое поможет вам добиться того-того, того-то и того-то. Кликните сюда. Эта акция действует до такого-то числа. Вот, пожалуйста, поторопитесь».

Все. Не нужно ничего склеивать вместе. Потому что люди в Рунете от этого устали. Они получают каждый день вот эти километровые рассылки, где и статьи какие-то - десять статей, двадцать рекламных блоков, да. И нигде нет по существу предложения честного, прямого, так скажем, конгруэнтного, да. От просто человека, с предложением просто воспользоваться каким-то коммерческим предложением.

Все это уходит, конечно же, в наши убеждения, да. Мы все выросли в России, где всегда люди все ненавидят рекламу. Смотрим мы, когда телик, мы всегда ее переключаем, наши родители ненавидят рекламу, как бы и т.д. Но нет абсолютно ничего плохого в том, чтобы предлагать людям что-то купить. Вот это, так скажем, самый банальный урок, да. У меня на вот это понимание ушло много-много лет. В тот момент, когда я стал просто прямым в плане коммерческих предложений, да, я не стал это все маскировать в выпусках рассылки либо же там, я не знаю, где-то еще, да. И с бесплатным контентом пытаться показать, что я, там, хороший парень, я только бесплатно все шлю и т.д. Когда я начал четко делить – где я выпускаю что-то бесплатное, у меня стало все отдельно. В одно письмо я высылаю, там, халявное видео, следующее письмо - я делаю четкое, нормальное коммерческое предложение. В этот момент все поменялось. В этот момент я стал получать, конечно, а намного больше писем, там, с «посылком в задницу», возможно. Ну, это случается всегда.

Но, во-вторых, сюрприз! - я стал получать гораздо больше продаж и заказов. Да, есть отписки от рассылки. Да, есть письма, где люди, они, как бы, недовольны тем, что ты высылаешь им какую-то там рекламу, предлагаешь что-то у тебя купить, да. Но, те не менее, ребята, мы занимаемся бизнесом, мы должны не бояться отшива. Мы не должны бояться того, что нас могут послать ответным письмом в задницу. Мы – коммерсанты, мы – бизнесмены. Мы должны одинаково хорошо давать бесплатный контент у себя в рассылке без жмотства, да. Я говорю о том, что это показ не на 5 минут, а где-нибудь на 20-30 минут. Видеокурсы целые, которые раздаются нахаляву.

Но, тем не менее, тоже, если вы создали платный товар, не нужно мельтешить, не нужно сомневаться, не нужно мямлить-мемкать, когда вам просто нужно попросить людей сделать заказ. Вышлите прямо сегодня.

Вот вам задание. Если вы всю жизнь были в своей рассылке, так скажем, хорошим парнем, или девушкой, женщиной, которая только все бесплатно шлет и т.д., а у вас есть классный хороший товар, который может помочь людям реально. Возьмите сегодня и напишите прямое письмо. Скажите буквально следующее в этом письме: «Народ! У меня есть диск, который поможет вам, там, не знаю, избавиться от того-то, того-то и получить такой-то результат. Ссылка. Если вы сделаете заказ в течение следующих трех дней, я еще дам вам бесплатный живой вобинар, который я буду проводить со своими клиентами. Там вы сможете мне задать там все свои вопросы и получить на них все ответы. Воспользуйтесь предложением сегодня. Ссылка». Вышлите, как бы, это письмо и не беспокойтесь за то, какая будет реакция.

Те люди, которые купят, они будут вам благодарны за ваш качественный товар, потому что он у вас действительно клевый. Те люди, которым это не понравится, - бог с ними. Их все равно будет мало. 5 - 10 человек отпишутся от вашей рассылки либо два человека, там, не знаю, напишут вам, что «Идите в задницу». Какая на хрен разница? Вы – бизнесмен, вы должны не бояться пиарить свои коммерческие предложения.

И делать это отдельно. Если вы шлете бесплатную вещь сегодня, послезавтра, если вы шлете платную вещь, не вставляйте в это письмо еще какую-то бесплатную вещь, либо же наоборот. Разделяйте четко. Будьте прямым человеком, не бойтесь и имейте, как говорится, совершенно спокойное лицо в тот момент, когда вы просите людей сделать у вас заказ. Это нормально, это естественно, и это нужно делать. Станьте более агрессивным человеком. И вы станете продавать гораздо больше.

Е.Смирнов: Спасибо за ценный совет, Азамат. Это действительно важная информация для начинающих онлайн-предпринимателей, быть более конкретным.

А. Ушанов: Более прямым человеком.

Е.Смирнов: Да.

А. Ушанов: Если у вас действительно товар хороший. Если вы продаете говно, грубо говоря, то вы, там, подсознательно не сможете рекламировать свой товар, да. Вот. Это даже не обсуждается. Мы делаем бизнес в Инете, мы на долгосрочную основу. Я думаю, что все люди, которые слушают, как бы, они тоже хотят зарабатывать не один только следующий месяц, да. А продолжать делать деньги еще год - два, на три там вперед, да. И поэтому есть смысл. Если вы делаете, черт побери, классный товар, то почему бы о нем не рассказать подписчикам и делать это как можно чаще.

Е.Смирнов: Да. Действительно это так. И сейчас Азамат. Во-первых, благодарю тебя, что ты ответил на эти три вопроса, да. Действительно, очень ценная информация. Как я вот замечаю, по опросам и проведении семинаров с предпринимателями очень-очень редко повторяются вот ошибки. Я думал, что ошибки будут повторяться часто у всех. Одни и те же. Но на самом деле это не так. У каждого свой уникальный опыт. Это ценно.

Итак. Знаешь. Мне известна такая штука. Что людей очень часто интересует личная жизнь автора. Т.е. личная жизнь онлайн-предпринимателей. И поэтому я хочу, чтобы ты сейчас рассказал нашему слушателю какую-нибудь одну вещь, хобби это может быть, либо это может какой-либо поступок, какой-то случай в жизни, о котором не знает никто. То есть, не знает твоя аудитория, не знаю я и другие люди. Вот было что-то такое интересное или, может быть, это хобби какое-то?

А. Ушанов: Знаешь. Я по поводу своей жизни, по поводу хобби, да, упоминал в рассылке не раз. Практически я прозрачен полностью. Для своих, по крайней мере, подписчиков. Что я могу сказать. Секретов, на самом деле, никаких нет. Обычный простой чувак я. Живу в Уфе. Хожу на хоккей. Болею за хоккейный клуб «Салават Юлаев» наш уфимский.

Я люблю музыку, гоняю на концерты на различные там, посещаю концерты всех своих групп любимых. Неважно, где они поют – в Москве, там, в Уфе, в Европе, - мне это без разницы. Сам играю на гитаре постоянно,... что еще...занимаюсь спортом, боксом, там, плаваю. В общем, до фига всего. Пока еще много тараканов у меня в голове, честно говоря, потому, что возраст у меня такой. Ну, мне 22 года на этот момент, когда мы делаем запись да. В Интернете я уже давно. Сейчас у меня тоже ну как бы чуть-чуть атакой возраст, то есть, уже пора становиться по серьезнее, но, тем не менее, моя молодая, так скажем, младенческая жизнь, - она продолжается. Люблю потусоваться, я, как говорится, хорошо. Не кривлю душой, да, там, сходить в ночной клуб, потусить с друзьями, да. Для меня это абсолютно, как говорится, нормальная вещь. И стараюсь я это, действительно, как бы, совмещать нормально, плодотворно, как бы, с продуктивной работой.

Е.Смирнов: Отлично. Живешь полной жизнью, короче.

А. Ушанов: Да. Я, как бы, стараюсь это делать, потому что это важно. Мы пришли в Интернет-бизнес, чтобы жить действительно полной жизнью. По крайней мере, стараться это делать и, там, как бы, не только сидеть за компом, а еще и делать такие вещи, которые просто нам нравятся и, как бы, которые нам по душе. Вот, например, тебе сноуборд нравится, да. Тоже ты и хоть куда, на какие горы, там, по барабану – в России они не в России – ты тоже, как бы, туда пойдешь. Есть такие вещи, там, просто которые нам нравится делать. Все бизнесмены абсолютно должны это делать. Всегда. Иногда лучшие идеи приходят на тот момент, когда, там, я не знаю, делаешь спуск, как говорится, с горы. Может прийти, как бы, намного более гениальные идеи, чем в тот момент, когда специально сидишь за компом и пытаешься, там, выжать ее из себя. Это факт.

Е.Смирнов: Хорошо. Сейчас мы перейдем ко второй части нашего семинара, которая будет доступна вам, уважаемый слушатель, в качестве отдельного предложения в конце этого курса. Вы получите письмо со ссылкой на текст описания спустя пару дней или три дня после прохождения курса. Поэтому будьте внимательны ко всем письмам, которые приходят после курса, в особенности от меня и от Азамата. Вторая часть курса будет включать ответ на очень интересный интригующий вопрос. Ты готов?

А. Ушанов: Давай!

Е.Смирнов: Представь следующее ...