

Содержание

Вступление	10
Об авторах	11
Пазл инфомаркетинга в Интернете	13
Выстраивание доверия	15
Целевой трафик	16
Глубокая монетизация	20
Выбор темы для инфобизнеса	25
1. Ваша профессиональная деятельность	27
2. Профессиональная деятельность члена вашей семьи	29
3. Проблемная ситуация, которую вы преодолели	31
4. Страхи, от которых вы избавились	31
5. Хобби, в котором вы — виртуоз	32
6. Личностный козырь, который поможет вам в жизни	33
7. Страсть к какой-либо области знаний	33
8. Где «наломали дров» в прошлом	34
9. Личная трансформация	34
10. Идеи из книжных магазинов	34
11. otvet.mail.ru	34
Проверка темы на интернет-востребованность	37
1. Яндекс.Wordstat	39
2. Популярные сайты, блоги, сообщества на вашу тему	40
3. Офлайн-книги и журналы на вашу тему	40
4. Офлайн-семинары, тренинги, курсы, выставки на вашу тему	40
5. Возможность создания нескольких инфопродуктов по одной теме	41

Идеи для инфопродуктов	43
1. Пошаговое руководство	45
2. Топовые вопросы и ответы	45
3. Интервью	45
4. Перечень лучших фишек	46
5. Разбор успеха по косточкам	46
6. Генератор идей	47
7. Программа на месяц до результата	47
8. Заработок в вашей теме	47
9. Обходные пути	48
10. Для продвинутых	48
11. Секундомер	48
12. Личный кейс	49
13. Планировщик	49
14. Что делать, если.... ..	49
15. Экономия денег	49
16. Быстрый и легкий способ	50
17. Ошибки и барьеры	50
18. Преврати X в Y	50
19. На всем готовеньком	51
20. ДЛЯ	51
Отстройка от конкурирующих предложений	53
1. Узкая специфика по теме	55
2. Магическое слово «ДЛЯ»	55
3. Оригинальная конструкция инфопродукта	56
4. Готовая «рыба»	56
5. Магическое слово «БЕЗ»	57
6. Отстройка по эмоциям	57
Варианты упаковки инфопродукта	59
1. Книга	61
2. Аудиокнига	61
3. Видеокурс	61
4. Интернет-тренинг	62
5. Живой тренинг	62

6. Дистанционный курс	62
7. Коучинг и консалтинг	63
Реализация и готовность инфопродукта	65
1. Определение даты готовности инфопродукта к продаже	67
2. Разделение темы инфопродукта на смысловые кусочки	68
3. Определение темпа производства	68
4. Дисциплина	69
5. Обработка	69
6. Создание бонусов к инфопродукту	69
7. Дизайн продукта	70
8. Производство копий	70
9. Написание продающего письма и создание мини-сайта	70
10. Настройка приема заказов на инфопродукт	70
11. Создание тематической бесплатности	70
12. Запуск и раскрутка	71
Стратегия создания линейки инфопродуктов	73
1. Разбейте рецепт успеха на 10 составных частей	75
2. Ваш первый, вводный инфопродукт	75
3. Десять остальных инфопродуктов – про каждую составляющую	76
4. Каждый год вы можете запускать новую версию своего продукта	76
5. Не забывайте о коучинге	76
Главные инструменты инфопредпринимателя	79
1. Качественный микрофон	81
2. Программа для записи аудио и видео	81
3. Портативная HD-видеокамера	81
4. Программа для создания и публикации сайта	82
5. Графические редакторы	82
6. Текстовые редакторы	82
7. Планировщик/Календарь	82
8. Управление деньгами	83
9. Делегирование	83
10. P. S.	83

Структура текста или видео на продающем сайте	85
1. Крючок внимания	87
2. Чтение мыслей	87
3. Я — «СВОЙ»	87
4. Переломный момент	88
5. Ваш опыт, упакованный в детальный инфопродукт	88
6. Программа обучения.	89
7. Результаты тех, кто уже купил	89
8. Стоимость продукта	89
9. Гарантия	90
10. Бонусы самым шустрым	90
11. Итог предложения.	91
12. Как заказать сейчас	91
13. P. S.	91
Краткое видео для продающего текста	93
1. Кратко представьтесь	95
2. Чтение мыслей об основной задаче клиента.	95
3. Главные проблемы и обещание их решения	95
4. Призыв прочесть текст до конца.	95
Прием платы за товары и услуги в Интернете	97
1. Зарегистрируйте ИП и откройте расчетный счет в банке	99
2. Зарегистрируйтесь на webmoney.ru	99
3. Зарегистрируйтесь на rbkmoney.ru.	100
4. Зарегистрируйтесь на robokassa.ru.	100
5. Делегируйте отправку инфопродукта специальному сервису	100
6. Варианты оплаты, которые должны быть на вашем сайте	100
Максимум денег из каждого заказа	101
1. Предложение разных версий продукта.	103
2. Каждому клиенту месяц мастер-группы в подарок	103
3. Апселл во время заказа № 1 — дешевый.	103
4. Апселл во время заказа № 2 — средний	104
5. Апселл во время заказа № 3 — дорогой	104
6. После заказа — купон со скидкой на 30 дней на весь каталог продуктов	104
7. Предложение коучинга в мини-группе или один на один	105

Создание своей партнерской программы	107
1. Убедитесь, что ваш рекламный текст продает	109
2. Техническая настройка партнерки	109
3. Создание странички с условиями партнерки	109
4. Создание странички с рекламными материалами для партнеров.	110
5. Базовая раскрутка партнерки	110
6. Выход на крупных партнеров.	112
7. Мотивация партнеров.	113
Набор своей базы подписчиков	115
Дополнительные нюансы по набору базы подписчиков	119
Идеи для бесплатных статей, аудио и видео	123
1. «Ню-хау» — урок	125
2. Часто задаваемые вопросы и ответы	125
3. Список	125
4. Генератор идей	126
5. Легкий способ	126
6. Урок для продвинутых	126
7. Временные рамки	126
8. Личный опыт	127
9. Планировщик	127
10. Что делать, если.....	127
11. Текущие события	127
12. Ошибки и препятствия	128
13. Пять минут	128
14. Лучший способ	128
15. Превращение	128
Монетизация базы подписчиков	131
Продажи через бесплатные материалы	133
Запуск нового инфопродукта	134
Перезапуск имеющегося инфопродукта	134
Ограниченное спецпредложение	134
Проведение продающего вебинара	135

Партнерская рекомендация	136
Предложение индивидуальной работы	136
Проведение распродажи в рассылке	137
1. Выбор причины и даты распродажи	139
2. Компоновка пакета инфопродуктов	139
3. Создание графического изображения всего пакета	140
4. Компоновка продающего текста или видео	140
5. Подключение апселла и бэкэнда	140
6. Готовность писем на каждый день	141
7. Стальные яйца	141
8. Дожим выписанных счетов по телефону	141
Запуск нового инфопродукта в рассылке	143
1. Качественные бесплатные материалы для затравки	145
2. Подготовка продающего текста (видео) с предварительной регистрацией	145
3. Анонс надвигающегося релиза по базе подписчиков № 1	146
4. Анонс надвигающегося релиза по базе подписчиков № 2	146
5. Список причин, почему этот релиз нельзя пропустить	146
6. Анонс подарков для клиентов	146
7. Анонс ограниченных подарков самым быстрым	147
8. Ранний запуск по базе клиентов	147
9. Видео о том, как оплатить	147
10. Запуск. День № 1	147
11. Запуск. День № 2	148
12. Закрытие продаж	148
13. Бесплатный утешительный вебинар	148
14. Второе окно продаж	148
P. S. Прозвон	149
Чек-лист по раскрутке инфопродукта	151
1. Дать старым клиентам возможность заказать на особых условиях	153
2. Сделать внутренний запуск по своей базе подписчиков	153
3. Создать рекламные материалы для партнеров	153
4. Сделать запуски по базам ключевых партнеров в нише	154

5. Создать бесплатное видео	154
6. Анонсировать партнерку для всех	154
7. Провести партнерский конкурс	155
8. Анонсировать продукт на тематических форумах	155
9. Купить платную рекламу в тематических рассылках	155
10. Разместить баннеры на тематических сайтах	156
11. Настроить и запустить контекстную рекламу	156
12. Найти промоутера для социальных сетей	156
13. Подготовить вопросы для интервью с самим собой	156
14. Продолжать поиск новых партнеров	157
15. Делать новые бонусы к продукту и проводить продающие спецакции	157
Приоритеты начинающего инфобизнесмена	159
1. Создание одного востребованного продукта и продающего сайта к нему	161
2. Раскрутка и продвижение (60 % времени)	162
3. Продажи подписчикам и клиентам (20 % времени)	162
4. Создание новых предложений (20 % времени)	163
5. Чем вообще нельзя заниматься	163
Личная эффективность онлайн-предпринимателя	165
1. Амбициозные цели	167
2. Ответственность	167
3. Минимизация отвлекающих факторов	168
4. Фокусировка на последующей сборке пазла инфобизнеса	169
5. Годовые цели	169
6. План действий на месяц	169
7. План действий на неделю	170
8. План действий на день	170
9. Активный отдых и общение	170
10. Создание команды	171
Анатомия 300 000 рублей в месяц	173
Вам подарок	176