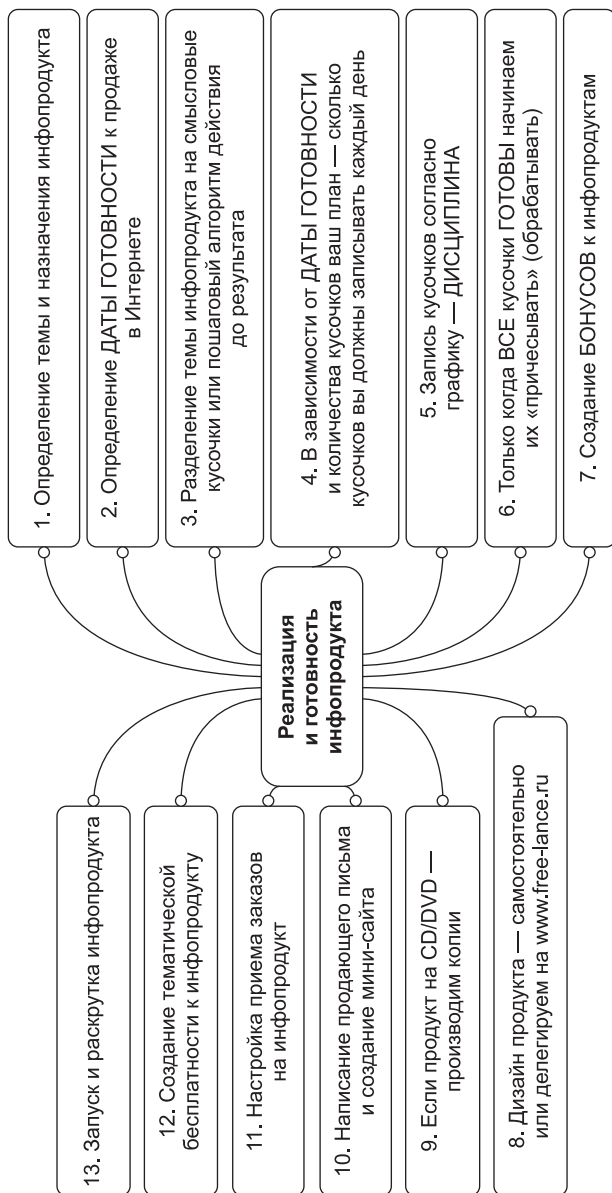


# Реализация и готовность инфопродукта





Скачайте эту интеллект-карту по адресу: <http://smartinformarketing.ru/book-leads.htm>

Идея у вас есть. Вы отстроили ее от конкурентов и знаете, какой формат используете. Продукт хорошо позиционирован, еще масса идей, и поэтому нет страха: возьмут или не возьмут?

Деньги приносит не тот продукт, который готов на 99,9 %, а тот, что готов на 100 %, выложен в Сеть и разрекламирован. Поэтому переходим к реализации и готовности инфoproдyкта.

## 1. Определение даты готовности инфoproдyкта к продаже

Мы уже определили тему и название инфoproдyкта, поэтому сразу переходим ко второму пункту. Назначьте дату, когда вам нужно приступить к созданию следующего продукта. Один из важнейших принципов тайм-менеджмента заключается в очередности ваших проектов. Когда за проектом, к которому вы приступаете, ничего не следует, и у вас нет дальнейших планов — это не лучший вариант. В таком случае реализация может затянуться.

Скажем, на дворе — октябрь, и у вас вопрос: «Такая классная идея, а я все тяну, тяну и тяну». Это потому, что на ноябрь ничего не запланировано. Если бы вы знали, что 15 ноября надо создавать следующий продукт, вы бы не тянули кота за хвост. Очень важно чувствовать очередь. Определите даты, и у вас появится хороший стимул работать.

Мы определяем дату сразу. Лучше, если это будет дата продаж. Если у вас есть рассылка и вы знаете, как делать релизы и продавать продукты, назначьте дату выхода релиза. Если у вас нет базы, определите, когда появится сайт и на него зайдет первый посетитель. В противном случае можно откладывать до бесконечности.

## 2. Разделение темы инфопродукта на смысловые кусочки

Делим тему продукта на смысловые кусочки или создаем пошаговый алгоритм действий до результата. Мы словно разрезаем торт на части.

## 3. Определение темпа производства

В зависимости от даты, которую мы назначили, определяем, сколько кусочков продукта нужно делать ежедневно. Если у вас по плану 60 уроков, а продукт должен быть готов через 30 дней, соответственно, в день вы должны записывать по два урока. Если продажи начнутся через 15 дней, а уроков по плану 30, график тот же.

Естественно, у вас должен быть запас, когда вы захотите делать минимум для продукта, воспользовавшись, например, дисками Евгения Попова. Надо точно знать, сколько кусочков вы должны записывать в день, чтобы спокойно дойти до даты реализации с готовым продуктом. Когда вы это определили, узнаете свою дневную норму.

Создание продукта — первая задача вашего дня. Вы можете трудиться на основной работе, но должны выделить хотя бы полчаса-час в день. Если вы читаете эту книгу, значит, серьезно настроены на создание своего инфобизнеса, и у вас все для этого есть. Есть идеи (мы разобрали отличные способы их генерации); вы знаете, что ваш продукт будет интересен. На него есть спрос, и вы должны заработать на нем состояние.

Раз у вас есть уверенность, надо определять дату и делать этот продукт. Время заниматься им ежедневно найдется, если вы правильно расставили приоритеты. Ключ к успеху в ин-

фобизнесе — способность всего на два часа в день усадить себя на стул и включить клавишу записи.

## 4. Дисциплина

Записывать кусочки нужно в строгом соответствии с графиком. Неважно, сколько часов в день вы работаете, важно, что вы делаете это систематически. Каждый день — маленький шаг. Это секрет успеха в бизнесе!

## 5. Обработка

«Причесывайте» кусочки, когда они уже записаны. Пока нет полной записи, нет смысла приступать к обработке. Начинайте резать, удалять шумы и неудачные моменты, только когда все готово.

## 6. Создание бонусов к инфoproдyкту

Мы рекомендуем создавать такие бонусы, чтобы они действительно дополняли продукт. Мы уже упоминали о Евгении Попове, который делает замечательные бонусы. Это небольшие уроки по 15–20 минут каждый, но они хорошо дополняют курс. Бонус за 15 минут раскрывает тему, которая в основном курсе не затрагивалась, это очень удачное сопровождение.

Сделайте маленькие бонусы, но чтобы они были в тему. Это усилит ваш продукт. Сделайте и скрытые бонусы. Зачем? Люди любят сюрпризы. Если вы сделаете сюрприз, дадите больше, чем обещали, — сразу получите постоянного клиента. Это большая редкость в Сети.

## 7. Дизайн продукта

Когда ваши материалы созданы, приступаем к оформлению. Можно самостоятельно сделать дизайн обложки вашего продукта, графическое оформление для сайта или найти фрилансера, который поможет в этом.

## 8. Производство копий

Если ваш продукт на CD или DVD (то есть физический товар), делаем копии. Самостоятельно либо с помощью Russian Post Service, который позволяет делегировать отправку дисков. За вас будут и печатать, и отправлять. Вы только платите за услуги, а все деньги с продаж, естественно, забираете себе.

## 9. Написание продающего письма и создание мини-сайта

Пишем продающий текст для вашего сайта с описанием продукта.

## 10. Настройка приема заказов на инфопродукт

Настраиваем прием платы за ваш продукт. Очень важно хорошо его протестировать!

## 11. Создание тематической бесплатности

Создаем бесплатные дополнения к вашему инфопродукту, чтобы при запуске стимулировать аудиторию. Например, у вас есть своя рассылка. Первую неделю вы рассылаете бесплатные материалы, а потом говорите: «Мы обсудили данную

тему, а теперь я хочу представить подробный курс, который научит вас добиваться результатов».

## 12. Запуск и раскрутка

Этап запуска и раскрутки инфопродукта мы будем обсуждать в других интеллект-картах.

Таким образом мы реализуем каждую нашу идею. Самые главные — первые пункты, когда вы определяете дату и сколько кусочков должны записывать в день, чтобы прийти до даты с готовым продуктом. А потом — дисциплина, работайте каждый день по часу, и можете быть свободны. Вы сделали свой объем работы на день? Хорошо. Дисциплина и систематичность — самое главное! Это наш секрет тайм-менеджмента.