

НИШЕВЫЙ МАРКЕТИНГ

*как найти прибыльную нишу и
начать в ней зарабатывать?*



СОДЕРЖАНИЕ

- ПРИСТУПАЯ К РАБОТЕ
- ПЛАН ОВЛАДЕНИЯ НИШЕЙ
- ПОИСК ЗОЛОТЫХ ЗАЛЕЖЕЙ
- СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО НИШЕВОГО ПРОДУКТА
- СДЕЛАТЬ ПРОДУКТ БЫСТРО И ПРОСТО
- ВЫБОР ВЫИГРЫШНЫХ ТЕМ
- СОЗДАЙТЕ УТП
- СИСТЕМА СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА
- СТРУКТУРА ЦЕНЫ
- ПРОДВИЖЕНИЕ СВОИХ ПРОДУКТОВ
- ШПАРГАЛКА ПО НИШЕВЫМ РЫНКАМ

Приступая к работе

Нишевый маркетинг - это все равно, что путешествие по обходному маршруту или по нехоженной тропе, вдоль которой лежат неисчерпаемые золотые жилы.

На каждой остановке вы набираете столько золота, сколько можете унести, одновременно продолжая исследовать то, что находится дальше.

Вы не следуете за толпой, вам не нужно пробивать путь локтями к успеху, наоборот, вы можете получать постоянную прибыль от небольших рынков, которые часто упускает из виду "тяжелая артиллерия".

Самое большое заблуждение относительно нишевого маркетинга - что в нем меньше денег, чем в основных, более масштабных рынках.

По правде говоря, если в нишевом маркетинге пойти по правильному пути, можно сделать БОЛЬШЕ денег за МЕНЬШЕЕ время по сравнению с крупными рынками, потому что, если нет большой конкуренции, проникнуть на рынок и наработать клиентскую базу легче.

План овладения нишей

Знаете ли вы, почему многие инфобизнесмены не могут построить успешный онлайн-бизнес?

Они слишком заняты погоней за золотым горшком, который, как они слышали, находится на другом конце радуги.

Насколько мы знаем, самый короткий путь - это напрямик, правда?

Так почему же мы так избегаем этого процесса и усложняем все, когда приходит время строить успешный интернет-бизнес, например, нишевый маркетинг?

Нужно просто вернуться к истокам и сосредоточиться на двух важных факторах:

- 1) Мы ищем нишевые рынки с уже имеющимися покупателями.
- 2) Мы ищем нишевые рынки с уже имеющимися продавцами.

Планируете ли вы производить собственный нишевый информационный продукт, или заинтересованы в том, чтобы получать деньги от партнерских кампаний, вы всегда идете на рынки, на которые легко проникнуть, и которые остаются прибыльными и жизнеспособными (популярными) в течение длительного времени.

Где покупатели, там и деньги.

Хотите верьте, хотите нет, но многие успешные нишевые рынки настолько неприметны и малы, что их часто считают "нежизнеспособными", хотя на самом деле они лопаются от наплыва голодных, жаждущих покупателей!

Прежде, чем отправиться на поиски подходящего нишевого рынка, остановитесь и спросите себя: "В чем люди нуждаются?" или "Что людям **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** нужно?"

Ответив на эти вопросы, вы можете подключиться к бесчисленному количеству прибыльных рынков, потому что, когда речь идет о том, что людям **НУЖНО**, а не о том, чего люди **ХОТЯТ**, можно получить жаждущих и отчаявшихся покупателей, которые с большим энтузиазмом купят быстрые решения своих вопросов и проблем.

Вы, скорее всего, слышали, насколько выгодны "отчаянные рынки", и есть серьезные основания с этим согласиться. На рынках, которые считаются отчаянными, не только легче найти целевого покупателя, но и легче продавать.

Человек, потерявший надежду быстро избавиться от прыщей.

Мать, разочарованная тем, что не может приучить своего ребенка к горшку.

Парень, готовый на все, чтобы вернуть свою бывшую девушку.

Если есть НЕОБХОДИМОСТЬ, а не просто желание, вы нашли выигрышную нишу. Соедините ее с узкоцелевой кампанией, предлагающей людям решение их проблем, и вам больше никогда не придется бороться за прибыль.

Поиск золотых залежей

Одно из самых важных дел - в первую очередь оценить и определить нишевые рынки, сочетающие в себе три главных элемента:

- 1) Вы легко и точно можете определить, кто ваша аудитория.
- 2) На рынке присутствуют мотивированные и активные покупатели.
- 3) Вы можете донести до своей аудитории маркетинговый посыл.

Нет смысла искать нетронутый нишевый рынок. Таких рынков очень мало, и чтобы проникнуть на них, потребуется очень много работы.

Затем вам нужно довести до нужной кондиции покупателей, изучить ситуацию и протестировать различные виды кампаний и подходов, чтобы выбрать наиболее успешный вариант.

Забудьте об этом! Легче всего делать деньги в нишах, которые уже доказали свою прибыльность, вот на чем вам нужно сосредоточиться.

Нужно как можно лучше исследовать свои рынки, чтобы реально понять, в чем заинтересована ваша целевая аудитория, и создавать привлекающие внимание кампании, которые "говорят на языке" вашей аудитории.

Вам необходимо выяснить:

- Что люди сейчас покупают;
- Есть ли на рынке брешь, которую вы можете заполнить созданными вами продуктами;
- Каков спрос на рынке;
- В чем наиболее заинтересована ваша клиентская база, какие у клиентов проблемы, в чем им нужна помощь.

Другими словами, сначала обратите внимание на тех, кому вы продаете, а потом решайте, что продавать, и успех вашей кампании будет гарантирован.

Вполне возможно, что вы уже провели все необходимые исследования прямо в своем банке памяти. Подумайте о рынке здравоохранения, а затем разделите его так, чтобы получилось 10-15 ниш, связанных со здоровьем.

Здоровье в целом / Активный рынок

Задействованные сегменты:

Как сбросить вес

Как предотвратить появление/избавиться от прыщей

Подагра

Менопауза

Беременность

Применяйте эту формулу в любой обширной теме, и вы наверняка найдете несколько прибыльных ниш.

Отношения в целом / Активный рынок

Задействованные сегменты:

Вернуть бывшего/бывшую

Предотвратить развод /Сохранить семью

Улучшить сексуальную жизнь

Женский/мужской пикап

Эти отчаянные рынки состоят из сильно мотивированных потенциальных клиентов, которые напряженно ищут решения своих проблем.

Помните, что лучшие рынки состоят из покупателей, которые ищут способ облегчить свою эмоциональную, физическую или психическую боль.

Еще один простой способ найти и оценить нишевые рынки - использовать несколько бесплатных онлайн-ресурсов, в том числе:

Yahoo! Buzz

<http://buzz.yahoo.com>

Google Zeitgeist

Предоставляет доступ к Google Trends (Google Тренды), Трендам для сайтов (Trends for Websites), Hot trends (Горячие тренды) и т.д.:

<http://www.google.com/intl/en/press/zeitgeist/index.html>

Можно выбрать для поиска конкретные области или географические точки (если вы заинтересованы в американском рынке, можно настроить поиск только на результаты по США), или искать по всему миру. Вы просто

ищите популярные идеи и потенциальные нишевые рынки, которые потом можно будет изучить поближе.

Не забывайте и о других ресурсах для поиска горячих нишевых рынков, включая популярные журналы с www.Magazines.com, книги с www.Amazon.com, горячий поиск на www.pulse.eBay.com и цифровые рынки, например, www.Clickbank.com

Вы сможете придумать достаточное количество нишевых идей на годы вперед!

Когда дело дойдет до оценки нишевых рынков, нужно обратить внимание на соответствующие "ключевые слова".

Ключевые слова помогают определить, кем на самом деле являются люди из вашей клиентской базы.

Предположим, вы создали сайт, на котором представлены продукты для создания бизнеса по украшению тортов на дому. Если вы просто сфокусируетесь на ключевых словах "украшение тортов", не обязательно весь трафик будет целевым, потому что не каждый, кто ищет советы по украшению тортов, хочет начать свой бизнес по украшению тортов.

Кто-то просто хочет узнать новые способы украшения тортов или новые рецепты, и не является частью целевого рынка.

Однако, если вы знаете ключевые слова, которые ищут люди, которые действительно хотят создать бизнес по Украшению тортов, вы можете отделить их от остальных людей и эффективно определить свою клиентскую базу, согласовывая маркетинговые кампании, построенные на ключевых словах, с теми ключевыми словами, которые используют они.

В этом и заключается значение ключевых слов; углубиться в нишевый рынок, чтобы нацелиться напрямую на свою клиентскую базу, а не просто на общий нишевый рынок.

Что касается оценки прибыльности рынка перед тем, как заняться созданием собственного информационного продукта или продвижением существующих продуктов как партнер, то здесь ключевые слова помогут точнее определить, насколько выгоден рынок, а также, насколько сильна на нем конкуренция.

Итак, начните с оценки потенциальных рынков. Затем займитесь оценкой продуктов, представленных в каждом нишевом рынке и, наконец, оцените уровень конкуренции.

Определите, доступна ли ваша ниша, и есть ли новый подход, который можно использовать, чтобы как-то выделиться на рынке.

Затем постройте целевые кампании вокруг продвигаемых в нише продуктов или разработайте собственный оригинальный инфопродукт, который будет удовлетворять постоянно растущий спрос.

С помощью ключевых слов оттачивайте ориентацию на свою клиентскую базу; ключевые слова должны служить основой для всех ваших маркетинговых кампаний.

Создание собственного нишевого продукта

Большинство новичков в интернете и даже те, кто находится здесь уже некоторое время, считают, что не могут создать собственную электронную книгу (или диск, видео и т.д.), потому что не умеют писать.

А еще есть много так называемых "гуру" и "экспертов", которые внушают вам, что это гораздо сложнее, чем на самом деле!

Но истина заключается в том, что вы **МОЖЕТЕ** создавать электронные книги и другие продукты. И можете делать это быстро! Не имеет значения, есть ли у вас писательские навыки. Ваша главная задача - доказать, что вы являетесь экспертом в том, о чем пишете. Но не переживайте; после ознакомления с подсказками и рекомендациями, приведенными ниже, создать собственный продукт будет нетрудно.

Речь идет о перспективе. Представьте, что вы никогда не видели велосипед, и вдруг увидели, что кто-то на нем едет. Вы подумаете "Вау! Невероятно, у меня так никогда не получится!" Но на самом деле вы можете. Конечно, потребуются и практика, и руководство. И для начала будет легче, если кто-то будет бежать с вами рядом.

Это и будет электронная книга - первая помощь, которая понадобится вам в пути. Написать нечто продаваемое

вполне возможно, и скоро вы узнаете, как это сделать. Это как кататься на велосипеде.

Фокус в том, чтобы просто начать. Пустая страница убьет ваш творческий потенциал. Просто начните писать и позвольте мыслям течь свободно. В самом начале не нужно беспокоиться об орфографии, грамматике, структуре предложения и форматировании. Просто дайте информации выйти из вас. Отредактируете потом. Если сразу начать редактировать, поток идей остановится.

Можно попробовать записать себя на диктофон. Говорите свободно, представьте, что общаетесь с другом. Давайте советы по поводу предмета, о котором пишете. Когда закончите, наберите текст и сохраните на компьютере или попросите кого-то сделать это вместо вас.

Чтобы написать электронную книгу, не обязательно быть выдающимся филологом. На самом деле так даже лучше. Самый лучший и читабельный стиль письма - разговорный. Пишите так, будто общаетесь с другом, и не пытайтесь произвести впечатление красивыми фразами. Теперь прочитайте все вслух. Это очень важно!

Вы найдете то, что пропустили, читая про себя. Вы сами не заметите, как начнете добавлять, редактировать и менять контент. Но если вы не можете сделать это самостоятельно, наймите студентов, которые все отредактируют.

Электронные книги, написанные так, будто автор общается с читателем, наиболее полезны, даже если пару запятых стоят не на местах.

Супер-идеальное может быть супер-скучным. Так что не переживайте по поводу грамматических ошибок.

Если написание электронной книги все равно кажется вам трудной задачей, попробуйте разбить ее на несколько глав и пишите частями. Представьте, что пишете короткие отчеты. Напишите список областей, которые нужно охватить.

Затем пишите о них по одной за раз. Не беспокойтесь о логике изложения. Если нужно, потом переставите главы. Первый шаг - это содержание. Вы будете удивлены тем, насколько легко собрать весь материал вместе, если есть, с чем работать.

Но если нужно облегчить задачу или хочется выполнить ее иначе, можно нанять исполнителя, и он все напишет сам. Найти исполнителя можно, например, на сайте weblancer.net.

Сотни инфобизнесменов выпускают продукты каждый день, используя эту стратегию. Они сами не написали ни слова, они даже не эксперты, но прибыль получают регулярно! Это самый простой способ начать такой бизнес и быстро делать деньги!

Создать продукт быстро и просто

Создавать продукты легко; все, что нужно - отбросить все ограничения "стандартных" методов создания.

Иными словами, не нужно делать всю работу самому! Вообще-то, если подойти к этому вопросу творчески, то вам вообще ничего не нужно делать!

Вам даже не нужно ничего знать о предмете, который хотите создать.

Советы и стратегии, представленные ниже, обязательно заставят ваш мозг работать на полную катушку. ;-)

Интервью с экспертом

Самый быстрый и легкий способ сделать дорогостоящий продукт - это взять интервью у эксперта по теме, на которую вы собираетесь писать. Как заставить эксперта поговорить с вами? Легко - просто попросите его.

В конце концов, добавление его имени в электронную книгу даст ему бесплатную возможность лишний раз публично заявить о себе. Вдобавок, людям приятно, когда у них берут интервью - это признание их талантов. Вашему собеседнику будет приятно говорить о том, в чем он разбирается, ведь это его страсть, и ему нравится делиться с вами своим опытом, если вы проявляете энтузиазм и дружелюбие.

Можно взять интервью сразу у нескольких экспертов и объединить их в одном продукте, чтобы охватить различные точки зрения и стратегии по теме. Или можно выбрать одну общую тему, поделить ее на разделы и брать интервью у экспертов по каждому разделу.

Например, вы создаете продукт "Успешный бизнес в интернете". У одного эксперта вы можете взять интервью по созданию продукта, другой расскажет о копирайтинге, третий - о маркетинговой стратегии, и так далее. Ваше интервью может содержать множество вопросов, или только один вопрос, который требует подробного ответа.

Можно также попросить экспертов дать пошаговый план, чтобы читатели могли шаг за шагом идти к своей цели. Чем проще для читателя будет продукт, тем лучше он будет продаваться.

Существуют разные форматы проведения и публикации интервью. Вы можете отправлять им вопросы по электронной почте и публиковать ответы в формате отчета или электронной книги. Можно встретиться с экспертом тет-а-тет и записать интервью, или связаться с ним по телефону и записать разговор.

Если вы решите записать интервью, в состав вашего продукта могут входить аудиозаписи, а также запись в текстовом варианте. Или, если вы решите записать интервью на видео, можно продавать копии видеозаписи. Ваша цена будет варьировать в зависимости от формата продукта.

Запишите свои подсказки и советы

Если вы сами являетесь экспертом в какой-либо теме, монетизировать свои знания можно несколькими путями. Один из вариантов - попросить кого-нибудь задать вам заранее подготовленные вопросы, записать свои ответы и транскрибировать их.

Можно провести платный или бесплатный телесеминар, записать его и превратить в продукт на продажу. Его можно предлагать в виде загружаемой аудиозаписи, физического компакт-диска или в виде транскрибированной записи.

Аналогичную стратегию можно применить к живым семинарам. Такой семинар можно записать на видео, сделать аудиозапись, или и то, и другое.

Предложите другим экспертам принять участие в вашем семинаре, а потом сделайте из него готовый продукт. Сейчас очень популярны вебинары, или касты. Это обычный семинар, который проводится в интернете. Его легко записать, а затем преобразовать в продукт.

Превратите имеющийся контент в продукты

Вы можете обратиться к разным экспертам и попросить их дать вам свои лучшие статьи или отчеты по конкретной теме. Затем скомпилируйте из них большой отчет или даже электронную книгу.

Каждый эксперт получает возможность поставить в конце своего материала ссылки, таким образом, в результате подачи статьи он получает бесплатную рекламу. Это ситуация, в которой выигрывают все.

Можно расширить представленность вновь созданного продукта, дав всем экспертам-участникам возможность продавать продукт своим клиентам. Эту стратегию можно использовать и в отношении интервью. Это называется совместным предприятием; клиентская база быстро расширяется, что влечет за собой увеличение продаж.

Ту же идею можно использовать, когда вы берете или перепечатываете фрагменты из чужих электронных книг, аудиозаписей и даже существующих видеозаписей. Свяжитесь с автором и спросите его разрешения на перепечатку контента в обмен на бесплатную рекламу.

Если вы хотите создать продукт для людей, занимающихся копирайтингом, можно обратиться к нескольким экспертам в этой области и попросить у них продающие письма, которые они писали к своим продуктам. Все письма можно собрать в одну мега-коллекцию "проверенных продающих писем". Вот и получился готовый продукт!

Давайте разовьем эту идею: попросите каждого из экспертов разбить письмо на отдельные части и пояснить, по какой методике создавалась каждая из частей. Такая дополнительная информация вдвое, а то и втрое повысит ценность вашего пакета "проверенных продающих писем".

Ищите другие рынки, где ценится совет эксперта, и будете получать кучу денег.

Обновите/повторно опубликуйте имеющуюся информацию

Найдите электронную книгу или руководство, которым не меньше года, и попросите у автора/издателя разрешения обновить информацию.

Например, можно обратиться к автору каталога "free classifieds" и предложить свою помощь в обновлении информации с тем, чтобы включить все новые ресурсы, появившиеся после последней публикации каталога.

Можно обратиться и к автору печатного издания и предложить преобразовать его продукт в CD с аудиозаписью, или наоборот. А как насчет того, чтобы взять электронную книгу с "советами по садоводству" и переделать ее под рынок "овощеводства"?

Совместное создание продукта

Еще один способ сэкономить время заключается в том, чтобы создать продукт в соавторстве. Если это информационный продукт, можно писать его вдвоем, разделив рабочую нагрузку. Тогда продукт будет готов вдвое быстрее.

То же самое можно сделать, взяв в соавторы не одного, а нескольких экспертов/авторов. Каждый получает свою часть работы, скажем, по одной главе на автора, если речь идет об инфопродукте.

Помогите закончить незавершенный проект

У создателей самых успешных продуктов, в особенности инфопродуктов, всегда есть хотя бы один незавершенный продукт. Вы можете предложить им помочь его завершить. Прибыль и представленность будет делиться на двоих. Это может относиться к электронным книгам, отчетам, руководствам, рукописям и даже к программам, скриптам и не информационным продуктам.

Купите права личной марки

Можно найти владельцев, которые уже имеют права личной марки для продуктов, или обратиться к авторам и договориться с ними о покупке такого права. Права личной марки позволят вам вписать свое имя как имя автора продукта.

Ничего больше писать не нужно - только свое имя и информацию о сайте. Права можно купить за наличные или обменять по бартеру на свои продукты и/или на право перепечатки.

Видео, отснятые вручную, или презентации Camtasia

Еще один очень простой способ создать продукт большой ценности - создать видео-инструкцию или компьютерную презентацию, просто записав себя (или эксперта) во время работы над проектом. Например, можно создать продукт с видео-инструкцией, как научиться использовать функции Microsoft Word, записав, как вы сами используете MS Word и поясняете его функции.

Создайте пакет из существующих продуктов

Свяжитесь с несколькими владельцами продуктов и попросите у них продукт для своего проекта в обмен на рекламу и часть прибыли.

Как только наберете пачку продуктов от разных владельцев, упакуйте их и продавайте в одном пакете по привлекательной цене. Позвольте каждому владельцу/участнику продвигать сайт своим клиентам за долю прибыли.

Вам это не будет стоить ни копейки, и в то же время вы быстрее построите свой список рассылки.

Общедоступная информация

Это еще одна очень актуальная стратегия/тема. Найдите общедоступную информацию и заново опубликуйте ее, измените авторство, название и/или перепакуйте ее. Можно найти инфопродукты, которые больше не издаются, и составить соглашение с изначальными их издателями или авторами.

Анализ примеров (кейсы)

Попросите нескольких экспертов поделиться кейсами из самых свежих проектов. Например, если вы пишете о пресс-релизах, можно попросить дать вам копию их последнего "успешного" пресс-релиза и пояснить причину его успеха. Кейсы пакуются в единое руководство, которое затем можно продавать.

Контрольные списки и/или списки "Топ-10"

Составьте сами или попросите эксперта составить простой контрольный список, который можно будет использовать в качестве руководства. Например, можно составить "контрольный список путешественника", с помощью которого путешественники смогут проверить, все ли они взяли с собой. Таким же образом составляются списки "10 лучших" на любую тему. Пример: "10 лучших способов увеличить прибыль от сайта" и т.п.

Продавайте свои идеи

Можно самому не создавать продукты, а составить отчет со списком всех своих креативных идей, чтобы другие люди могли ими воспользоваться при создании собственных продуктов (что-то вроде списка, который вы читаете). ;-)

Можете даже создать сайт с членством, где будете выкладывать по одной или несколько идей в месяц.

Устройте конкурс

Если вы собираетесь написать отчет/электронную книгу о "креативном ландшафтном дизайне", можно устроить конкурс и предложить участникам представить свою лучшую идею или реализацию дизайна и предоставить вам право на перепечатку. После этого соберите все поданные предложения в один отчет или электронную книгу. В анкете участника обязательно укажите, что все идеи будут опубликованы.

Шаблоны, бланки и другое

Создайте шаблоны для пользователей, соберите их в пакет и сделайте из него продукт. Пример: Если вы

занимаетесь компьютерной графикой, можете создать шаблоны электронных книг, заголовков, сайтов и т.д.

Если вы копирайтер, можете предложить несколько шаблонов, которые облегчают написание продающих писем и т.п. Шаблоны можно сделать и для деловых писем, бланков и другого.

Список источников

Можно очень легко составить список полезных источников по определенной теме и сделать из него продукт. Пример: список сайтов с бесплатной рекламой, сайты, на которых размещают статьи, бесплатный хостинг или сайты с бесплатным пространством памяти, бесплатный клипарт, бесплатные автоответчики и т.д.

Каталоги и указатели

Можно также создать каталог сайтов, ресурсов, программ и даже предприятий. Например, можно создать список лучших ресторанов в своем районе и дать небольшую информацию о каждом из них, советы по питанию и т.д.

Используйте моду и популярные увлечения

Это легкий способ создать хорошо продающийся товар. Когда "Властелин колец" получил бешеную популярность, люди начали продавать все, что было хоть как-то связано с фильмом.

И фанаты буквально разметали весь товар! То же самое было с фильмом "На обочине", с повальным увлечением вином и диетой Аткинса и всеми другими поветриями, получившими большую популярность.

К какому нынешнему увлечению или моде можно отнести ваш продукт?

Ваш продукт при этом может быть вовсе не модным! Соберите несколько мощных отзывов о чем-то модном продукте, добавьте свои партнерские ссылки и запустите документ в интернет. Пусть другие тоже распространяют его. Очень скоро ваш маленький отчет об отзывах начнет зарабатывать для вас комиссионные.

Да, вот так просто - если вы хотите заработать просто. И помните: не позволяйте стереотипу "делай, как все люди" ограничивать вашу креативность.

Выбор выигрышных тем

Стандартный способ придумать хорошую тему для электронной книги предполагает анализ рынка. Определите, какие проблемы и фрустрации присутствуют на вашем рынке, и выберите тему, в которой люди отчаянно нуждаются в ответах и решениях.

Можно также просто "спросить" у людей, чего они хотят. Если у вас уже есть клиентская база, просто спросите своих клиентов, какой продукт вызывает у них наибольший интерес и желание его приобрести. И создайте этот продукт.

Лучший способ гарантировать успех электронной книги - выбирать темы, дающие ответы на злободневные вопросы.

Но можно поступить еще проще!

Вообще-то я не люблю напрягаться, если в этом нет острой необходимости. Поэтому, если мне нужен простой способ, я всегда найду его - или создам сам! Каждый раз, собираясь создать новый продукт, я ищу то, что уже продается на ура, и придаю идее или продукту уникальную особенность.

Проследите за экспертами и топ-продавцами, понаблюдайте, что расхватывают на рынке Clickbank.com (т.е., что лучше всего продается), зайдите на Amazon.com и посмотрите, что там происходит. Походите по форумам,

посмотрите, какие проблемы чаще всего возникают у людей.

Есть еще два ресурса, которые можно использовать при создании продукта:

Copernic 2000 - бесплатная программа, одновременно просматривающая множество поисковых систем, чтобы найти то, что вы ищете.

<http://www.copernic.com/>

DataGrabber - инструмент для поиска информации, перерывающий тысячи открытых баз данных.

<http://www.wildcowpublishing.com/datagrab.html>

Deja.com - позволяет просматривать одновременно множество новостных групп в интернете.

<http://deja.com>

Forum One - Если нужно что-то найти на форумах и досках объявлений, это лучшее, что можно выбрать.

<http://forumone.com>

Encyclopedia.com - Очевидно, что этот сайт позволяет осуществлять бесплатный поиск по массивным базам статей.

<http://www.encyclopedia.com/>

NewsDirectory.com

Посмотрите сотни газет со всего мира.

<http://www.newsdirectory.com/news/press/>

Создайте УТП

Создавать продукты нетрудно. Но если вы хотите зарабатывать на этом хорошие деньги и прослыть уважаемым экспертом, необходимо быть уникальным! Это настолько важно, что можно повторять снова и снова.

Предложите уникальный продукт или услугу или уникальный подход к уже существующему продукту. Конечно, второе сделать гораздо быстрее и проще.

Если вы работаете в высококомпетентной нише, возьмите существующие идеи и продукты и найдите способы существенно улучшить их.

Найдите в вашей области/нише место, которое требует, но не получает внимания. Поищите "бреши" в своей нише.

Определите, к каким проблемам клиентов не обращаются другие интернет-предприниматели и владельцы компаний. Их можно найти, проводя опросы, посещая доски объявлений, форумы и др.

Выделите поднишу (маленькую нишу внутри большой ниши), в которой меньше конкуренция, или к которой пока никто не обращался.

Пример: Когда я впервые занялся интернет-маркетингом, законы против спама только начали появляться.

Интернет-бизнесмены сворачивали рассылки незапрошенных электронных писем, потому что не хотели нарываться на неприятности. Интернет-бизнес начал меняться. Новые интернет-предприниматели ходили вокруг этого вопроса на цыпочках. Они либо уже попадали в неприятные ситуации из-за рассылки непрошенных писем, либо боялись даже приближаться к почтовому маркетингу, чтобы не получить ярлык "спамера".

Я заметил область, требующую внимания: почтовый маркетинг по разрешению. Почтовый маркетинг - самый простой и недорогой способ построения бизнеса. Но люди слишком сильно боятся его использовать. Им нужна пошаговая инструкция по "правильному" использованию почтового маркетинга - с использованием подписки, чтобы не возникало никаких проблем.

Вот об этом я и написал. Стратегии почтового маркетинга раскрыты! Эта книга меня прославила.

Отличный способ найти уникальные идеи - проанализировать другие компании, НЕ связанные с вашим рынком. Если вы работаете в области интернет-маркетинга, посмотрите на компании, занимающиеся недвижимостью, сантехническими работами и т.п. Если внимательно присмотреться, можно найти много креативных и уникальных идей, а затем перенести их в свою компанию и поразить ими свой рынок! Про вас будут думать, что вы творческий гений! ;-)

Не сдерживайте себя, когда вам хочется выдать новую креативную идею. Пусть мысль парит - свободно и беспрепятственно. Вспомните, какими вы были в 8 лет. Вспомните это ощущение, что "ничего невозможного нет", которое всегда есть у детей. Это ваш главный союзник в бизнесе.

Совершенно оригинальные идеи продуктов встречаются на каждом шагу, хотя обычно продавцы предлагают всякую ерунду. Я внимательно смотрю, что уже продается, что уже завоевало популярность, и что только становится популярным.

Я подключаю творчество и придаю новые черты уже существующим "выигрышным" идеям. Это самый короткий путь к успеху! Особенность, изюминка, как бы создает уникальный продукт. Учитесь замечать. Постоянно прислушивайтесь. Обращайте внимание на то, какие книги в магазинах занимают больше всего полок.

Посещайте дискуссионные группы в своей нише. Собирайте подписную базу и т.д. Короче говоря, разнюхивайте и тусуйтесь со своими клиентами и конкурентами (и в интернете, и в реале). Тогда у вас никогда не иссякнет поток свежих идей, о чем писать. Но очень рекомендую делать продукты с "изюминкой". Пусть ваш продукт будет уникальным, чтобы это не был точно тот же продукт, что у всех. Отличительная особенность выделит ваш продукт из серой массы, и он будет хорошо продаваться.

Вот пример из моего прошлого:

Когда я несколько лет назад запустил "Секретную коллекцию" электронных книг, я продавал их совершенно уникальным образом. Люди продавали отдельные отчеты по различным нишевым темам, но почти никто не собирал их вместе, как это сделал я. Люди поступали так неспроста. Эти продукты трудно собрать вместе так, чтобы не сойти с темы. Возьмем, к примеру, такие темы как исследования в интернете, самозащита, советы по кредитованию, обход штрафов за превышение скорости и НЛО. Казалось бы, у этих тем нет ничего общего. Или все-таки есть?

Если привнести немножко творчества и редактирования – будет у них общее. Я собрал их в электронную книгу на тему "секретов". Мой главный коммерческий довод и заголовок звучал так; "Откройте Секреты, Которые Вам Не Положено Знать!"

В этом пакете я раскрыл секреты интернет-исследований, секреты самообороны, секреты кредитования, секреты НЛО и так далее.

И неожиданно все эти продукты - на разные темы, которые обычно вместе не собирают - прекрасно заработали как единый пакет. Больше того - люди интересовались и раскупали их.

Идею "пакет/сайт с членством" я подсмотрел на маркетинговом форуме. Идея не была оригинальной, но, обратив на нее внимание, я скопировал то, что уже делали топовые инфобизнесмены. Но я придал ей

особенность, которая была оригинальной. Во всяком случае, для обитателей интернета.

Чтобы иметь разлетающийся продукт, не обязательно быть гениальным изобретателем. Достаточно наблюдать за тем, что продается. А потом сосредоточиться на решении проблем, на предоставлении готовых ответов, на создании ценностей для людей, на том, чтобы ваш продукт был лучше тех продуктов, которые уже есть на рынке, и тогда вас ждет успех.

Мощная подсказка: Есть еще одна веская причина иметь уникальный продукт. Не только потому, что клиентам понравится ваш продукт, но и потому, что другие компании в вашей области/нише будут заинтересованы в сотрудничестве с вами. А ничто так не помогает развивать бизнес, как совместная работа (партнерство) с другими успешными бизнесменами. И ничто не заинтересует других бизнесменов в партнерстве с вами больше, чем уникальный продукт, который действительно решает проблему на вашем целевом рынке.

Система создания продукта

Как только мне в голову приходит идея электронной книги, я её записываю. Все время держите при себе ручку и блокнот или диктофон. Затем я беру альбом для рисования размером 35 на 43 см. Передо мной альбомный лист, на нем нет линий. Своей новой идее я посвящаю как минимум один лист. А затем я полностью отдаюсь ей.

Я открыл для себя секрет: важно оставить в стороне логику, линейное мышление и организацию. Просто отпустите и выплесните на бумагу все, что внутри вас в этот момент.

Другими словами, когда я пишу свои каракули в альбоме, мой ум обычно движется сразу в 10 разных направлениях. В течение минуты я пишу краткое содержание в одной части листа. Затем еще минуту я посвящаю тому, чтобы записать потрясающий заголовок, придуманный для этого продукта. Очень быстро большой лист 35 x 43 заполняется каракулями, заметками, и ценными идеями - результатами мозгового штурма.

Я записываю все, что приходит на ум, - от рекламы и дизайна до собственно контента. Я также даю идее пару дней (и ночей) вызреть в голове и записываю каждую новую идею и мысль.

(Очень важно позволить уму расслабиться и блуждать свободно, без ограничений. Именно тогда в голову приходят самые блестящие идеи. Дав мозгу задачу для решения, переспите с идеей и позвольте мозгу как следует с ней поработать, без каких-либо препятствий.)

Планирование эскиза и контента

Поскольку этот отчет посвящен быстрому созданию продуктов, вы увидите, что в нем я предлагаю удивительные ускоренные методы, которые позволяют создать электронную книгу чрезвычайно быстро! Для создания эскиза и контента я просто возвращаюсь к альбому.

Мне нравится раскладывать перед собой все элементы, а затем располагать их в определенном порядке и последовательности.

Конечно, вовсе необязательно использовать такой же большой лист бумаги. Выясните, какой метод больше всего подходит именно вам, и воспользуйтесь им. Вполне возможно, что вам будет проще создать документ на компьютере и настроить в нем свои идеи, как сделать книгу.

Сначала вам нужно составить перечень всех подразделов, о которых вы хотите поговорить в книге. Затем, перечислив все разделы и главы, просто расставьте их в логической последовательности. Теперь у вас есть содержание, или, по крайней мере, первый его набросок.

Вот самый легкий способ найти идеи для создания наброска электронной книги: просто посмотрите на уже написанные книги по этой теме!

Старайтесь всегда использовать то, что уже сделано до вас - нет никакого смысла изобретать велосипед. Сходите в библиотеку и возьмите там книгу по своей теме; посмотрите, как в ней изложен материал.

НЕ НАДО ее копировать. Это будет плагиат, который навлечет на вас неприятности.

Вы лишь проводите исследование, собираете идеи для создания собственного шедевра. Если в основе рассматриваемой вами книги лежит хороший план, вы можете смоделировать по нему свой план. Если плану этой книги сложно следовать (содержание и так далее), можно его усовершенствовать, создавая собственную электронную книгу!

Чувствовать, что делать и чего избегать, подглядывая в существующий образец работы - отличный метод.

При создании собственного продукта у вас должна быть следующая установка:

Сделайте свой продукт лучше, чем то, что было создано до вас!

Я не могу сказать, сколько времени в день нужно уделять каждой главе, так как не знаю вашего распорядка дня и образа жизни. Просто посвятите какое-то время работе

над главами, по одной за раз, и очень скоро ваша книга будет написана.

Вот что я могу предложить делать каждый раз, когда садитесь за книгу. Взгляните на созданное Содержание и **выберите тему или главу, которая больше всего привлекает вас именно сейчас.**

Работайте над этой главой!

Если будете писать о том, что волнует вас в данный момент, то получите куда больше удовольствия от процесса. Ваше вдохновение передастся вашим читателям.

Как избежать сомнений, страхов и творческого застоя

Новички часто сомневаются в себе. Впрочем, и опытным писателям приходится бороться со своими страхами и преодолевать творческий застой. Вот простое средство: приложите все усилия, чтобы сместить фокус внимания. Этого будет достаточно.

Отложите проект на час или даже на день. Посмотрите что-то забавное по телевизору. Послушайте любимую музыку. Почитайте мотивирующие книги или статьи, поиграйте с детьми, или просто прогуляйтесь. Это гораздо проще, чем кажется.

Просто смените колею, по которой следует "поезд ваших мыслей". Не стоит чувствовать себя виноватым за то, что откладываете работу, которая не спорится, отнесите к

этому как к перегруппировке, необходимой, чтобы вернуться к книге с новыми силами.

Это также помогает яснее представить себе конечный результат.

Например, если вы хотите заработать на своей книге \$50 000 за год, постоянно визуализируйте этот результат, как если бы он уже был достигнут!

Этот процесс впавит картинку "успеха" в ваш мозг, и очень скоро сомнения останутся в прошлом.

Ощувив восторг от предстоящего конечного результата, возвращайтесь за компьютер и начинайте писать!

Правильные внешний вид и дизайн

Не старайтесь прыгнуть выше головы, особенно если это ваша первая книга. Просто посмотрите бестселлеры по выбранной теме. Изучите лучшие из них и выясните, что делает их лучшими. Что вас в них привлекает? А затем используйте эти форматы в качестве моделей.

Вот простой способ сделать книгу читабельной: погрузите в нее читателя! Большинство книг-инструкций скучны, в них одни факты и цифры. По возможности старайтесь сделать свою книгу более развлекательной. Помните:

“Важна не сама история, а то, как она рассказана!”

Видите ли, любой может написать книгу с цифрами и фактами. Но лишь немногие могут написать ее так, что ее захочется читать. Вот почему так важно испытывать страсть, увлечение и вдохновение касательно темы книги. По этой же причине лучше писать не в сухом и официальном, а в разговорном стиле. Не нужно стараться походить на справочник.

Привнесите в книгу личный подход. Если у вас хорошее чувство юмора, поделитесь им с читателями. Будьте собой; если будете стараться быть кем-то другим, книга получится неестественной.

Структура цены

Ценообразование

Как определить, какая цена лучше всего подходит для вашей электронной книги? Снова взгляните на то, что уже есть на рынке. Исследование - ваш лучший помощник в этом деле. Посмотрите, сколько просят за свои книги другие продавцы, взгляните на продающие страницы, чтобы узнать, что они предлагают за эту цену.

Я всегда стараюсь смотреть на актуальные продукты других продавцов, и понять, как они сделаны, и стоят ли этих денег.

С полученной информацией можно поступить по-разному. Например...

Если большинство продает стандартную информацию по теме за \$47, вам стоит предложить:

- 1) более качественный товар/пакет товаров, и
- 2) более выгодное предложение/сделку.

Вы можете либо предложить ту же или схожую информацию, скажем, за \$39,97... или поставить ту же цену в \$47, но добавить в пакет несколько ценных бонусов, чтобы увеличить получаемую ценность всего пакета продуктов, либо же разместить в своем основном продукте некоторую дополнительную ценную информацию, которую не предоставляют другие продавцы. У вас должно быть лучше!

Продвижение своих продуктов

Если у вас уже есть база подписчиков, прежде всего, расскажите о своей новой электронной книге им! Предлагайте самые выгодные условия из возможных - специальное предложение эксклюзивно для подписчиков. В первую очередь заботьтесь о своих подписчиках и будьте с ними честны.

Предложите своим клиентам партнерскую программу, чтобы они могли продвигать продукт, зарабатывая комиссионные.

Если у вас нет собственной базы подписчиков, разошлите предложения о "совместном предприятии" другим интернет-предпринимателям в своей сфере. Предложите им ощутимую комиссию (не менее 50%) и объясните, какие выгоды принесёт сотрудничество им, а также их клиентам.

Рассылайте хотя бы по одному письму с предложением сотрудничества каждый день! Совместные предприятия с другими интернет-бизнесменами и владельцам интернет-бизнеса могут обеспечить потрясающую прибыль! Это лучший способ продвижения для предпринимателей и писателей - особенно в интернете!

Привлечь клиентов поможет и реклама в узкоспециализированном электронном журнале. Раскрою одну хитрость: цельтесь не в определенную аудиторию, а в определенных партнеров, которые помогут вам с продажами!

Эта стратегия поможет расширить бизнес в сжатые сроки!

Если у вас пока нет базы подписчиков, может сработать следующая стратегия. Пишите короткие, сфокусированные статьи и отправляйте их в целевые электронные журналы. Статьи могут обеспечить вам вирусную рекламу.

Существует еще добрая сотня эффективных стратегий. Однако перечисленные выше - самые лучшие и самые эффективные. Всегда отдавайте предпочтение качеству трафика, а не его количеству.

Что делать, если вы застряли

Если вы забуксовали в какой-то точке процесса создания или продажи продукта, не паникуйте. Есть простое решение! Просто посмотрите, как поступают эксперты в вашей области, и как они это делают. А затем поступите так же.

Например, если вы никак не можете сочинить классное название для новой электронной книги, взгляните на экспертов. Или сходите на amazon.com и посмотрите книги по своей теме. Почитайте их названия и заголовки, и вас посетят хорошие идеи.

Если вы столкнулись с затруднениями в создании потрясающего продающего письма для своего продукта, взгляните на самых успешных продавцов и посмотрите, как пишут они. Моделируйте своё письмо по образу и подобию лучших специалистов!

Не нужно красть их работу; вы удивитесь, сколько вдохновения может подарить прочтение профессионально написанных текстов. И конечно, ваше письмо должно стать еще лучше.

И вот о чем еще стоит помнить... ваша книга не должна насчитывать сотни страниц. Я предпочитаю создавать краткие и насыщенные отчеты, потому что их делать легко и быстро. Это отличный путь, который, к тому же, замечательно подходит новичкам.

Прежде всего, это уменьшает ваши риски - далеко не каждый ваш продукт станет успешным, это реальность любого бизнеса.

Если вы вкладываете много времени в создание гигантской электронной книги, которая в результате окажется чистым убытком, это принесет только разочарование. С другой стороны, если на создание краткой электронной книги вы потратите всего пару недель, и она окажется неудачной, вы сможете быстро ее изъять и предложить вместо нее нечто новое.

Так риски оказываются значительно меньше, а шансы создать бестселлер растут!

Лучше создать за год 10 маленьких электронных книг, 2 из которых "выстрелят" (другими словами, 8 отправятся прямоком в корзину), чем создать за тот же год всего одну-две большие электронные книги и молиться, что они обе "сработают".

Вероятность того, что один из ваших продуктов окажется бестселлером, гораздо выше, если у вас 10 продуктов, чем если у вас их один или два.

Я руководствуюсь этой стратегией последние 7 с лишним лет. И она дает отличные результаты. Для вас она тоже сработает.

Делайте лучше!

Прежде всего, продолжайте тестировать и отслеживать все, что делаете! Сделав основное, начните тестировать все элементы, чтобы сделать продукт еще лучше. Тестируйте заголовки, чтобы увидеть, какой из них лучше работает. Тестируйте свое предложение, пакет, выгоды, цену... Тестируйте всё! Не слушайте никого, когда вам будут говорить, что это "кажется" сработает.

Пусть решают ваши клиенты. Не прекращайте совершенствоваться. Каждое небольшое улучшение может обеспечить значительную дополнительную прибыль. Это самый легкий из известных мне способов увеличить прибыль, не перегружая себя дополнительной работой.

Наконец, сделайте свой пакет продуктов уникальным за счет предложения, набора продуктов в пакете или за счет основного продукта. Сделайте так, чтобы ваш пакет выделялся из массы. В противном случае он затеряется среди множества других заурядных предложений, и ваши клиенты, возможно, никогда вас не найдут.

(Если вы затрудняетесь с тем, как сделать свой продукт/предложение уникальным, просто посмотрите, как это делается в других отраслях. Исследуя тактику других компаний, никак не связанных с вашей деятельностью, вы почерпнете свежие идеи.)

Сделайте так, как написано выше, и будете постоянно получать отличные результаты.

К слову, об уникальности: если вы подумываете написать электронную книгу о маркетинге, **ВЫБРОСЬТЕ ЭТО ИЗ ГОЛОВЫ!** Возьмите любую другую тему. Книги о маркетинге почти невозможно продать. В нишах, не связанных с маркетингом, гораздо меньше конкуренция и куда больший потенциал.

Гарантирую, что, когда вы лишь взглянете на контент упомянутого выше сайта, ваш ум будет переполнен идеями.

Желаю вам успеха во всех начинаниях.

Шпаргалка по нишевым рынкам

В помощь вам как новичку привожу свой личный список «отчаянных» рынков.

Возьмите несколько тем для дальнейшего исследования и начните выстраивать свои нишевые маркетинговые кампании!

Отчаянные рынки: здоровье

Бессонница

Токсикоз у беременных

Отбеливание зубов

Избыточное потоотделение

Угревая сыпь

Псориаз

Бруксизм (Ночное скрежетание зубами)

Похудение (сюда входят меньшие ниши: жировые отложения на талии, пивной животик, потеря веса после беременности, мужская грудь, удаление растяжек, ягода асаи и пр.)

Импотенция (эректильная дисфункция)

Молочница (Кандидоз)

Подагра

Гипертония (повышенное артериальное давление)

Галитоз (дурной запах изо рта)

Грибок ногтя

Удаление / Предотвращение бородавок

Удаление / Предотвращение болезненных фурункулов

Герпес губ (хронический герпес губ)

Кислотный рефлюкс (изжога)

Излечение геморроя

Бактериальный вагиноз

Ишиас

Беспокойство / Стресс / Панические атаки
Беременность, Бесплодие
Эндометриоз
Устранение звона в ушах
Экзема
Избавление от храпа
Гипотиреоз
Ангулярный стоматит
Синдром усталых ног
Преждевременная эякуляция

Отчаянные рынки: финансы

Консолидация долгов, Реструктуризация кредита
Аннулирование банкротства Ссуды под залог ипотеки
Предотвращение / Работа с взысканиями по накладной
Работа из дома (фриланс и работа через интернет)
Поиск работы (работа офлайн, резюме, подготовка к собеседованию)

Отчаянные рынки: разное

Дезинсекция
Помощь родителям (колики у младенцев, режущиеся зубы и пр.)
Зубная боль (домашние средства и пр.)
Увеличение пениса
Запах тела
Ночное недержание мочи
Пересадка волос
Удаление волос на лице (фокус на женщинах)
Увеличение роста
Омоложение
Кусание ногтей
Избавление от табакокурения

Отчаянные рынки: отношения

Возвращение бывшего партнера

Спасение брака

Свидания (свидания онлайн, общение с женщинами, феромоны, уверенность в себе, руководство по соблазнению и пр.)

Чтобы найти дополнительные ниши и идеи тем, посетите рынок Clickbank и пролистайте категорию "Здоровье и фитнес".

Другие полезные ресурсы:

<http://www.EmbarrassingProblems.com>

<http://www.17shopping.com>

Ресурсы по нишевому маркетингу

Вот еще несколько ресурсов, которые помогут вам найти и оценить потенциальные нишевые рынки:

NicheBot:

<http://www.nichebot.com>

Google Trends

<http://www.Google.com/trends>

Google Trends обнаруживает текущую популярность поискового термина (ключевого слова) и предоставляет вам связанные с ним ресурсы (в том числе статьи, блоги и новости).

Загляните в библиотеку Lulu:

[http://www.lulu.com/browse/stats.php?
fType=topSellers&fResolution=week](http://www.lulu.com/browse/stats.php?fType=topSellers&fResolution=week)

Посетите нишевые форумы

Уделите некоторое время исследованию нишевых форумов, чтобы определить, что люди покупают. Уделите особое внимание повторяющимся вопросам людей в нише, которые ищут помощи по специфическим вопросам. Вы удивитесь, как много идей в скорости придет к вам в голову.

Вступите в социальные сообщества

Информационные и социальные сети вроде www.Twitter.com могут служить источником вдохновения, предоставляя прямой доступ к текущим обсуждениям в контексте различных рынков.

Не забудьте про www.Facebook.com и <http://Answers.Yahoo.com>, где вы сможете почерпнуть еще больше идей для потенциальных тем.

Trend Watching

<http://www.TrendWatching.com>

Compete

<http://www.Compete.com>

Бестселлеры на Amazon

<http://www.amazon.com/gp/bestsellers/books>

Yahoo Buzz

<http://buzz.yahoo.com>

Ресурсы ClickBank:

CB Engine: <http://www.cbengine.com> - CB Trends:

<http://CBTrends.com>

CB Analytics

<http://www.CB-Analytics.com>

MicroNicheFinder

<http://www.MicroNicheFinder.com>

Каталоги:

<http://www.DMOZ.org> - <http://dir.yahoo.com> -

<http://ehow.com>

Q&A Communities:

Answer Bag: <http://www.answerbag.com>