

Манифест НОВОГО Рунет-Бизнеса

Как катапультировать свой бизнес в УСПЕХ:
*Непростой но внятный гид по реально работающему
Рунет-маркетингу*

© Павел Давыдов

"ArtLogus.com || Передовые Технологии Интернет-Маркетинга"

"WordPowerMastery.com || Копирайтинг о главном"

Банальный ключ... о котором Вам еще *никто не говорил*

Многое из того, что Вы прочтете в этом *манифесте* -- достаточно известно. Моя задача -- показать это под другим углом, дать несколько простых предсказаний о будущем Рунет-маркетинга, и раскрыть *самый короткий* путь к успеху в нем -- для вашего бизнеса.

...Путь, о котором Вы наверно и так знаете -- но возможно, знаете *НЕ ТО*.

И если какие-то моменты *манифеста* вызовут в вас протест или желание "поправить автора" -- это хорошо. Две точки зрения всегда лучше чем одна. Но прежде чем спорить по мелочам или ставить что-то под сомнение -- задайте себе один простой вопрос: "То, в чем я так убежден -- проверено ли это *моей собственной практикой*"?

При этом, конечно, я имею в виду *успешную* практику. Потому что неудачная -- сама по себе ничего не доказывает. А вот успешная -- да. И еще как...

В этом манифесте я не "открываю Америку". Но думаю, он заставит вас пересмотреть некоторые предрассудки Рунет-маркетинга. И может быть -- даже изменить что-то в вашей собственной маркетинговой стратегии.

Внимательного чтения,

Павел

Два довода **ПРОТИВ** бизнеса через Интернет... и их раскладка

Среди продвинутых маркетологов распространены два мнения о недостатках ведения бизнеса через Интернет. Доводы такие:

1. Нельзя полагаться **только на один канал** привлечения и монетизации клиентов или покупателей. Тем более на такой ненадежный, как виртуальная сеть.
2. При прочих равных, бизнес в офлайне всегда дает **более высокую прибыль**, чем в Интернете. *Независимо* от того, какие продукты продаются -- физические или нематериальные (услуги или цифровые товары).

Нужно сразу признать: оба довода совершенно *правильные*. И тем не менее... Можно привести и два встречных:

- **1. Интернет НАДЕЖЕН.**

Кто бы что ни говорил о ненадежности или нестабильности Интернета -- на самом деле виртуальная сеть непоколебима как Гималаи. По сути, Интернет просто *бессмертен*. Даже если он каким-то образом умудрится рухнуть -- он всегда восстановится. Может быть не совсем в том виде как есть сейчас -- но восстановится обязательно. И скорее всего -- в еще более "продвинутой" версии.

Если же у вас возникнет проблема (например нет компьютера с доступом к Интернету, или электричества)... Это будет означать одно из двух:

а) проблема только у *ВАС* (то есть *локальная*). Это легко поправимо.

б) проблема у *ВСЕХ* (то есть *глобальная*). В таком варианте проблемы будут у всех бизнесов. *Независимо* от того, в онлайн они или в офлайне.

- **2. В Интернете маржа прибыли ВЫШЕ.**

Несмотря на то, что (при правильном построении бизнеса) в офлайне прибыль будет действительно выше, чем в онлайн... Если говорить о *марже* прибыли -- в Интернете она всегда больше. Причем *НАМНОГО*.

(На всякий случай: *маржа* прибыли -- это показатель прибыльности в процентах. Выручка минус себестоимость. Например если производство, маркетинг, продажа и доставка товара покупателю вместе обходятся вам в \$80, а продаете вы его за \$100 -- маржа составит \$20)

Это действительно так. Причем независимо от того, какие продукты (товары или услуги) вы предлагаете. Конечно, в случае чисто цифровых продуктов или услугам маржа будет вообще астрономическая -- до 90%.

Для сравнения -- обычная для офлайна маржа это всего 5-10%. Чувствуете разницу?

Что такое маржа в 90%? В переводе на язык инвестиций: вложив рубль, вы получаете *ДЕВЯТЬ*.

Где еще вы видели инвестицию, которая может принести **900% возврат на вложения**? Любые банки, инвестиционные фонды, бизнес на недвижимости и прочие (сомнительные и не очень) схемы "выгодных" инвестиций просто поджимают хвост и уползают в кусты.

Тем более что в наше случае вы контролируете процесс *САМИ*.

Но даже если продукт для Интернет-бизнеса *физический* -- маржа все равно будет намного выше чем в офлайне. Потому что стоимость и риски запуска и ведения бизнеса в интернете намного ниже. Об этом мы будем говорить дальше.

Вести бизнес через Интернет просто *НА ПОРЯДОК* эффективнее, чем в офлайне. Даже если в чисто денежном выражении офлайн выгоднее. Потому что в плане *оптимальности* онлайн всегда выигрывает.

Почему бизнесы без Интернета скоро *ВЫМРУТ* (как динозавры)

То, что вы только что прочитали в подзаголовке, у одних может вызвать недоверчивую ухмылку. А другие наоборот -- пожмут плечами ("Я и так это знаю"). И тем не менее...

Конечно, чисто офлайновый бизнес останется. *Наверно*. Но то что он будет привязан "к земле", и ограничен в прибылях и перспективах развития -- это факт.

Почему? Читайте дальше...

10 преимуществ ведения бизнеса через Интернет

Большинству людей плюсы ведения бизнеса через Интернет кажутся очевидными. Но -- мало кто задумывался представить их по шагам. Так, чтобы не просто их перечислить, но увидеть как *систему*. Прямо по логике развития бизнеса.

1. Интернет -- это самый оптимальный способ привлечения целевой аудитории.

- Самый быстрый
- Самый дешевый

2. Лучший (а иногда и единственный) способ достучаться до узкой ниши.

- контекстная реклама
- бизнес-партнеры
- поисковая (SEO) и социальная (SMO) оптимизация сайтов
- нишевые форумы
- нишевые сообщества

3. Непривязка к географии (бизнеса и целевой аудитории).

Бизнес через Интернет позволяет преодолеть местные ограничения. Конечно, есть еще массовые каналы вроде телевидения и бумажных изданий. Но для частного бизнеса, ограниченного рамками бюджета --- в офлайне по большому счету остается только директ-мэйл.

4. Самый быстрый, простой и малозатратный способ найти прибыльную нишу.

В офлайне это может занять годы (и десятки тысяч долларов, выкинутых на ветер).

В Интернете можно выйти на подходящую целевую аудиторию буквально за месяц (с помощью контекстной рекламы и тестирования).

5. Самый простой способ создать продукт, идеально отвечающий запросам своей целевой аудитории.

То есть -- *заранее обеспечить спрос* на ваши будущие предложения. Еще до запуска продуктов.

6. Самый эффективный и малозатратный способ держать будущих и настоящих клиентов "на привязи".

В офлайне Вам придется обходиться редкой физической рассылкой (максимум несколько контактов в месяц). И нести связанные с ней расходы.

Интернет позволяет наладить более частый (а значит, и более *близкий*) контакт с целевой аудиторией. Единственный недостаток (если вы считаете его недостатком) -- это необходимость регулярно снабжать ее востребованной информацией прямо в бесплатной рассылке.

Для сравнения -- в офлайне бесплатная рассылка имеет смысл только как директ-мэйл. При грамотном использовании директ-мэйл может быть хорошим инструментом монетизации. Но как инструмент привязки клиентов он годится плохо. Платная же подписка в офлайне -- это совсем другой разговор, и требует отдельного подхода.

7. Малые издержки бизнеса.

Виртуальный офис в Интернете в принципе не требует никаких затрат, кроме домена и хостинга. Все остальные "апгрейды" -- уже на ваше усмотрение.

Если бизнес "нематериальный" (*IT*, услуги, консалтинг, коучинг, онлайн-тренинги, и даже организация и продвижение семинаров в офлайне) -- это идеальный вариант. Но даже если продукт физический -- издержки все равно будут ниже, чем в офлайне.

8. Возможность почти полной автоматизации бизнеса.

Такую возможность дает только Интернет. Все что угодно -- от подписки на рассылку, самой рассылки и тестирования, и до автоматических опросов, приемов платежей и доставки цифровых продуктов.

В офлайне возможность автоматизации всех этих вещей сильно ограничена, и обычно ограничивается простым автоответчиком.

9. Самая высокая скорость доставки маркетинговых сообщений.

Здесь все просто: *Email* и *RSS* рассылаются почти мгновенно. В отличие от директ-мэйл, рекламных щитов, рекламы в журналах/газетах, телевидения и т.д. Там подготовка и доставка сообщения может занять несколько месяцев.

Кроме того, что это означает дополнительные затраты денег, времени и других ресурсов -- к моменту доставки сообщения ситуация в бизнесе (или на рынке вообще) может уже измениться.

10. Скорость тестирования новых идей, направлений и предложений. И учета изменений рынка.

Это вообще бесценно -- и для стартапов, и для развития уже существующего бизнеса.

Почему Интернет-бизнес -- это *НЕ* электронная коммерция

И в Рунете, и на западе есть два самых распространенных подхода к Интернет-маркетингу. Первый из них -- это стандартный (и самый неэффективный) вариант: делается сайт-"визитка". Или "Интернет-магазин". И потом владелец долго и трудно тратит свои ресурсы на привлечение трафика.

...В надежде, что посетители сразу что-то купят.

Ага. *Щас*)))

Второй (и более эффективный) вариант -- это подход "электронной коммерции". Обычно в этом случае сначала пытаются затащить посетителей в список своей *Email*-рассылки. И уже потом -- что-то им продавать.

Поскольку такой подход гораздо эффективнее первого, то шансы успеха гораздо выше. Правда, в Рунете это простая истина дошла еще далеко не до всех. Но тем не менее...

У все большего числа людей именно такой вариант ассоциируется с "Интернет-бизнесом".

...И это число будет только *расти*. Причина ясна -- как и в "выживании сильнейших" в дикой природе, в Интернет-маркетинге в конечном итоге будут оставаться те бизнесы, подход которых более эффективен.

Однако приравнивать Интернет-бизнес к чисто "электронной" коммерции было бы ошибкой. Есть слишком много вещей, которые выходят за рамки не только стандартных *e-commerce* тактик, но и Интернета вообще.

Почему и *как*? Читайте дальше...

Как быть на "передовой" современных маркетинговых технологий -- в **НОВОМ** Интернет-маркетинге

Прежде чем мы углубимся в то, как вести действительно *успешный* бизнес через Интернет (а это касается и офлайн-бизнесов -- которые просто имеют представительство в сети), давайте я сразу расставлю точки над некоторыми важными моментами.

- **1. Основные принципы ведения эффективного бизнеса всегда остаются теми же. Независимо от того, онлайн это или офлайн.**

Интернет -- это всего лишь очередной *medium* (то есть *канал* распространения информации). Люди, которые выделяют Интернет-бизнес в какую-то особую категорию -- сильно ошибаются.

Канал появился -- канал расцвел -- канал устарел. Но *принцип* -- принцип остался (так например машины сменили повозки).

Интернету всего 15 лет, и у него еще все впереди. Во всяком случае -- на нашу жизнь точно хватит. Сейчас это действительно *самый эффективный* канал (почему именно -- об этом чуть позже). И он будет только развиваться. Интернет-бизнес будет развиваться тоже. Но *принципы построения успешного бизнеса* остались абсолютно теми же, что и 100 лет назад. Сменились только декорации.

- **2. У самых эффективных маркетинговых технологий Интернет-бизнесов "ноги растут" из оффлайнового директ-маркетинга.**

Да-да. Из того самого директ-мэйл и классического копирайтинга столетней выдержки. Это даже не требует доказательств. Все более-менее успешные Интернет-маркетологи:

а) собирают список рассылки своих коммерческих сообщений,

б) пишут свои продающие тексты -- на страницах сайтов или прямо в Email-рассылках -- почти не отходя от классических рецептов *direct-response* копирайтинга (к которому мы еще вернемся).

- **3. Несмотря на то, что Интернет-маркетинг моделировался с офлайна, теперь тренд идет наоборот.**

То есть: самые умные бизнесмены теперь уже тащат доказавшие свою эффективность маркетинговые технологии *из онлайн* в *офлайн*. Но это не значит, что директ-маркетинг больше не работает. Как раз наоборот: работает, и еще как.

Причина "перетаскивания" -- **скорость развития Интернета-маркетинга**. То, что для офлайна может выглядеть как "революция", в Интернете уже давно поставлено "на рельсы". Интернет-маркетинг стал опережать в развитии офлайн-маркетинг -- начиная где-то со времен *доткомовского краха* (1999-2001 гг).

Тому много причин. Самые главные -- недоверие покупателей к "виртуальным" продавцам, и мощная конкуренция без ограничений (начать свой Интернет-бизнес почти ничего не стоит). Но *тем не менее...*

- **5. Сейчас -- на мой взгляд -- уровень доверия к онлайн-предложениям стал повышаться.**

Подтверждение -- резкий рост покупок через Интернет по всему миру. И в Рунете в том числе. Плюс огромное число расплодившихся видов "электронных денег". Просто так ничто не развивается -- для этого нужна плодородная почва.

Люди в Интернете **покупают**.

...и все больше и больше. А значит...

Деловая конкуренция в сети будет расти еще сильнее.

Каждый день появляются тысячи новых сайтов. Это не описка и не преувеличение -- прямо сейчас в Интернете их уже несколько десятков миллионов. То есть сотни миллионов страниц (и это еще *консервативная* оценка).

Как вы понимаете, большинство этих сайтов занимаются вовсе не (благотворительностью)))

На самом деле, маркетинговая машина Интернета *только набирает обороты*. И потом влезть в нее будет еще сложнее.

Что делать?

Вообще-то, ответ на этот вопрос я уже дал...

***Direct-Response* маркетинг и копирайтинг в западном Интернете**

Как я уже сказал, у современного эффективного Интернет-маркетинга ноги растут из офлана. Из старого доброго директ-мэйла)))

Основа результативной рассылки ваших коммерческих предложений своей аудитории -- два момента:

а) **правильный подбор этой целевой аудитории**, и четкое соответствие того, что вы предлагаете -- тому, что она действительно хочет;

б) **умение донести до целевой аудитории все выгоды** того, что они получают, если откликнутся на ваше предложение... и донести **необходимость такого отклика**.

Вам нужен *direct-response* -- прямой отклик аудитории на ваше предложение. И единственное, что может это обеспечить -- это *директ-респонс копирайтинг*.

...Тот самый навык убеждать **словом**. Который в народе зовется умением писать продающие тексты.

Технологии написания эффективных продающих текстов исполнилось уже лет сто. Но за все это время мало что изменилось... Хотя, конечно, какие-то изменения есть.

Помните? Работающие принципы всегда остаются. И копирайтинг прямого отклика -- как раз такой случай.

Маркетинг и копирайтинг "*прямого отклика*" в Рунет-коммерции

Я не буду утверждать, что в Рунете этого нет. Есть, и уже давно. Несмотря на то, что большинство людей считают, что копирайтеры -- это писаки-фрилансеры. Плодящие никому не нужный "контент" для таких же -- никому не нужных -- сайтов)))

Директ-респонс копирайтинг в рунете все-таки есть. Проблема только в том, что использующие технологии *прямого отклика* Рунет-коммерсанты обычно просто копируют опыт западных "старших товарищей" Интернет-маркетинга.

С одной стороны, это хорошо. С другой же -- совсем упускается, что за последние несколько лет попово-слащаво-кричащие "одностраничники" сильно потеряли в эффективности.

На западе живут совсем не такие дураки, как мы привыкли считать. Глядя же на большинство продающих страниц электронной коммерции Рунета -- создается ощущение, что дураки живут у нас.

На западе все уже давно -- и *НАМНОГО* -- серьезнее. Пора просыпаться.

Эффективный *Email*-маркетинг и *Email*-копирайтинг для Рунет-бизнеса

...А точнее -- *direct Email*-маркетинг и *direct Email*-копирайтинг.

В классическом директ-мэйл список подписчиков или получателей коммерческой рассылки считается самым важным активом бизнеса. И это правда... но только *одна* сторона правды.

Умение завоевывать доверие своей аудитории на расстоянии *еще важнее*. Без доверия никто не покупает -- это главная "мантра" бизнеса. И особенно в Интернете.

Между директ-мэйл (в офлайне) и *Email*-маркетингом есть очень большая разница. В первом случае рассылка почти во всех случаях именно *коммерческая*. То есть с продающими текстами.

В Интернет-маркетинге необходимо делать *Email*-рассылку в основном *информационной*. Иначе подписываться не будут, а те кто подписался -- быстро отпишутся.

Как сделать рассылку интересной?

Как завоевывать доверие подписчиков?

Как сделать так, чтобы они откликнулись на ваши предложения?

Ответы на эти вопросы во многом зависят от вашей аудитории. И стандартные советы вроде "задаривайте их бесплатностями" или "заводите дружеские отношения" могут скорее навредить, чем помочь (не верите -- проверьте)))

Как минимум, вы должны сделать три вещи:

1. Выделиться на фоне конкурентов.

Как угодно выделиться. Но главное -- *выделиться*. И прежде всего в своей рассылке.

2. Показать себя экспертом в выбранной сфере или нише.

Как показать? Естественно, тоже в рассылке. Помните? Рассылка должна быть прежде всего *информационной*.

Да, и влезать в то, в чем вы сами толком не разбираетесь -- не советую. Особенно если ниша уже населенная. Вас "разоблачат" даже быстрее, чем вы думаете.

3. Показать своим подписчикам *на практике*, что им дико повезло, что они на вас подписались.

Как? Решайте сами. Но они должны чувствовать себя *особенными*.

Три бредовые идеи, которые нужно отбросить, чтобы добиться *реального* успеха в *НОВОМ* Рунет-маркетинге

- Отбросить бредовую идею о том, что "*у нас уникальная ментальность, и вообще мы тут в Рунете особенные и непомерно крутые*"...

...И изучать опыт реально успешных западных Интернет-бизнесменов и маркетологов. Которые обогнали рунетовских "подкрутков" минимум лет на 5.

- Отбросить бредовую идею о том, что "*надо создать супер-продукт ... найти тех, кому он нужен ... и всю жизнь жить с продаж этого чуда*".

Такие большие, и до сих пор верите в сказки? *Не получится*. Хотя, если хотите повторить ошибку почти всех начинающих Интернет-коммерсантов... Вяляйте. Только не забудьте через пару лет унылых страданий вернуться к этому манифесту. И *внимательно* прочитать его с самого начала.

- Отбросить бредовую идею о том, что "*трафик -- это самое важное*"...

...И сосредоточиться на том, что делать с теми, кто к вам *УЖЕ* зашел.

Только потом, когда проработаете *ЭТО* -- можно заняться большим трафиком.

План действий

1. Завести собственную рассылку.

По интересующей вас и потенциально *денежной* теме.

...И налаживать доверительные отношения с теми, кто подписывается.

2. Найти то, что интересует их больше всего, и за что они *готовы* платить деньги.

- Метод "научного тыка"
- Тестирование
- Опросы

3. Создать *первый* продукт, держа в голове то, что на его основе вы будете создавать *следующие*.

На *одном* продукте вы никуда не уедете -- как бы он ни был хорош.

4. Оттачивать свои копирайтерские навыки.

...Да не того "копирайтинга", под которым в Рунете понимают словоблудие фрилансеров-писак, а **Direct-Response Копирайтинга** -- "копирайтинга прямого отклика". Того *единственного* инструмента, с помощью которого вы можете убедить людей откликнуться на ваши предложения.

Вы *должны* уметь убеждать людей на письме. В том числе и убеждать *покупать* (то есть уметь писать работающие продающие тексты). Иначе успешного бизнеса не видать как собственных ушей.

5. Оттачивать свои навыки *Email*-копирайтинга.

Без него вы в Интернете никуда не денетесь. Отбросьте тот бред, который преподносится под видом "Email-маркетинга" в Рунете, и сосредоточьтесь на том, что проверенно--доказанно--реально *наиболее эффективно*.

...То есть займитесь *direct-response* маркетингом и *direct-response* копирайтингом -- маркетингом и копирайтингом "прямого отклика" -- *применительно к использованию в Email или RSS*.

6. Развиваться и расти. Используя на первых порах чужой, а потом и свой опыт.

Помните, что обучение новому и его тестирование "под себя" есть и останется *единственным* способом стабильного роста. И никакие другие "супер-схемы" и "мега-технологии" быстрого обогащения не создадут вам надежного и *долгосрочного* бизнеса.

Учитесь. Развивайтесь. Растите....

...И уже через полгода вы себя не узнаете.

7. Вернуться к этому манифесту, и сказать спасибо своей удаче (фортуне, счастливой случайности, дяде Васе, расположению планет...)...

... что вы вовремя на него вышли)))

Успешного Рунет-маркетинга,

Павел

P.S. Как я и предупреждал -- в этом манифесте я не "открыл Америку" (такой задачи и не стояло). Но я почти уверен -- он заставил вас задуматься. И может быть даже пересмотреть некоторые взгляды на реально эффективный Интернет-маркетинг.

P.P.S. Если вам понравился этот манифест, и вы хотите им поделиться с другими (а заодно таким образом сказать спасибо и мне...)

...Не отдавайте его просто так, а отправляйте всех на специальную страницу. Там манифест можно получить бесплатно -- хотя и не просто так... Потому что это тоже -- один из секретов эффективного Интернет-маркетинга)))

artlogus.com/manifest

© Павел Давыдов

"ArtLogus.com || Передовые Технологии Интернет-Маркетинга"

"WordPowerMastery.com || Копирайтинг о главном"