

Игорь Крестинин

**Как делать деньги, не
выходя из дома. С
пошаговым планом
заработка 1000\$ в месяц**

Бизнес на партнерских программах

Издательские решения
По лицензии Ridero
2018

УДК 33
ББК 65
К80

Шрифты предоставлены компанией «ПараТайп»

Крестинин Игорь

К80 Как делать деньги, не выходя из дома. С пошаговым планом заработка 1000\$ в месяц : Бизнес на партнерских программах / Игорь Крестинин. — [б. м.] : Издательские решения, 2018. — 106 с. — ISBN 978-5-4490-6527-8

Давно ли вы могли себе позволить уехать за границу на пару месяцев? Да так, что не думать о том, хватит ли денег, или что вы будете делать после возвращения?

Эта книга расскажет о том, как можно зарабатывать деньги, не отрываясь от приятного времяпрепровождения под пальмой, или прихлебывать «Пина коладу», не отрываясь от бизнеса — кому как нравится. Главное в том, что с этой книгой вы сможете позволить себе больше свободы.

**УДК 33
ББК 65**

12+

В соответствии с ФЗ от 29.12.2010 №436-ФЗ

ISBN 978-5-4490-6527-8

© Игорь Крестинин, 2018
© Юлия Ортиз, дизайн обложки, 2018

ВВЕДЕНИЕ

Давно ли вы могли себе позволить уехать за границу на пару месяцев? Да так, что не думать о том, хватит ли денег или что вы будете делать после возвращения?

Эта книга расскажет о том, как можно зарабатывать деньги, не отрываясь от приятного времяпрепровождения под пальмой, или прихлебывать «Пина коладу», не отрываясь от бизнеса, — кому как нравится. Главное в том, что с этой книгой вы сможете позволить себе больше свободы.

Именно этого мне удалось добиться с помощью работы с партнерскими программами — о том, что это такое и как с ними работать, я подробно и по шагам расскажу в этой книге. Если грамотно выстроить процесс, то можно путешествовать и зарабатывать 1000 долларов в месяц (или больше). Скажу честно, жить в Таиланде или на Бали, когда в Москве -20°C и ветер выдувает последние остатки тепла — чертовски приятно.

Пока у вас не сложилось ложное чувство того, что я предлагаю волшебную палочку, которая в одночасье решит все ваши проблемы, скажу, что работать все равно придется.

Эта книга для тех, кто начинает зарабатывать на партнерских программах и хочет значительно прокачать свои навыки в этом бизнесе. В ней вы найдете пошаговые инструкции, лайфхаки, лично мной пройденные «грабли», которые вы можете увидеть заранее и обойти.

Для кого эта книга:

- новички — вам она будет наиболее полезна, найдете все, что вам надо: с чего начать, как действовать оптимально, не тратя время и силу впустую;

- продвинутые пользователи, уже имеющие опыт, — вы найдете новые методы и фишки, которые помогут выйти на новый уровень;
- владельцы бизнеса — для вас здесь есть методы увеличения трафика и прибыли, которые помогут вам обойти конкурентов и запустить новые направления в вашем бизнесе.

Сегодня я уверен, что мы не живем, чтобы работать, а работаем, чтобы жить.

ПОЧЕМУ ЭТА КНИГА ЗАСЛУЖИВАЕТ ВНИМАНИЯ

Все описанные в этой книге технологии – пройдены и прожиты на моем личном опыте.

Еще в 2011 году, когда я был среднестатистическим студентом с весьма скромным доходом и неумным желанием добиться чего-то большего в этой жизни, я начал искать разные пути заработка. Жил в обычном питерском общежитии, учился на инженера и регулярно получал от родителей 10 000 рублей в месяц, которые фактически составляли весь мой бюджет.

Первым моим предпринимательским опытом была обычная купля-продажа. Начал запускать свои проекты, и первые сложности не заставили себя ждать. У меня как-то получалось находить заказы на товар. Но вот с продажами было значительно сложнее. Было тяжело находить товар и поставщиков, которые будут привозить и хранить его. Я быстро понял, что на текущем этапе мне это принесет больше разочарований, чем прибыли.

Тогда и перешел в Интернет. Начал работать с партнерскими программами – то есть, по сути, выступать посредником между покупателем и продавцом, связывая их друг с другом. Помогал исполнителю находить новые заявки / заказы, за что и получал свою долю. Конечно, я рассчитывал на быструю прибыль – ведь здесь от меня не нужен физический товар, место хранения и транспортировка. Однако, мои мечтания о денежном потоке с неба быстро разбились в пух и прах из-за отсутствия опыта.

Тогда, как человек упорный, решил взяться за дело всерьез. Начал искать информацию, людей, которые могли меня чему-то научить и поделиться собственным опытом, разбирать по косточкам успешные кейсы. И достаточно быстро пришел к пониманию, что работа с партнерами (она же лидогенерация) – это

простой для мотивированного человека способ, с помощью которого можно делать деньги. Причем неплохие!

Главное его преимущество в том, что не нужен начальный капитал и огромные ресурсы на закупку/хранение/транспортировку товара. По факту работать таким образом можно со всем, чем угодно – от автокредитов до алтайского меда.

Первые деньги из партнерских программ я начал получать в 2012–2013 годах. В те времена я нашел владельца инфобизнеса (он обучал стартапам) и всю информацию о нем раскидал в течение 2 дней в «мертвых» группах в нашем родном «ВКонтакте» – подписчики в этих группах были, а вот админы группы забросили. Два дня я с энтузиазмом размещал объявления о своем новом партнере из серии «получите бесплатный курс по старту бизнеса», сопровождая их партнерской ссылкой. Потом переключился на какой-то новый проект и благополучно забыл про это дело. Недели через три я получил письмо: «Игорь, вы заработали 6000 рублей». Вот так просто.

Те деньги, кстати, я так и не снял. Та партнерка выплачивала только юридическим лицам, а так как у меня не было своего ИП и завести быстро не удалось, то я так и не получил эту свою «зарплату». Впрочем, этот случай дал мне гораздо больше, чем 6 тысяч рублей, – опыт и осознание новых возможностей. А это, согласитесь, бесценно.

Потом я начал исследовать новую тему – запустил свой инфобизнес, немного с ним поработал и понял, что мне не нравится продавать. Захотелось, чтобы продажами и созданием материалов занимались другие, но при этом бизнес принадлежал мне.

В 2014 году вернулся к партнерской модели, уже с новым подходом – чтобы зарабатывать много и быстро, надо учиться. Тогда же записался на второй поток тренинга «Старт-2» Парабеллума. И это дало свои результаты – причем сразу же.

Отсюда, кстати, **первый лайфхак:**

Не жалейте денег на ваше обучение.

Забегаю чуть вперед, скажу, что на момент написания этой книги я отдал за обучение себя любимого в общей сложности около миллиона рублей. Много? Но заработал-то еще больше! И ни разу не пожалел ни об одном рубле, потраченном на себя. Чем больше вы вкладываете в себя – не только денег, но и времени, и усилий, – тем выше ваша компетентность. А это в свою очередь приносит очень хорошие дивиденды.

Возвращаясь в 2014 год: после обучения я повысил свой доход с 20 000 рублей до 50 000 в месяц. Потом до 60 000 нестабильными. Потом решил не мелочиться и сразу взять высокую планку – пошел в «Инкубатор миллионеров» Леонида Румянцева, это один из топовых специалистов, который обучает грамотной работе с партнерками и трафиком. Этот тренинг обошелся мне в 50 000 рублей. Зато принес – 200 000! В 4 раза больше! Давно ли у вас был такой результат хоть с каким-нибудь вложением? И это, кстати, не максимальная сумма – дальше заработок пошел по нарастающей.

Надеюсь, мне удалось вдохновить вас своей историей. Повторюсь, с этой книгой на вас не свалятся горы денег просто так. Надо учиться, работать, много работать, инвестировать и не бросать дело на полпути – но делать все с умом. И в этой книге вы найдете подсказки и пошаговые технологии в формате 1-2-3, как, что и зачем надо сделать, чтобы добиться желаемого.

РАЗГОВОР НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ или базовые понятия

Пресловутый «разговор на одном языке» — одна из составляющих успешного применения этой книги на практике. Без одинакового понимания базовых терминов у вас не получится в полной мере реализовать свой потенциал, а у меня — быстро и точно донести всю информацию.

Итак, несколько терминов, которые следует знать и которыми мы будем пользоваться в дальнейшем.

1. *Трафик* — это поток людей, заходящих на сайт. Для удобства понимания представьте себе обычный дорожный трафик — поток машин, следующих в одном направлении. У нас все то же самое, только в нашем случае это люди, переходящие на сайт.

2. *Лид* — это заявка. Вы наверняка встречали на сайтах некоторых компаний форму заявки, которую вы можете заполнить, если заинтересованы в ее продукте / услуге. Так вот лид — это одна такая отправленная заявка. Человек оставляет свои контакты, сообщая таким образом, что ему интересно, но при этом еще не оставляет денег.

3. *Подписчик* — это человек, который оставил заявку на бесплатный продукт. Повторюсь, он еще не сделал заказ (и не оплатил услугу или другой продукт), но уже заинтересован темой. Отмечу, что далеко не всегда подписчик действительно готов что-то купить, — это человек, который просто что-то получает бесплатно в обмен на свои контакты. Впрочем, выяснять это предстоит не вам, а менеджерам компании-партнера, на сайт которой вы и отправляете трафик.

4. *Воронка продаж* — это алгоритм, по которому человек проводится от «холодного» состояния до покупки товара. Представьте себе обычную воронку. Сверху заходят «холодные» люди, которые пока не особо заинтересованы в товаре или услуге. Как правило, таких много. По мере прохождения различных этапов часть из них отсеивается. И в самом низу — там, где горлышко сужается, — остаются только те, кто готов совершить покупку.

5. *Конверсия* — соотношение между трафиком и количеством людей, совершивших целевое действие (это может быть покупка товара, а может и подписка). Например, на сайт зашло 100 человек, из них 10 человек что-то купило. Конверсия составляет 10%.

6. *Партнерская программа* (партнерка) — это система взаимодействия с бизнесами по рекламе. Казалось бы, тема трафика немного специфична, но в то же время она универсальна. Любому бизнесу нужны клиенты, то есть трафик. По моему мнению, бизнес следует начинать именно с партнерских программ, потому что вы ищете клиентов и видите, какие товары и модели продаж на самом деле приносят деньги.

7. *Заработок на партнерских программах* — это заработок на других бизнесах. Легче всего пояснить на примерах. У вас есть партнер, который занимается продажей автостраховки автовладельцам. Ваша задача — отправлять ему потенциальные заявки, то есть генерировать лидов. Важно понимать, что вы не занимаетесь продажами автостраховки — это делают менеджеры партнера. Вы просто отправляете человека, которому потенциально интересна автостраховка, и получаете с этого определенный процент. Обычно это в среднем 30% от маржи.

8. *Реферальная ссылка* — это ваша ссылка в партнерской программе, продвигая которую, вы будете получать комиссию

с продаж. Эта ссылка уникальна и формируется роботом индивидуально под каждого партнера.

9. *CPA-сеть* – платформа, агрегатор, на котором размещены различные офферы (предложения / бизнесы). Часто можно обходиться и без CPA-сети, подключившись в партнерку к какому-то отдельному бизнесу напрямую. Важно: аббревиатура CPA – латинская, а потому произносится не как неблагозвучное русское «сра», а «си-пи-эй».

10. *Арбитраж трафика* – это сленговое название заработка на партнерских программах. Это профессиональный термин, который часто используется в узких кругах (добро пожаловать, кстати). Как правило, арбитраж трафика относят чаще к CPA-сетям, а заработок на партнерских программах – это более широкое значение.

СКОЛЬКО МОЖНО ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ПАРТНЕРКАХ? или считаем прибыль

Сразу порадую вас грандиозной цифрой – крупные игроки зарабатывают на этом рынке около 1 млн рублей (около 20 000 \$ на момент написания книги) в месяц. В месяц, Карл!

Конечно, эти люди занимаются исключительно партнерками, не рассматривая эту деятельность как хобби или фриланс. Более того, можно делать и больше – технически заработок вообще не ограничен. Но для повышения заработка нужно иметь усиливающие компетенции: не просто арбитраж трафика и партнерские программы, но и совмещенный с другим видом бизнеса.

Спустимся ближе к брэнной земле: сколько зарабатывают средние игроки на рынке, маленькие и новички? Мои ученики – финалисты из коучинга «50 000 рублей за 45 дней на партнерках с 200% гарантией» www.1000podpischikov2.ru/partnerki – выходят на доход от 50 000 до 100 000 рублей в месяц (более 1000 \$ на момент написания книги). Конечно, это не миллион. Но просто сравните с заработком среднестатистического офисного менеджера. Некоторые мои ученики, с которыми я поддерживаю общение, уже дошли до 300 000 рублей в месяц. И для них это сейчас норма.

ПОЧЕМУ «УМНАЯ КНИЖКА» НЕ ВСЕГДА ПОМОГАЕТ или 100% результат

Кстати, ответ на этот вопрос очень простой. Чтобы совет – будь то печатный текст из книги или слова от эксперта – помог, надо хоть что-то делать. Желательно с умом. Желательно все-таки следуя этому совету.

Согласитесь, частенько бывает, читаешь книгу, забиваешь свою голову тоннами информации, но результата не видно. В чем ошибка? Вы читали/слушали, возможно, даже очень хотели, но не делали. Давайте разберемся, почему не всегда получается применить знания на практике.

В бизнес-обучении часто используется фраза «пробить финансовый потолок», суть которой – выход на новый уровень дохода. Ваш доход складывается из двух факторов.

Первый – это работа с вашим мышлением: с тем, сколько вы **позволяете** себе зарабатывать. Чаще всего установки про деньги закладываются в детстве: например, когда родители словами и действиями доказывают ребенку, что любая копейка дается тяжелым трудом, а тот, кто зарабатывает много, достигает своего уровня исключительно обманом.

Второй фактор – чисто **знания и навыки**. Сложенные вместе два этих фактора и позволяют вам пробить тот самый финансовый потолок и начать зарабатывать в месяц 6-значную сумму.

А сейчас несколько советов для пробивки потолка. Настоятельно рекомендую пройти их все.

1. Деньги идут к вам, если у вас есть *четко определенные материальные цели*. Если вы хотите абстрактное «много денег» и говорите себе, что потом подумаете, куда их потратить, то вряд ли что-то из этого получится. Так что придаем нашим целям конкретики: напишите, чего именно вы хотите: конкретные суммы, на что они нужны и т. п. Например, вы хотите классную машину – определите ее марку и модель, посмотрите в Интернете ее модификации и выберете одну, узнайте, сколько она стоит. Чем детальней вы пропишете, тем лучше ваши цели будут достигаться. Писать можно от руки на бумаге или в Excel-таблицах – главное, чтобы вы понимали, о чем речь идет. Ведь деньги – это просто бумажки и цифры. А так ваш мозг будет знать, для чего они нужны. Список целей – штука обязательная.

2. *Проведите тест-драйв того, чего хотите*. Машина мечты? Смело идем в автосалон. Дом мечты? Звоним риэлторам и ходим на просмотры. Пока не придумали, что надо? Расширяем свой кругозор – в мире есть вещи, которых вы еще не видели и не чувствовали. Среди них совершенно точно есть и ваша мечта. Пробуем! Желательно начать тестировать что-нибудь дорогое – постепенно это войдет в вашу зону комфорта, и вы увидите, как начнут появляться деньги и возможности достижения цели. После такого тест-драйва ваше подсознание уже не захочет довольствоваться имеющимися «Жигулями» и будет стремиться к ... (вписать любую марку и модель). Сильно вдохновляют на достижения большие квартиры.

3. Саботаж – словечко из военной тематики, которое мы в обычной жизни практически не используем, зато часто этим занимаемся. Вместо того чтобы делать дело (заниматься работой, бизнесом, проектом и пр.), мы отвлекаемся или начинаем заниматься ничего не значащими мелочами. Если узнали себя, то ваша задача – воспитать в себе привычку работать в строго определенном месте. Работать можно и дома, но лучше отвести для этого конкретную комнату или стол, например. В этом ме-

сте вы не едите, не спите, не отдыхаете, а только работаете. Отличный вариант для новичков — начать работать в кафе. Благо сейчас различных кафе с хорошим сигналом Wi-Fi — на каждом углу хватает. Приходите туда и работаете — вот увидите, ваша эффективность в десятки раз возрастет. Лучше всего, если это будет большое помещение — в маленьком обстановку давит. У богатых людей большие дома, потому что там приходят более сильные мысли. В больших помещениях сильнее вдохновение.

4. Избегайте лишних людей. Это люди, которые тянут вас вниз. Конечно, получается не всегда — ведь это могут быть и родители, ратующие за «стабильную работу на дядю», или друзья, которым важнее «пивка попить вечером». Если вы хотите вырасти — придется максимально (или хотя бы временно) ограничить общение с теми, кто пытается задержать вас на одном уровне. По себе знаю, так как большой скачок произошел тогда, когда я уехал и перестал общаться со всеми, кроме наставника. Так что мой вам совет — общайтесь с теми, кто вас вдохновляет.

К слову о людях.

Знакомьтесь с практиками — теми, кто уже работает в этой области. Это самый простой способ научиться работе с партнерами.

Смелее заходите на форумы, в группы соцсетей, на конференции и семинары — поверьте, чаще всего этим людям несложно с вами пообщаться и что-то подсказать. Есть множество отзывов по партнерам, так что самый простой вариант — погуглите. Отправьте поисковой машине запрос «партнерские программы отзывы» и получите людей, которые уже зарабатывают на партнерских программах. Есть группы, посвященные определенной партнерке. Можно посмотреть, кто состоит в этой группе, и пообщаться с ними.

Что им написать? Честно заявите, что вы начинаете и хотите чему-то научиться. Вы удивитесь, как сильно вдохновитесь и сколько полезной информации можно получить из одного телефонного (или скайп) звонка.

Можете пойти дальше и договориться о партнерстве. Как правило, у людей, которые занимаются бизнесом, всегда есть задачи, до которых не доходят руки. Предложите им свою помощь — и сможете получить знания, связи и деньги, просто помогая им.

ТЕХНОЛОГИЯ ЗАРАБОТКА ПЕРВЫХ ДЕНЕГ НА ПАРТНЕРКАХ ЗА 3 ДНЯ

или быстро и просто

В самом начале пути хочется дать вам простую технологию, которая своей результативностью вдохновит на дальнейшее обучение. Работать с ней может каждый.

Итак, есть такое понятие, как «связки». Это технология точечной монетизации трафика. Как всегда, проще объяснять на примерах. У всех есть знакомые, друзья и товарищи. Эти люди совершенно точно совершают разнообразные покупки. Зная, как работают партнерские программы, почему бы не провести их по вашей «реферальной ссылке»? Сделать так, чтобы они купили то, что и так планировали приобретать, но по вашей рекомендации. Собственно, это и есть суть партнерских программ и заработка на них.

Давайте рассмотрим алгоритм работы по шагам.

1 шаг. Ваша задача – начать общение с человеком (с другом это гораздо проще, так что на них можно тренироваться, как на кошках).

2 шаг. Узнать потребности этого человека: ему нужна новая машина, сайт или собаку подстричь. А может, у него есть проекты, до которых руки не доходят или знаний не хватает. Узнать можно, спросив напрямую или просто начав самому жаловаться (ожидая жалобы о проблемах в ответ). Также иногда можно просто предположить, исходя из того, какой человек перед вами (например, предпринимателям может быть нужен лендинг).

3 шаг. Когда вы узнали, какие у него есть проблемы, вы делаете «вброс». Вброс — это некая фраза или предложение, которое заинтригует человека. Например, если ваш друг говорит, что у него проблемы с клиентами, то можно тут же невзначай отметить, что вы знаете человека, который занимается привлечением клиентов. Или вашему другу нужен лендинг, но времени на его создание совершенно нет. В этот момент вы можете «вспомнить», что у вас есть специалист, который делает крутые лендинги под ключ и работает с крупными (читайте — авторитетными для вашего друга) игроками рынка. Пример для девочек: ваша знакомая уже полгода начинает худеть с понедельника — и тут у вас совершенно неожиданно появляется знакомый фитнес-инструктор, который работал с такими-то звездами (результаты его работы всегда можно проверить) и вероятно согласится помочь вашей знакомой. Важно в этот момент заинтересовать вашего собеседника. Как правило, вброс можно сделать, начав с такого слова, как «кстати».

4 шаг. Слушайте! Ваша задача — услышать обратную связь. Если вашему собеседнику все еще актуально повышение продаж, похудение и пр., то он с большой долей вероятности начнет расспрашивать о подробностях вашего предложения. Тогда переходите к Шагу 5. Если же нет — то просто переведите тему. Важно: не рекомендую настаивать и пытаться изо всех сил впарить продукт. Пользы от этого не будет, а вот навредить можете. Чуть позже можете сделать новый вброс.

5 шаг. На этом этапе сообщите этому человеку (человек, заинтересованный в продукте, который вы предлагаете, и является лидом), что свяжете его с исполнителем. Сделать это можно любым приемлемым способом, например по телефону.

6 шаг. Найдите компанию, которая занимается решением проблемы вашего лида. Да, именно так. Сначала выявляем потребность и под нее ищем исполнителя. В коучинге по партнер-

кам я с 200-процентной гарантией <http://1000podpischikov2.ru/partnerki/> даю проверенные компании, подходящие под ваши задачи. Если же ищите самостоятельно, то не стесняйтесь обращаться к знакомым за контактами или же напрямую искать нужного вам исполнителя (например, через поисковик).

7 шаг. Связываете вашего заказчика и найденного исполнителя. Важно: предварительно договоритесь с компанией о комиссионных — проценте, который вы получите за приведенного к ним клиента. Можете смело просить около 30% от маржи (чистой прибыли компании с данного заказа).

8 шаг. Берете оплату с компании и радуетесь тому, что только что реализовали схему win-win: выиграл заказчик (быстро получил нужный ему товар), исполнитель (получил нового клиента, затратив минимум усилий) и вы.

Самый простой способ заработать на партнерских программах — это просто пообщаться с вашими знакомыми и помочь им решить их проблему через другой бизнес.

Конечно, этот вариант отдает некоей рафинированностью — и друзья есть, и исполнитель сразу нашелся. А что, если нет такого? Что, если круг общения ограничен? Где можно брать людей? Поделюсь парой лайфхаков.

1. Пообщаться с практиками, которые занимаются партнерскими программами. Я снова и снова буду возвращаться к этому совету, ибо он действительно работает. Правда, на этот раз попытаемся поработать с практиком в иной ипостаси. Как правило, это обеспеченные люди, и, посмотрев на ситуации шире, вы сможете заработать, помогая им. Точно так же попытайтесь определить их потребность (а чем выше человек стоит на социальной лестнице, тем больше и «дороже» его потребности) и решите эти вопросы. Плюс ко всему от них можно поднабраться опыта.

2. Участвуйте в тусовках. Их масса и их разнообразие поражают воображение. Есть «пикап» — тусовки, тусовки предпринимателей, тусовки по бизнесу, тусовки любителей анимации и т. д. Идите в первую очередь туда, где лично вам интересно находиться, — и там вы можете делать такие же связи. Находить новых людей, выявлять их потребности и помогать им. Я знаю людей, которые неплохо зарабатывают только с помощью этой технологии.

Например, финалист коучинга Александр Шевцов сделал с этой технологии 43 000 рублей с одной рекомендации. Посоветовал своим друзьям по интересам компанию, которая занимается созданием лендингов. Те заказали достаточно дорогой лендинг с гарантией результата и настройкой рекламных кампаний стоимостью около 150 000 рублей. Конечно, свой процент наш финалист получил. Вот такая простая и понятная модель.

3. Идите в соцсети. Есть не только «живые» тусовки, но и группы «ВКонтакте», в Facebook и других соцсетях, а также Skype-чаты. Там тоже достаточно много людей с увлечениями. Реализуете схему, указанную п. 2. В итоге вы можете зарабатывать не только в офлайне, но и удаленно — просто переписываясь. Таким образом, вы можете создать свой онлайн-бизнес.

Пример из этого же сегмента: вы можете сделать пост на стене на ваших страницах в соцсетях в формате отзыва на услугу или продукт. Часть людей, возможно, купит по вашей рекомендации, т. к. доверие к вам они автоматически переносят на продукт. Подробности об этом мы еще обсудим на страницах этой книги.

Сейчас же у вас есть самая простая технология, как за первые три дня заработать денег. Она наглядно показывает смысл работы партнерских программ. Однако, поставить эту технологию на «автопилот» не так-то просто. Чуть позже я расскажу, что сделать, чтобы она работала без вас.

И еще **пара лайфхаков** под занавес этой главы.

Общайтесь с более обеспеченными, чем вы, людьми, которые успешно занимаются бизнесом.

Как я уже говорил ранее, окружение решает. Чем успешнее ваши друзья / знакомые, тем больше хочется встать наравне с ними и тем масштабнее вы можете им помочь, в т. ч. используя технологию «связки».

Не бойтесь делать!

Тут, как говорится, глаза боятся, а руки делают. Неважно, что вы сомневаетесь во всем. Если не будете пробовать, у вас не получится. Надо хотя бы начать. И очень важно, чтобы вы заработали первые деньги.

КАК ПРЕВРАТИТЬ РАЗОВЫЙ ЗАРАБОТОК В ПОСТОЯННЫЙ или системный подход

Как организовать постоянный заработок на партнерских программах через Интернет? Перечислю основные шаги.

Первый шаг – Выбор темы. Выберите, что хотите продвигать, какие продукты или услуги вам ближе.

Второй шаг – Выбор партнерки. Рассмотрите несколько вариантов и остановитесь на том бизнесе, с которым вам удобнее работать.

Третий шаг – Выбор продукта. Зачастую в бизнесе есть несколько продуктов. Поймите, какой из них вам приятнее/выгоднее рекомендовать.

Четвертый шаг – Бесплатный трафик. Сделайте бесплатный трафик, который не отнимет у вас денег, – за это время почти без риска вы заработаете и поймете, как работает система.

Пятый шаг – Платный трафик. А теперь уже можно делать платный трафик. Когда вы заработали свои первые деньги на бесплатном трафике, 10 000, 20 000, а то и 50 000 рублей – можно подключать платный трафик или нанять помощника, с помощью которого вы будете зарабатывать еще больше денег.

Шестой шаг – Масштабирование. У вас уже есть стабильный доход, но всегда хочется больше. Теперь просто усилийте то, что

вы делаете, и выходите на уровень дохода в 200 000 – 300 000 рублей в месяц.

Седьмой шаг – Для продвинутых. Выходим на полупассивный доход. Можно частично автоматизировать процесс через программы / скрипты или наемных сотрудников, которые будут работать на вас. На этом этапе потребуются больше упорства, но, к сожалению (или к счастью), магии не бывает. Тем не менее, деньги можно получать на полуавтомате.

Эти семь основных шагов позволят вам выйти на уровень дохода в 200 000 – 300 000 рублей в месяц.

РАЗБИРАЕМ ТИПЫ ПАРТНЕРСКИХ ПРОГРАММ

или рабочий арсенал

Давайте пройдемся в деталях по каждому шагу и быстро разберем, какие типы партнерок существуют, в чем их отличия и с какими лучше работать?

1. YouTube, Yandex, Google и тизерные сети, которые платят вам постфактум за то, что люди кликают на рекламу. Если у вас есть много трафика, то, поставив специальный код на ваш сайт, вы можете получать деньги за клики. Причем посетителям этого сайта будут показывать то, что им интересно.

Партнерки этого типа хороши тем, что сами подбирают то, что будет интересно пользователям. Минус: денег не так много, как хотелось бы. Поэтому если у вас мало трафика, капать на счет будут сущие копейки. Новичкам с этого сложно зарабатывать.

2. CPA-сети и массовые физические товары. Есть такие агрегаторы, которые платят за целевое действие, как правило, за заказ товара. Например, товары CPA-сети, которые вы могли видеть, — «зеленый кофе» или «ягоды годжи».

Самый большой плюс — их легко масштабировать и выйти на большие объемы. Из основных минусов могу назвать необходимость стартового капитала. Чтобы начать зарабатывать с CPA-сетей, потребуется вложить около 50 000 рублей. Кроме того, с этими партнерками вы, скорее всего, будете получать маленькие чеки, с каждой продажи вы зарабатываете всего 500—1000 рублей. По моему опыту, работа с CPA-сетями и массовыми физическими товарами не самый лучший старт для новичков.

3. Эксклюзивные или договорные партнерки. Это индивидуальное партнерство с отдельным бизнесом. В описанной выше технологии «связок» речь идет как раз про эксклюзив.

Главный плюс зашифрован в названии — это эксклюзив. Работать, скорее всего, с вами будут с особым подходом. Конкуренция именно в эту компанию будет минимальна с точки зрения партнеров. Но надо понимать, что конкуренция в целом в рекламе есть всегда. Второй плюс: вы можете получать не обычный, а повышенный процент. Опять же благодаря статусу эксклюзивного партнера. Первый минус: сложно договариваться и, к сожалению, нет человека, который будет контролировать получение вами денег. Второй минус: на эксклюзив нельзя лить сразу много трафика (иначе бизнес может просто не справиться). Надо сначала тестировать и потом постепенно увеличивать обороты.

4. Инфопродукты, то есть тренинги и обучение. Эти партнерки помогают зарабатывать с рекомендации определенного обучения.

Это именно то, чем занимаюсь я лично. В числе несомненных плюсов — высокая маржа и высокая комиссия. Себестоимость обучения равна практически нулю и времени автора. Зачастую нет привязки к физическому товару, за счет чего можно получать больше денег. Например, Андрей Парабеллум платит 25% с продаж (оборота) партнерке и выплатил уже более 60 миллионов рублей своим партнерам. Я плачу 30% с продаж (оборота) со своей партнерки.

Кроме того, сейчас стало модно иметь наставника, да и в целом рынок обучения растет. И главное — нет привязки к конкретному месту. У вас появляется свобода выбирать свой собственный «офис» — вы можете быть в Таиланде, на Бали или на Мальдивах и оттуда заниматься бизнесом.

Еще один плюс — с этого можно получать полупассивный доход. Это деньги, которые вам перечисляются с допродаж. Например, я продвигал Павла Колесова, заработал в первый месяц

60 000 рублей и затем каждый месяц в течение года зарабатывать от 5 000 до 20 000 рублей только на допродажах. И так каждый месяц деньги капают с каждой партнерки. Как правило, люди покупают тренинги много раз. Холодильник покупают 1 раз на 10 лет, а обучение покупают постоянно. И вы можете постоянно получать с этого доход. Впрочем, у продвижения инфобизнеса есть и минусы. Заработок на партнерках инфобизнеса не всегда просто масштабировать. Но, с другой стороны, у вас есть возможность перейти в другую тему (по желанию) или даже начать ваш собственный инфобизнес.

Партнерка по последнему клику. Ее смысл проще пояснить на примере. Представим: есть 2 партнера и 1 потенциальный клиент. Естественным образом этот лид в процессе поиска нужной информации кликает сначала на ссылку первого партнера, затем — на ссылку второго партнера. Получается, что лид перешел по ссылкам обоих партнеров. Так вот если деньги получает первый партнер — это партнерка по первому клику, если второй партнер — то по последнему клику. Предварительно скажу, что лучше работать с теми, которые по последнему клику, позже вы поймете почему.

По моему опыту, новичкам проще начинать с продвижения инфобизнеса, т. к. с меньшего объема трафика можно заработать больше денег.

Выбор ниши, или в каких темах есть деньги, а куда лучше не заходить?

Мы определились со смыслом партнерок и с типом партнерки, в который проще всего заходить. Следующая задача — определиться с темой, которую мы будем продвигать.

Конечно, нас интересуют те, где больше всего денег. Я в свое время занимался разными темами — во всех получал разные отклики и, наконец, определил те, которые выстреливают лучше всего.

Как правило, это темы, которые нравятся вам самим. Если вам нравится обучаться определенной теме (например, бизнесу) или покупать определенные товары — то именно этим лучше заниматься с точки зрения бизнеса.

Почему? Во-первых, вы сами покупаете и подтверждаете вашими деньгами тот факт, что тема продается. Во-вторых, у вас есть в ней определенные познания, вы сами являетесь целевой аудиторией и вам будет проще работать. В-третьих, вероятно, вы уже знаете хороших исполнителей и можете их рекомендовать (кстати, рекомендация через отзыв с вашими результатами работает восхитительно).

Конечно, есть универсальные темы, которые хорошо выстреливают сами по себе. Например, тема заработка — она актуальна во всем мире. Или тема эзотерики. Вы не представляете, сколько людей хотят найти решение проблем волшебным образом. Недавно хорошо работала тема рукоделия. Так как в России и странах СНГ принято делать что-то своими руками, особенно в регионах.

Если говорить про темы, в которые не стоит заходить, то это в первую очередь здоровье для массовой аудитории. Так сложилось, что медицина в России и СНГ практически вся бесплатная, поэтому у людей нет привычки активно вкладывать в это деньги.

Иногда можно сделать наоборот — посмотреть, до чего вы можете дотянуться, какие у вас есть ресурсы, и копать в подходящую партнерку. Эту тему заработка мы разберем по шагам чуть позже.

Краткое резюме: в большинстве тем есть деньги, и главное — уметь на них зарабатывать. Но новичкам проще начинать в одной из указанных выше тем — это заработок, эзотерика, рукоделие или то, чем аудитория интересуется сама.

4 СПОСОБА ВЫБОРА ЗАВЕДОМО ПРИБЫЛЬНОЙ ПАРТНЕРКИ

или железная гарантия

Как выбрать партнерку, с которой стоит работать, чтобы «железно» заработать? Бизнесов много, и не все они прибыльны.

Способ 1. Рекомендация практиков

Спросите у тех, кто уже зарабатывает на партнерках. Так вы реализуете схему win-win – им выгодно порекомендовать вам партнерку, так как они получают второй уровень комиссионных, вам – получить доступ к прибыльному бизнесу.

Способ 2. Собственные покупки

То есть те инфобизнесы, у которых вы сами что-то покупали (или чуть не купили). Повторюсь, так вы своими деньгами подтвердили, что этот инфобизнес хорошо продает. Если вы покупку все же не совершили, но темой активно интересовались – с большой долей вероятности это тоже работает, так как есть те, кто вписался.

Способ 3. Записаться на коучинг.

Там вам выдадут проверенные партнерки. Например, у меня в коучинге с 200% гарантией <http://1000podpischikov2.ru/partnerki/> есть список рекомендованных партнеров. Можно записаться на коучинг (если есть места) и получить список и персональную поддержку.

Способ 4. Лидеры рынка.

Несложно выявить лидеров и понять, что с большой вероятностью работа с ними будет прибыльной. Ведь если человек до-

бился своего положения, значит, он уже хорошо продает. И если у него высокие комиссионные — с него хорошо заработаете и вы. Как правило, лидеры работают на перспективу, отлично понимая законы рынка и бизнеса. С этой точки зрения могу порекомендовать партнерку Андрея Парабеллума — это человек, который умеет действительно отлично продавать.

Критерии выбора партнерки

- Она хорошо продает.
- Нецикличные продажи. Например, инфобизнес постоянно продает что-то новое, что позволяет получать полупассивный доход.
- Есть большие чеки. Например, чеки в 50 000 рублей. Да, такие существуют — я лично платил Андрею Парабеллума за «Коучинг на миллион» [http://main.infobusiness2.ru/knm/100 000](http://main.infobusiness2.ru/knm/100000) рублей. И есть кто-то, кто заработал 25% по партнерке.
- Не слишком маленькая аудитория. Например, тема «Как кормить енотов едой из пшеницы» — весьма узкая, и аудитория у нее будет соответствующая. Хороший вариант — «обучение продажам на вебинарах» или «обучение запуску бизнеса». В то же время тема «обучение продажам вебинаров для руководителей» опять же слишком узкая.

КАК ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ В ПАРТНЕРКЕ

или поиск и регистрация

Итак, с выбором вы определились – допустим, решили, что на определенном авторе (инфобизнесе) заработать проще и быстрее. Как найти ссылку на регистрацию в его партнерскую программу?

Самый простой способ – погуглить. Например, пишем в поисковой строке имя инфобизнесмена (пусть это будет Андрей Парабеллум) и добавляем «партнерская программа». В результатах выдачи в верхних строках будет ссылка на регистрацию в партнерке.

Второй способ пригодится в том случае, если первый не помог. Находим техническую поддержку инфобизнесмена и пишем туда, что хотите с ним работать по партнерке. Вся информация вам пришлют.

Далее ваша задача – зарегистрироваться. Сделать это просто – достаточно следовать инструкциям на странице регистрации. От вас потребуется, помимо некоторых персональных данных, только электронный кошелек для выплат. Поэтому если еще не обзавелись таковым – самое время это сделать.

Существуют также закрытые партнерки, и в этом случае процесс регистрации несколько сложнее. Если вы новичок в этом деле – лучше пока потренироваться на открытых партнерках, коих на текущий момент большинство. И затем заходить в закрытые.

Чтобы попасть в закрытую партнерку, нужно оставить свои данные и информацию об опыте заработка на партнерках

(в идеале еще приложить скриншоты доходов с партнерок) на сайте инфобизнесмена. Далее его сотрудник рассмотрит вашу заявку и, если все ок – допустит вас в партнерку. В закрытые партнерки обычно не берут новичков. Пример закрытой партнерской программы – партнерка Андрея Парабеллума.

В большинстве случаев деньги из партнерок (особенно пока у вас небольшие обороты) выводятся на электронные кошельки – вроде «Яндекс. Деньги», WebMoney и прочих. Если партнерка более профессиональная или работает максимально законным образом, выплата будет осуществляться только на юридическое лицо (банковский счет). Иногда бывает так, что необходимо подписать партнерский договор, который вам высылает сама партнерка.

Пока вы новичок и только пробуете – вы можете начать зарабатывать и выводить деньги без юрлица в большинстве партнерок.

Когда ваши обороты вырастут, рекомендую зарегистрировать ИП и платить налоги по всем правилам. Кстати, тогда вы сможете работать с закрытыми партнерками.

КАК ВЫЯВИТЬ САМЫЙ ПРИБЫЛЬНЫЙ ПРОДУКТ В ЛИНЕЙКЕ

или правильный выбор

На следующем этапе вам предстоит выбор конкретного продукта — ведь у партнерки в инфобизнесе их чаще всего несколько.

Итоговый выбор сильно зависит от модели продвижения и воронки продаж. Но, тем не менее, есть некий универсальный ответ на поставленный в названии главы вопрос.

Во-первых, рекомендую выбирать тот продукт, у которого есть хорошая конверсия. Как правило, наилучшая конверсия достигается через бесплатное предложение (оффер). Поэтому лучше всего лить трафик на лендинг, где что-то бесплатное предлагается в обмен на контакты. Это называется «подписной страницей».

Напомню, ваша задача — поставлять трафик на сайт партнера. И уже его сотрудники будут продавать дополнительные услуги тому, кто пришел, — и со всех допродаж вы получаете деньги. Это работает в первую очередь в инфобизнесе.

Думаю, вы сами понимаете, что люди любят бесплатные или пробные продукты, потом им легче принять решение о покупке.

Несколько критериев «правильной» подписной страницы.

1. Лендинг, на который пойдет ваш трафик, должен быть свежим и рабочим. Почему? Приведу пример. Еще на заре своей карьеры я работал с лендингом, в воронке которого не проводились платежи, — потенциальные клиенты, пытавшиеся что-то купить, просто не могли этого сделать по техническим причинам.

Если вы не можете определить, свежая страница или нет, напишите в службу поддержки инфобизнесмена, они подскажут. Им выгодно, чтобы вы зарабатывали, ведь тогда вы будете приводить к ним еще больше потенциальных клиентов. Чем больше зарабатываете вы, тем больше зарабатывает инфобизнес.

2. На подписной должно быть мало форм. Чем их меньше, тем проще посетителям подписаться. В идеале должны быть одна-две формы. Максимум три, но не больше. По моему опыту, если на лендинге находится больше трех форм, конверсия резко падает.

3. «Моноблок». Хорошая конверсия на тех страницах, которая дает человеку всего два варианта действий – либо выйти со страницы, либо подписаться, в идеале без прокручивания страницы.

Если вы все же сомневаетесь, с каким лендингом лучше работать, – напишите в поддержку. Инфобизнесмен заинтересован в том, чтобы вы зарабатывали, поэтому вам подскажут, какую подписную страницу лучше продвигать.

5 ОЧЕНЬ ВАЖНЫХ МОМЕНТОВ ПЕРЕД НАЧАЛОМ РАБОТЫ или перед запуском трафика

На этом этапе вам предстоит разобраться с эффективностью запуска трафика на выбранный лендинг. Другими словами, вам надо убедиться в том, чтобы тот трафик, который вы льете на страницу, не уходил в никуда.

Есть несколько моментов, на которые стоит обратить внимание.

1. Самый простой способ слить деньги на партнерках – это не протестировать партнерку. Я знаю много случаев, когда не работает скрипт / партнерская ссылка или партнерка вообще не работает. Поэтому прежде чем лить трафик, протестируйте, работает ли ссылка. Делается это очень просто: скидываете партнерскую ссылку, которая доступна в вашем кабинете, кому-нибудь из друзей. И просите либо заказать, либо подписаться – в зависимости от того, что является целевым действием. Вы сразу увидите в вашем партнерском кабинете, есть ли учет, конверсия и получите ли деньги. Если ничего не происходит, то что-то не так. В этом случае обращайтесь в службу поддержки. Если нет друга, то пригодится просто другой компьютер (в. ч. другой ip) – с его помощью вы можете совершить целевое действие. Как вариант сойдет и использование так называемого «анонимайзера». По моему опыту, лучше и надежнее всего – как ни странно, друг.

2. Бывает, что люди боятся кликать на вашу партнерскую ссылку, опасаясь потенциальных вирусов. Или им просто

не нравится, что кто-то на них зарабатывает. В этом случае следует сделать ссылку такой, чтобы человеку было комфортно на нее кликать. Поможет «скрытие», «сокращение» партнерской ссылки или «редирект». Вам в помощь – сервис редиректа типа vk.cc либо goo.gl. С него вы перенаправляете на партнерскую ссылку. В этом случае посетитель кликает на короткую красивую ссылку, а попадает на вашу партнерскую. Лучше всего использовать для этих задач свой сайт, т. к. иногда люди все-таки побаиваются кликать на сокращенную ссылку через популярный редирект.

Иногда партнерскую ссылку можно вставлять напрямую в картинку или текст, т. е. делать «гиперссылку». Этот прием стоит использовать в электронных письмах.

3. Есть важное правило в бизнесе: «не кладите все яйца в одну корзину». То же самое применяется в партнерках. Настоятельно не рекомендую вкладывать все ресурсы, время и деньги в один рекламный канал или в одну партнерку. Берите сразу несколько – рекомендую ограничиться двумя-тремя, чтобы сильно не расфокусироваться. Протестируйте каждую из них. Обычно пробный трафик составляет 100–150 подписчиков. По итогам тестов выделите наиболее выгодную партнерку. И в нее уже можно активно вкладываться.

4. Всегда анализируйте проделанную работу. Например, вы делаете рекламу на разных каналах. Не работая с результатами, вы не будете понимать, какой канал лучше работает. В этом случае ваша задача – повесить уникальную партнерскую ссылку на каждый канал, чтобы это отследить.

Технически сделать это можно двумя способами. Первый – это метки. Зачастую такая функция есть в вашем партнерском аккаунте. Она позволяет делать отдельную партнерскую ссылку под каждый канал. Допустим, есть «рекламный канал 1» на «продукт А» и «рекламный канал 2» на тот же «продукт А». Под каждый канал формируются уникальные ссылки, которые

ведут в одно и то же место, но при этом позволяют отслеживать эффективность каждого канала.

Второй способ отслеживания (если метки недоступны) – это отдельные аккаунты. Вы можете делать партнерские ссылки с разных партнерских аккаунтов на один и тот же продукт, привязывая отдельный аккаунт на каждый отдельный рекламный канал.

Кстати, к аналитике, по сути, и сводится ваша работа с партнерскими программами – налить трафик на партнерки через разные каналы, а потом отследить те каналы и партнерки, которые приносят вам больше денег, чем вы на них потратили. На них-то и можно настроить постоянный заработок.

Приведу пример финалиста моего коучинга Артема Меньшова. Когда он только пришел, он протестировал несколько моделей и заработал на модели «лидогенерация» около 60 000 рублей за 40 дней. Он сосредоточился на этой модели и недавно добился роста оборота в своем бизнесе до одного миллиона рублей. Из них чистыми получается около 30%.

Весь секрет сводится к тому, чтобы найти то, что работает наиболее эффективно, и с этого системно зарабатывать.

5. Определите, эффективен ли рекламный канал на партнерку. Вы научились уже отслеживать, какой канал сколько приносит денег. Но как понять, хорош полученный вами показатель или нет? Самый простой способ анализа в этом случае – соотношение вложенных ресурсов на полученные. Как вы понимаете, ваша задача – получать больше, чем вкладываете.

Как быть, если вы используете бесплатный трафик? Предположим, вы потратили 3 часа времени и заработали 5 000 рублей, используя бесплатный трафик. Чтобы определить эффективность, посчитайте, сколько стоит ваш час времени. Для этого возьмите ваш общий месячный чистый доход и разделите на количество часов, которые вы тратите на работу в месяц. Далее возьмите стоимость вашего времени, потраченного на данную работу, и сравните с полученным заработком.

ГДЕ БРАТЬ ЛИДОВ или генерация трафика

Именно трафик приносит деньги в партнерских программах. Поэтому самое главное, в чем следует разобраться, — это где брать клиентов, целевую аудиторию, лидов.

Давайте теперь разберемся в двух моделях генерации трафика в партнерских программах.

Первая — это классическая модель. Например, у вас есть партнерка, которую вы выбрали, условно, на тему «как похудеть». Далее вы ищете потенциальных клиентов.

Вторая — это обратная модель, или «обратная монетизация трафика». Она работает от аудитории. То есть вы видите трафик с какой-то потребностью и ваша задача — дать им то, что они хотят и с большой долей вероятности купят. Партнерка подбирается под интересы имеющейся аудитории.

Например, есть группа «ВКонтакте» «симорон, исполнение желаний». Ваша задача — оценить активность группы (сделать это можно по лайкам, комментариям и статистике группы) и интересы участвующих в ней людей (исходя из названия группы и постов). Затем вы подбираете партнерку, интересную этой аудитории, и через администратора группы покупаете в этой группе рекламу. Таким образом, вы даете людям то, что им интересно, зная их тему.

Пример из моей практики: после всех описанных выше манипуляций выяснилось, что аудитории группы «симорон, исполнение желаний» интересны обучение и технологии по исполнению желаний, что и соответствует названию группы. Я вложил 300 рублей за одну рекламу, продвигая партнерку ted1.ru, а по-

лучал с этого от 3 000 до 5 000 рублей. При этом я не пытался что-то им впарить, а давал людям то, чего они хотят.

Так что если вы видите какую-то живую рассылку, группу, место скопления людей, объединенное четкой тематикой, то можете заработать, просто пропиарив хорошую конвертирующую партнерку под их тему.

Далеко не всегда бывает так просто. Иногда возникает вопрос: а на что монетизировать странные темы? Например, «юмор», «мемы», «группа, посвященная телешоу» и т. д. Их вряд ли получится обучать мемам (да, и вероятно им будет это неинтересно, они больше заинтересованы в «потреблении юмора»). В подобных случаях вам необходимо составить портрет аудитории: пол, возраст, социальное положение и т. д. Исходя из этих данных, вы предлагаете то, что наиболее популярно у данной аудитории, учитывая и тематику группы. Можно сделать ставку на массовое предложение, которое будет интересно большинству.

Например, группа «пацаны». Вероятно, им будут интересны технологии быстрого заработка без особых усилий. Если это девушки или молодые женщины, то с большой долей вероятности им интересно похудение.

Здесь важны 2 вещи:

1. важно подобрать работающую партнерку, которая хорошо продает продукт, интересный аудитории;

2. лучше работать с платежеспособной аудиторией, т. к. они готовы покупать более дорогие продукты.

Основываясь на этой концепции, можно хорошо зарабатывать. Я заработал так первые 30 000 рублей на партнерках.

Итак, после того как вы нашли живую группу, вам необходимо правильно дать в ней рекламу на продающую партнерку. Возникает вопрос, какой сделать пост / письмо? В двух словах, посмотрите, как это делают другие, и сделайте подобное. Кро-

ме того, все это мы детально, по шагам и с кейсами разбираем в коучинге по партнеркам до 50 000 рублей с 200% гарантией <http://1000podpischikov2.ru/partnerki/>.

Как я уже отмечал ранее, начинать лучше с бесплатного трафика, а точнее, с малобюджетных, бесплатных или условно бесплатных способов заработка денег на партнерках. В следующей главе я подробно расскажу про это, а сейчас очередной **лайфхак** под названием «стратегия подсматривания». Суть проста – ваша задача заключается в том, чтобы внимательно отслеживать, какую рекламу дают в активных группах. Так вы можете подсмотреть – что это за реклама, товар и партнерка. И сделать примерно то же самое в такой же и подобной группе. Вы удивитесь, но эта простая технология работает. Есть высокая вероятность, что, если вы скопируете работающую модель заработка и чуть-чуть подкрутите, у вас это тоже сработает. И так вы начнете ваш партнерский бизнес, основываясь на готовых решениях. Кстати, это работает не только в группах «ВКонтакте», но и в других соцсетях, а также в контекстной рекламе Yandex, Google и т. д.

Кроме того, настойчиво рекомендую следить за крупными игроками и инфобизнесменами на рынке, чтобы подсматривать, какую рекламу они используют, и знать, какие продукты продаются. Для этого лучше всего подписаться на рассылку инфобизнесов, которые вам интересно продвигать.

КАК НАЧАТЬ С МИНИМАЛЬНЫМИ ВЛОЖЕНИЯМИ ИЛИ БЕЗ НИХ или бесплатный трафик

Напомню простой алгоритм заработка на партнерках: сначала мы запускаем бесплатный трафик, потом платный, потом масштабируем. Начнем с того, что рассмотрим, что такое бесплатный трафик и откуда он берется.

Первый способ генерации бесплатного трафика — «лайфхаки системы». Например, функциональные возможности соцсетей, которые не закрыты: добавление людей в друзья или лайки целевой аудитории, до которой вы хотите достучаться.

Второй способ: генерация трафика за процент (долю). Вы можете помочь монетизировать чужой ресурс / базу, тем самым заработать больше денег либо перепродавать трафик без вложений с вашей стороны. Ваш заработок будет базироваться на том, что у вас просто больше знаний и технологий.

Напомню, что любой заработок — это в первую очередь действие. С неба деньги не падают — все-таки надо постараться. В случае с платным трафиком вы просто отдаете за него деньги, заплатили — получили трафик и смотрите на результат. А над бесплатным трафиком работать придется еще активнее — как головой, так и руками.

Третий способ — монетизация ваших ресурсов. Скорее всего, у вас уже есть аккаунты в разных социальных сетях и некоторое количество друзей в них. И как вы помните, этим людям по умолчанию что-то интересно. И что можно сделать? Можно монетизировать их и заработать на партнерках.

Пошаговая технология монетизации своих ресурсов

Шаг первый – выписываете все ваши ресурсы, а также ресурсы ваших знакомых. Сюда входят аккаунт «ВКонтакте», Skype-чаты, закрытые группы в соцсетях, где вы состоите и можете переписываться. Все ресурсы, где есть какое-то скопление людей.

Шаг второй – исходя из этих ресурсов, предполагаете, что этим людям могло бы быть наиболее интересно. Например, если у вас в друзьях находятся в основном студенты, то, скорее всего, им интересны дипломы и курсовые. Если это люди, которые ходят на тренинги по бизнесу, то вероятно – новые тренинги, потому что они их уже покупают. Ваша задача – оценить, кто ваши подписчики и чем они интересуются. Затем подумайте, что им можно предложить.

Шаг третий – правильно предложите этим людям нужный им продукт. Для этого надо сделать некий вброс, чтобы люди в базе купили по вашей рекомендации / партнерской ссылке.

Вот пример того, как этот вброс работает в личных сообщениях «ВКонтакте». Во-первых, его надо делать в мягкой и интересной форме. Например: «Привет, Иван, подскажи, пожалуйста, а у тебя есть знакомый, которому интересны рефераты?» Или «Привет, Юрий, подскажи, пожалуйста, а у тебя есть знакомые, кому нужен сайт? =)» Важно сделать достаточно мягкий вброс, чтобы человек не понял, что это реклама. По факту это партизанский маркетинг. Что самое интересное, так как вы бьете продуктом в целевую аудиторию, то зачастую аудитория будет говорить, что «друзей, кому интересно, нет, а вот мне интересно».

Подобные вбросы надо сделать на всех ваших ресурсах. Если это монетизация «друзей» «ВКонтакте» – то пишем им личные сообщения (как я уже отмечал ранее) или пост на стене. В последнем случае лучше всего работают отзывы. Если напишете отзыв про продукт и вставите вашу партнерскую ссылку

(или предложите написать вам в личные сообщения), это будет работать лучше, чем просто спрашивать что-то в посте или спамить. Итог: в личных сообщениях лучше использовать партизанский вопрос, а в посте на стене — отзыв.

Также вброс можно делать через Skype-чат. В этом случае в чате пишете сообщение-вброс, исходя из потребностей людей. Если вы попадете в потребности и ценности аудитории, то встретите интерес с их стороны. Например, если Skype-чат посвящен бизнесу, то можно написать, что у вас есть знакомый, который занимается лендингами в бизнесе, который работал с такими-то крупными игроками. У него есть несколько мест сейчас. Если интересно, напишите личное сообщение. Мы это называем «массовый вброс» — на большую аудиторию. Если у вас возникают трудности с определением потребностей участников чата, рекомендую внимательно присмотреться к тому, какие вопросы и рекомендации спрашивают в чате. По ним вы сможете понять, чего не хватает участникам, и сделать соответствующий вброс (помните о том, что делать все это надо мягко и ненавязчиво). Так вы ответите на потребности и не вызовете негатива — ведь ваш вброс будет выглядеть логично, как помощь участникам чата.

Часть аудитории будет откликаться. Тех, кто откликнулся, вы обрабатываете по модели «связки»: находите компанию, которая реализует то, что им интересно, и связываете их. То есть дадите компании телефон / Skype / ссылку в соцсети этого лида, а лиду дадите телефон / сайт компании. И все. Эти массовые связки и монетизация своих ресурсов — очень простой способ, который не требует от вас вложений.

Подобную схему можно реализовать в группах и сообществах в соцсетях (в первую очередь — закрытых группах, так как в них доверия больше). Хорошо, если вы будете чаще посещать паблики, участвовать в обсуждениях и там делать вбросы. По факту, так вы сможете монетизировать аудиторию группы, даже если вы не админ, а простой участник.

Приведу еще несколько примеров. Возможно, вы сейчас занимаетесь каким-то бизнесом и у вас уже есть клиенты. Вы

можете им что-то допродать. Например, вы оказываете одну услугу. Подумайте, что еще было бы интересно вашим клиентам, что дополнит эту услугу? Так вы можете допродать уже не ваш продукт, а партнерский – но попадающий в поле интересов клиента. Например, люди у вас покупают тренинг по похудению. Вероятно, можно им допродать партнерский тренинг по отношениям. Или какие-то физические товары, которые помогут похудеть, или даже аналогичный дополняющий тренинг по похудению (это возможно, т. к. иногда люди пытаются изучить больше информации по теме).

В итоге вы можете домонетизировать ваших клиентов через допродажи и с этого зарабатывать больше денег. Чтобы не потерять доверие ваших клиентов, надо им рекомендовать только хорошие продукты и нормальных инфобизнесменов, которых вы уже знаете (и в идеале – у которых сами учитесь). С вашими клиентами особенно важно не потерять доверие, чтобы делать допродажи системно и зарабатывать с них постоянно.

Кстати, по поводу доверия и проверенных продуктов. Даже если вы порекомендуете знакомому не совсем проверенный продукт, то это не так страшно, как кажется. Во-первых, есть закон, который защищает права потребителя. А также зачастую есть гарантии, особенно в инфобизнесе. Поэтому ничего страшного, если ваша связка в итоге распадется, – есть решения с точки зрения гарантии. Важнее взять и сделать. Так что не стесняйтесь рекомендовать новые продукты и услуги.

Если вы просто не знаете продукта, а партнер, который его продает, не внушает опасений, то идите вперед и рекомендуйте. Потому что вы физически не можете протестировать все продукты на свете. При этом очень важно не рекомендовать откровенный брак (развод).

МАСШТАБИРОВАНИЕ БЕСПЛАТНОГО ТРАФИКА или докрутка «связок»

«Связки», про которые я вам уже рассказывал, можно масштабировать – так вы сможете увеличить свой заработок, потратив несколько дней.

Один из способов – делегирование. Сделайте так, чтобы кто-то другой переписывался от вашего аккаунта или аккаунтов в соцсетях и делал вбросы по протестированной модели. В итоге начинаете работу вы, все тестируете, а потом ставите на поток. Нанимаете человека, который через Интернет будет делать рутинную работу, и платите ему зарплату.

Кроме того, вовсе не обязательно строго придерживаться приведенных в этой книге «связок» – здесь указаны те технологии, которые точно работают. Но ничто не мешает вам видоизменять «связки»: если видите, что можно сделать иначе и заработать больше – пробуйте.

Иногда можно поставить цель, и ваш мозг сам найдет, как это докрутить. Докрутка связок – это индивидуальный процесс, который зависит от того, как именно вы это делаете и какая аудитория. Но если вы поставите задачу сделать вдвое больше денег, чем сейчас, тогда ваш мозг будет искать решение, как это можно автоматизировать, делегировать, чтобы достичь поставленной цели.

Поэтому, когда вы что-то пытаетесь масштабировать, ставьте себе задачи, и тогда у вас будет лучше получаться. Главное – ставить достижимые цели.

Кстати, про цели. Когда-то у меня была проблема, что я ставил цели утрированно «заработать 100 000 000 рублей

за 1 день» и удивлялся, что не особо получается. Думаю, теперь вы уже понимаете, почему.

Если вы будете ставить достижимые цели, вы увидите, что они будут достигаться. Достижимые цели исходят из 2 вещей:

1) удвоение вашего дохода. Т. е. ваш мозг видит суммы, исходя из $\times 2$ от вашего дохода. Туда (или чуть в меньшую сторону) и следует целиться;

2) внутренняя оценка достижимости. Когда вы ставите задачу – прислушайтесь к своим чувствам. Если цель выглядит слишком легкой, то можно немного повысить планку. Если слишком сложно, то, наоборот, сбавьте немного до тех пор, пока не станет внутренне комфортно.

И еще одно – очень важно, чтобы вы реализовывали поставленные задачи и планы. Тогда у вас появится привычка – достигать, а не просто ставить.

МОДЕЛЬ ЗАРАБОТКА НА ПАРТНЕРКАХ БЕЗ ВЛОЖЕНИЙ или чужими руками

Возвращаясь к бесплатному трафику, напомним, что есть три модели. Первая – это монетизации ресурсов (мы ее уже разобрали). Вторая модель – это использование своих знаний, но ресурсов другого человека, то есть работа за процент чужими руками. Расскажу на примере.

У меня есть хороший знакомый Денис Коршунов. Он работал в инфобизнесе, но в какой-то момент забросил эту тему и ушел в другую. При этом у него остались базы, которые особо не были нужны. Но у него изначально, как у любого человека, есть потребность сделать больше денег.

Поэтому я пообщался с ним, узнал, что у него есть базы по теме достижения целей и по заработку, и предложил сотрудничество. С его стороны – база, с моей стороны – все обслуживание, то есть выбор партнерки, составление письма и сервис рассылки для базы. Заработок пополам.

Ему ничего не оставалось, кроме как согласиться – предложение-то выгодное (учитывая то, что ему ничего не надо делать).

Пошаговый алгоритм сотрудничества следующий.

1. Я узнал тематику его базы – деньги и достижение целей для женщин.

2. Взял две партнерки – Павла Колесова по достижению целей и Владимира Довганя по деньгам.

3. Написал письмо по шаблону. Когда писал первый раз — письмо было страшненькое, но, тем не менее, принесло результат.

4. Нашел сервис, который делает рассылки. Загрузил туда базу.

5. Прошли модерацию и разослали.

В итоге мы вложили 300 рублей на рассылку. И заработали на двоих 60 000 рублей с одной рассылки. Я думал — все, я разбогател. Жизнь удалась. Так начался мой более осознанный путь по дороге приличного заработка через партнерские программы.

Вы можете использовать чужой ресурс, если видите, как помочь человеку заработать больше денег. Это не всегда просто новичкам, но если у вас есть много знакомых в теме инфобизнеса и вы узнали о наличии у них старой базы, то можете помочь им ее монетизировать почти без вложений. Процесс — выгодный обеим сторонам. Особенно это подходит для тех, кто обладает хорошими коммуникационными навыками.

4 СПОСОБА ПОЛУЧИТЬ БЕСПЛАТНО ПОТОК ЦЕЛЕВЫХ ЛИДОВ

или целевой трафик

В этой главе мы разберем, как делать целевой бесплатный трафик. Как всегда, на примерах и с реальными кейсами.

Есть такое понятие, как **перехват ресурса** или «паразитарный трафик». На этом построена одна из моделей заработка денег.

Как вы думаете, какие люди лучше всего покупают? Представьте, что есть некий продукт, например по теме похудения, обучения бизнесу или эзотерики. Лучше всего покупать будут те, кто интересуется тематикой и уже купил что-то подобное. Можно находить этих людей и делать так, чтобы они покупали под вашей реферальной ссылкой. Отчасти это суть связок.

Давайте разберемся более подробно.

Например, есть партнерка некоего инфобизнесмена. Аудиторию инфобизнесмена, которая его знает и ему доверяет, можно добавить в друзья (в соцсети). Далее — сделать так, чтобы эти люди перешли по вашей партнерской ссылке. И с последующих допродаж вы будете получать деньги. Очень неплохая модель быстрых денег.

Plus этого способа — достаточно легко и можно сделать без вложений. Это самые целевые люди, которых можно монетизировать. Автору это тоже выгодно — вы по факту увеличиваете количество контактов с аудиторией и, таким образом, помогаете ему увеличить продажи.

Минус — некоторым авторам это не нравится, потому что вы отчасти «отжимаете» их аудиторию.

Технические особенности по шагам.

1. Где обитают целевые клиенты? Они участвуют в различных группах по тренингам – как открытых, так и закрытых. Например, вы находите конкурента автора, друзей конкурентов автора, а также закрытые группы тренингов автора. Все это ищется достаточно просто – вбиваете имя автора или название его тренинга в поисковую строку самой соцсети. Внимательно просматриваете результаты – скорее всего, там попадет много интересного.

2. Далее до них надо достучаться: добавляете их в друзья (делаете «масс-фоловинг»). Таким образом, вы набираете базу из друзей в социальных сетях. При этом вы знаете, чем они интересуются, что у них есть деньги, что и у кого они покупают. По факту вы создаете очень целевой трафик.

Сильно упрощенно говоря, много холодного трафика приносит столько же денег, сколько немного целевого. Таким образом, с небольшого объема трафика вы можете сделать и 30 000, и 50 000, и 100 000 рублей.

3. Если вы будете просто добавлять всех подряд, вас забанят за спам. Что сделать, чтобы этого избежать? Во-первых, ваш аккаунт должен выглядеть реалистично. Если он выглядит странно (у вас нет аватарки, практически нет фотографий, тем более персональных, странные посты на стене) – это похоже на спам, и человек думает, что вы бот. Поэтому шаг номер один – это оптимизировать аккаунт, чтобы он выглядел реалистично и был интересен аудитории. Добавьте реальных фотографий, заполните информацию о себе, добавьте посты по теме, которой увлекается аудитория (например, похудение). Во-вторых, нельзя достигать лимитов. У большинства социальных сетей есть ограничение по количеству аккаунтов, которых можно добавить в друзья в сутки. Смысл в том, что если вы будете достигать этих лимитов, то это выглядит подозрительно. Соцсеть может вас за это забанить.

нить. В коучинге <http://1000podpischikov2.ru/partnerki/> мы вам дадим актуальные лимиты, так как они периодически меняются.

Можно для увеличения конверсии добавлять персональное сообщение в момент отправки заявки. Успех сильно зависит от аудитории и текста – иногда это может сыграть в минус, но иногда вы можете прикреплять личные сообщения к заявке, чтобы люди вам больше доверяли. Используйте имя человека в сообщении, к которому добавляетесь, общайтесь доброжелательно – это увеличивает доверие.

В-третьих, чем старше ваш аккаунт, тем меньше вас будут банить. Поэтому если у вас есть старый аккаунт, то не стоит заводить новый. Лучше обновите уже существующий. Если соцсеть видит, что новый аккаунт сразу же добавляет много людей в друзья, то опять же реагирует подозрительно.

На этом этапе мне часто задают один вопрос: стоит ли покупать готовые аккаунты или все-таки создавать собственные самостоятельно? Отвечая на него, я всегда напоминаю, что вы в любой момент должны иметь возможность восстановить аккаунт, если его вдруг забанили. Если вы его купили, то, скорее всего, вы не сможете это сделать. Если завели аккаунт самостоятельно, то, конечно, легко восстановите доступ. Ответ напрашивается сам собой – используем собственные аккаунты. Исключение может быть в тех случаях, когда ваша модель подразумевает разовое использование аккаунтов. Например, для рутинных задач.

В-четвертых, меняйте количество исходящих заявок. Для соцсети это будет выглядеть реалистичней. Например, если у вас каждый раз одно и то же количество исходящих заявок каждый день, для «ВКонтакте» это подозрительно. Но если вы в один день добавили 30 человек, в другой 40, в третий 35 человек, то поведение аккаунта будет выглядеть более реальным. Это поможет вам избежать блокировки.

Кстати, основные действия можно делать через программное обеспечение. Лучше использовать самописное либо брать уже проверенное кем-то, потому что их банят реже. В то же вре-

мя если вы будете пользоваться очень популярным скриптом, которым пользуются все на рынке, то соцсети, скорее всего, распознают его.

Перейдем к математике. Посчитаем, насколько все это вообще выгодно. Казалось бы, все очень просто. Но сколько можно сделать из этого трафика? Допустим, у вас есть три аккаунта в соцсети — например, «ВКонтакте». Вы с каждого добавляете в среднем 40 человек в сутки. Получается 120 целевых контактов в день. В месяц получается 3600 целевых контактов с трех аккаунтов в одной социальной сети.

У нас 4 основные соцсети: «ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram, Facebook. Если сделать то же самое в каждой из них, то получится около 14 400 контактов в месяц. Причем не просто холодного трафика, а самых целевых людей. Из них примерно 30% станут вашими подписчиками и вашими друзьями в соцсети — и вы можете зарабатывать на них много раз.

Внимание тем, кто хочет делать больше трех аккаунтов в одной социальной сети. Вам понадобится «прокси-сервер» (смена ip-адреса на каждый аккаунт), чтобы вы не с одного ip все это делали, иначе может привести к блокировке. С его помощью каждый аккаунт для социальной сети будет казаться уникальным.

Если партнерка открыто запрещает использовать «перехват трафика» и не выплачивает, если человек от партнера уже есть в их базе, то вы можете делать трафик на конкурентов и переводить их в другую партнерку. Конечно, аудитория лучше покупает своего автора, так как она его знает. Но если вы покажете ей более привлекательное предложение в другой партнерке, то часть людей будет готова купить там. Таким способом вы получите больше чистой прибыли, чем с аналогичного объема просто холодного трафика.

4. Ваша задача сделать так, чтобы эти люди покупали по вашей реферальной ссылке. Это можно сделать следующими способами. Первое — можно сделать пост на стене, который будет

написан в виде отзыва про определенный курс инфобизнесмена и, конечно, будет включать партнерскую ссылку. К посту лучше добавить картинку, цветные смайлики и музыкальную композицию – так он привлечет больше внимания аудитории. Соответственно, часть посетителей обязательно кликнет и закрепится за вами. Какая-то часть из них совершит покупку (сразу или со временем), и вы получите вашу комиссию с них.

Если хотите получить от этого метода больше, то можно сделать так, чтобы по всем вашим друзьям прошелся робот и поставил им от вашего лица лайки. В этом случае есть большой шанс, что они захотят поставить лайк вам в ответ. То есть они зайдут на вашу страницу и увидят отзыв. Так как они целевые, скорее всего, их это заинтересует и они перейдут по вашей партнерской ссылке. И в ближайшем будущем, возможно, что-то купят.

Имейте в виду, что на лайки тоже есть ограничения. И если вы будете делать автолайки слишком много и слишком часто, то вас тоже забанят. Кстати, когда вы делаете «масс-лайкинг», люди начинают вам больше доверять. Кроме того, вы можете через какое-то время писать им личные сообщения, которые мы разбирали в главе про монетизацию ресурсов.

Вторая технология монетизации – это «WOW-эффект», смысл которого в увеличении ценности вашего предложения. Простыми словами, вы можете предложить им бонус в обмен на покупку по вашей реферальной ссылке (в. ч. нового тренинга). Например, дополнительная инструкция или какой-то тренинг. Важно, чтобы предлагаемый бонус был полезен и актуален для аудитории. Кстати, подобные бонусы можно брать из папки Free на сайте Андрея Парабеллума. Чтобы получить доступ к этой папке – нужно зарегистрироваться здесь: <http://infobusiness2.ru/>

Для особо продвинутых – вы увидите, что у многих из посетителей (читай – потенциальных клиентов) есть типовые сообщения и вопросы. Вы можете сделать скрипты и использовать их, чтобы каждый раз не придумывать заново ответ. Дальше вы можете делегировать это помощнику либо «поса-

дять» работа, который будет по вашим скриптам переписываться.

Маленький секрет: не рекомендую говорить помощнику, которому делегируете, детали, как вы зарабатываете, чтобы он не ушел от вас. Просто пусть выполняет обязанности, за что он и получает часть прибыли.

5. Итак, у вас появились новые друзья «ВКонтакте» и вы научились зарабатывать на этой базе. Теперь желательно сделать так, чтобы эти же люди появились у вас в друзьях и в других соцсетях, потому что если вдруг они где-то отпишутся, то в другом месте останутся.

Кстати, когда у вас много друзей, вы становитесь более популярным человеком в социальной сети и к вам охотнее добавляются в друзья. Если хотите посмотреть, как это устроено на примере, добавляйтесь в друзья в соцсетях к Андрею Парабеллему: <https://vk.com/id99549771> и к Игорю Крестинину: <https://vk.com/id51417572>.

Далее, вы сможете друзей в соцсети добавить в группу под инфобизнесмена. Или можете сделать группу на какую-то другую тему и предложить своим друзьям вступить туда, написав мягкое сообщение, исходя из их потребностей: например, сказав аудитории желающих похудеть, что будут полезные фишки про то, как сбросить лишние килограммы. Здесь важно, чтобы вы тестировали и не писали слишком многим людям сразу (соблюдайте лимиты) — иначе вас забанят. Также не стоит сразу приглашать куда-то новых друзей — это вызывает отторжение. Лучше подождите какое-то время.

Монетизировать группу потом можно через инвайтинг. По сути это массовые приглашения участников группы на «мероприятие» (это такой тип группы «ВКонтакте»). В самом «мероприятии» предлагайте бесплатный продукт за подписку. Кроме того, можно использовать постовую рекламу в основной группе, предложив им бесплатный продукт автора по партнерской ссылке. Здесь важно, чтобы этот продукт был новый, т. к.,

вероятно, многие старые продукты аудитория могла уже видеть.

Вторая модель генерации целевого трафика без вложений – торренты. Например, у автора есть какие-то тренинги, которые он не продает и, возможно, выкладывает в открытый доступ. Можно взять их, желательно те, которые ранее были платными, и загружать их с разрешения автора на торрент-трекеры и складчики, встраивая в описание тренинга ваши партнерские ссылки. Ставить ссылки можно в текстовых документах самого тренинга (например, во вспомогательном документе) или непосредственно в описании тренинга на сайте торрент-трекера (но делать это надо аккуратно, встраивая ссылку в текст). И часть людей покупает. Такая модель будет работать как накопление, потому что тренинги остаются в раздачах.

Однако, для того чтобы этот метод сработал, автор должен быть популярным. Если же о нем никто не знает, тогда тема должна быть интересной, «горячей» и актуальной. В идеале чтобы было и то, и другое: тема, автор, а также интересный тренинг (контент).

Кстати, вы можете загружать даже игры! Например, можете взять «клиент» (файл-установщик для компьютера) популярной онлайн-игры (например, «Танки»), загрузить его на торрент-трекер и встроить туда вашу партнерскую ссылку. Примерно: «чтобы играть на этом сервере – зарегистрируйтесь по этой ссылке» – и выдаете вашу партнерскую ссылку. И с каждой регистрации вы зарабатываете деньги.

Имейте в виду, что с одного торрента, скорее всего, вы не будете получать много трафика. Потребуется разместить много «раздач» разных продуктов, чтобы с этого стабильно и хорошо зарабатывать.

Третья модель бесплатного трафика – это YouTube. Вы можете продвигать (с разрешения автора) его популярные видеоролики. Это работает так же, как и торренты. Вы находите каче-

ственное, интересное и популярное видео автора, скачиваете, загружаете на YouTube, оптимизируете их и раскручиваете ваш канал. Также возможно раскручивать самостоятельно записанные ролики либо с полезным контентом, либо с отзывами о тренингах.

Для раскрутки видео надо сделать следующее.

1. Подобрать основной ключевик на YouTube, где маленькая конкуренция (небольшое количество видео на YouTube), но много запросов в поисковике.

2. Названием ключа (основного тега, по которому вы хотите, чтобы видео поднялось в поисковике) переименовать сам видеофайл и загрузить его на YouTube.

3. К ролику на YouTube сделайте:

- провокационное название и провокационную картинку;
- ряд тегов (ключевиков) к ролику, по которым ролик может всплывать в рекомендованных видео;
- текстовое описание ролика. В нем должны быть 2 вещи: сверху ваша партнерская ссылка с призывом кликнуть на ссылку, чтобы получить бонус. И свободный текст / расшифровка видео, в котором используются ключевики;
- субтитры на русском (или родном языке видео).

4. В первый день сделайте много просмотров этого ролика. Для этого можно купить рекламу или предложить группам в соцсетях выложить ролик. Здесь важно, чтобы ролик был интересный для аудитории – тогда его будут досматривать до конца.

5. Сделайте много ссылок на ваше видео со сторонних сайтов (чтобы они ссылались на ваше видео). Чем больше ссылок и выше PR (авторитетность) сайтов – тем лучше. Можно использовать «прогон по социальным закладкам» – т. е. много

ссылки на ваше видео в соцсетях. Это можно купить на сайтах фриланса.

Также хорошо на органическую раскрутку вашего видео влияют:

- качество видео (чем оно выше, тем лучше);
- присутствие медийных (очень известных) людей. Тогда их фанатская аудитория просмотрит ваш ролик;
- комментарии, лайки и подписки на канал, которые зрители осуществляют в течение ролика (чем их больше, тем лучше);
- длительность просмотра (чем лучше люди будут досматривать ролик, тем сильнее YouTube будет его продвигать).

Если вы все сделаете правильно, то ваше видео взлетит в топ YouTube и будет показываться на подобные запросы и теги, которые вы прописали, а также, возможно, выйдет в топ Google. В том числе и на ключевые конкурентов, продвигая вашего автора. Кстати, самый большой органический трафик идет из рекомендованных видео.

Со временем и увеличением числа подписчиков ваш канал будет становиться авторитетней и видео будет набирать больше просмотров и выходить на верхние позиции проще и быстрее, затрачивая меньшее количество ресурсов.

Четвертая модель – SEO или продвижение статей. Можно писать полезные статьи, но здесь есть большой минус. Это долго. Если хотите появиться в поисковике и быть в верхних позициях, вся работа занимает обычно от трех месяцев до года. В среднем полгода. Кроме того, SEO – это ненадежный трафик. Поменяются алгоритмы, что-то изменилось в поисковиках – и SEO-трафик упал. Еще один минус в том, что трафик достаточно холодный. Люди, которые переходят в поисковике по сайтам, часто быстро уходят. Их не так просто задержать.

Есть у него и плюсы. Во-первых, это бесплатно – можно делать людей фанатами таким образом. Тогда они будут возвращаться к вам на сайт снова и снова, читая ваш интересный кон-

тент. Потом вы сможете это монетизировать. Еще один плюс в том, что хорошо иметь посещаемый ресурс, который будет абсолютно белый. Потому что все идет к тому, что трафик дорожает, и в будущем будут выживать в первую очередь те ресурсы, у которых есть свой трафик, свои клиенты, своя аудитория. К этому надо готовиться. В целом, SEO — это хорошо, если вы уже зарабатываете на партнерках и хотите закрепить успех.

Если хотите заработать на поисковом трафике относительно быстро, то напишите полезные и интересные статьи-отзывы о тренингах, которые вы прошли. По ним достаточно мало конкуренции (мало кто пишет о пройденных тренингах), а аудитория часто ищет отзывы об авторах и их тренингах. Таким образом вы получите целевой трафик из людей, кто проходит тренинги.

Вывод: фокусируйтесь на генерации целевого трафика, тогда вам будет проще и вы будете больше зарабатывать на партнерках. Целевая аудитория готова покупать не за 300 и не за 3 000 рублей (это ценник, за который хорошо покупает холодная аудитория), а за 20 000 и 30 000 рублей и так далее.

ПЕРСОНАЛЬНАЯ РАБОТА С ЛИДАМИ

или точечная модель

Как вы думаете, какая воронка лучше продает (выше конверсия в продажу): та, где есть персональная работа с лидами (звонки, личная переписка) или групповая (e-mail-рассылки и вебинары)? Думаю, ответ очевиден — персональная обработка лидов продает значительно лучше, т. к. реализует индивидуально лучший подход к клиенту. Весь секрет хорошего заработка на партнерках, если у вас мало трафика, — это налить целевого трафика на партнерку с персональной обработкой. В идеале чтобы лид сам написал исполнителю, т. к. от этого конверсия в оплату будет выше (это называется «направлением контакта», направленным на исполнителя).

Обычно в точечной модели монетизации трафика вам нужно найти партнерку с большими чеками и персональным подходом и договориться с ними (иногда на эксклюзивных условиях). Останется только налить им целевого трафика. Хочется, чтобы вы сейчас немного подумали об этой стратегии, кроме того, ее детали мы разберем чуть позже.

БЕСПРОИГРЫШНЫЙ СПОСОБ ЗАПУСКА РЕКЛАМЫ

или платный трафик

Моделей, о которых вы уже прочитали, хватит для того, чтобы вам заработать первые 50 000 или 100 000 рублей. Однако, хочу еще раз заострить ваше внимание на ключевом отличии бесплатного трафика от платного (помимо денег, конечно): это скорость и простота запуска, а также в большинстве случаев объемы. За деньги вы можете получать гораздо больше трафика.

Итак, перейдем к разбору полетов.

Для новичков есть очень простая концепция поиска платного трафика. Это так называемый «тематический трафик». То есть людям, которые интересуются определенной темой, следует рекламировать что-то по этой самой теме. Это и будет называться «тематическим трафиком».

Например, имея партнерку по похудению — трафик может быть из группы, паблика, рассылки на тему похудения (здесь подходят синонимы и близкие темы).

Тематический трафик для новичков работает отлично. Есть 3 критерия успешности. Во-первых, вы должны уметь находить живую группу или рассылку (без ботов). Во-вторых, вы должны делать эффективную рекламу: посты / статьи / картинки и заголовки. Важно уметь писать классный продающий текст, чтобы можно было на этом зарабатывать. Если тексты не ваш конек, можно подсматривать у других. Также важна конвертирующая партнерка (инфобизнес, который хорошо продает). В-третьих, аудитория должна быть платежеспособная (чуть позже поговорим об этом более подробно).

Кроме того, когда какой-нибудь известный инфобизнесмен со своей большой базой и собственной партнеркой запускает

новый тренинг, то самое простое — это рекламировать его же тренинг по его же базе. Это может довольно странно звучать, но на деле это будет выгодно и вам, и ему — так как вы увеличиваете количество контактов и, соответственно, количество продаж. Расскажу, как это можно сделать.

Берете продукт, который только запускается, и продвигаете его среди аудитории, которая уже им интересуется. Это можно сделать, даже если у вас нет собранной базы. Например, через платную рекламу. Заходите в соцсети, находите там людей, которые подписаны на автора курса: его страницу, его группу и так далее. Специально на них даете рекламу — благо соцсети позволяют сделать рекламу по определенной группе людей. Причем использовать можно не только очевидные интересы людей, но и синонимичные. Например, если в интересах у человека есть Андрей Парабеллум и инфобизнес, то, вероятно, ему можно порекомендовать что-то из тренингов Парабеллума.

Лучше всего сначала запустить рекламу по самой активной и целевой части аудитории автора, которые находятся в группах и друзьях автора. Они уже готовы купить, но благодаря вашей активности сделают это через именно вашу партнерскую ссылку.

ТРЕХШАГОВАЯ МОДЕЛЬ ГЕНЕРАЦИИ ПЛАТНОГО ЦЕЛЕВОГО ТРАФИКА

или работа с аватарами

Есть и более продвинутая модель генерации – «трехшаговая». На ней зарабатывают деньги опытные арбитражники, которые умеют делать трафик. Как они это делают?

Шаг первый – они смотрят, кто клиент. Прописывают портрет клиента, так называемый «аватар» аудитории, которая покупает. Обычно аватаров от 3 до 5 штук. Чаще всего 3–4. Если получилось больше 5 аватаров, тогда, скорее всего, какие-то из них сольются в один, потому что будут похожи. Например, если получились аналогичные аватары с мужчинами и женщинами, они могут схлопнуться.

Обычно в портрете клиента есть ответы на следующие вопросы: род занятий, возраст, пол, какие есть потребности, что уже покупал, как живет клиент и т. п. В портрете клиента находится все, что знаете вы или знает инфобизнесмен или его маркетолог про целевых клиентов. Важно: вы не срисовываете портрет с какого-то конкретного клиента, а пишете типовой портрет по похожим признакам клиентов.

Например, есть тема «акне» (прыщи), в ней есть три аватара. Один из них – это мальчики и девочки от 14 лет до 21 года. У большинства из них есть акне, но мало денег и небольшой сексуальный опыт. У них есть «массовая» потребность – избавиться от этой неприятности. Это пример аватара, в данном случае он не очень детален, но подходит для понимания.

Соответственно, создается 3–5 подобных аватаров для партнерки.

Для продвинутых

Пропишите также антиаватары — портреты аудитории, которая не платит, но при этом может активно интересоваться темой. Такие даже если и заплатят — то задают миллион вопросов и становятся проблемными клиентами, как правило, запрашивая возврат. К слову, в случае возврата вы на них не зарабатываете, хоть вы и потратили деньги за трафик, а инфобизнес — время.

Антиаватары я бы разделил на 2 категории: чудаки и антиклиенты. Чудаки — это люди, которые покупают, но требуют особого внимания. Их признаки:

- задают очень много вопросов (особенно организационных),
- просят скидки,
- тщательно разужнают информацию о продукте,
- целенаправленно спрашивают о гарантиях.

Обычно после покупки они начинают жаловаться, и бизнес теряет ресурсы на них. Не бойтесь их исключать из таргетирования. Но понятно — пока вы новичок, то все-таки лучше не пытаться сделать идеально и лить всех подряд.

В идеале — лейте таких людей на такую воронку, в которой эти чудаки не могут достать инфобизнесмена и его команду. Т. е. в принципе их можно лить, но при условии, что воронка инфобизнесмена сможет им помочь и они не будут надоедать непосредственно инфобизнесмену. Обычно это автоворонки и недорогие курсы в записи.

Если тип людей пожестче — это антиклиенты.

В двух словах это люди, которым продавать НЕЛЬЗЯ. Зачастую они покупают за очень небольшие деньги, жалуются на мелочи и требуют возвраты. Таких «отстреливайте» сразу. Эти люди могут подавать в суд на инфопредпринимателей, т. к. считают, что поступают правильно, даже если по договору и на деле они неправы.

Сюда также относятся люди, которые просят поработать за процент и совсем не ценят своего и времени инфобизнесме-

на. Кстати, запомните, за процент — НЕ работают. Люди зарабатывают хорошо, когда они вкладываются и зарабатывают для себя (а не для тренера). Да, это эгоистично, но это работает. Сюда также относятся халявщики.

В идеале антиклиентов (а иногда и чудаков) исключайте из таргетинга. **Кстати, особенно стоит уделить внимание антиаватарам, если вы делаете трафик в ваш бизнес.** В этом случае вы можете сливать их вашим конкурентам. В таком случае вы не только избавитесь от головной боли, но и заработаете, продавая такую аудиторию. Это одна из основ выхода из конкуренции.

Микрозадание для вас сейчас

Распознайте сами, кто вы: нормальный клиент, чудаков или антиклиент. И честно признайтесь себе в этом. Далее переходите на сторону нормального клиента (это важно для вашего результата).

Да, задание некомфортное, если честно. Тяжело самому себе признаваться, но очень полезно. Вообще в какой-то момент вы будете благодарны за работающие технологии и будете хотеть сами платить за свое образование.

Шаг второй. Прописав портреты, арбитражники выбирают платные каналы трафика, с помощью которых они могут достучаться до целевой аудитории. Подумайте, где (в каких группах / пабликах / сообществах) чаще всего находятся эти мальчики и девочки указанной возрастной категории из аватара по акне выше. Например, они находятся в группах «Приколы, юмор, мемы».

Шаг третий. После того как каналы определены, осталось настроить процесс так, чтобы оттуда пошел целевой трафик.

Дам несколько **лайфхаков**, как можно настроить платный трафик.

Первый — скорее всего, вы сами вручную эти каналы эффективно не настроите. Нужен человек, который это сделает профессионально. Вы можете договориться со специалистом, который проходил обучение настройке рекламы по нужному каналу. Главное — он сделает это лучше, чем вы.

Можете договориться с ним на определенную сумму или на процент от чистой прибыли реализуемой кампании.

Что сделал я? Когда лил на партнерку «исполнения желаний», мне понадобилась настройка рекламы в директе. Так как сам я делать этого не умел, то просто нашел парня, который выполнил работу за процент. Причем достаточно качественно. С такой настройки примерно в 2–3 раза я отбивал трафик с вложений.

Обычно доля, которая выплачивается специалисту, составляет 30–50% от чистой прибыли (это общая прибыль минус расходы на рекламу). Таким образом, вы минимизируете вложения, настраивая трафик чужими руками.

Лучше всего нанимать специалистов по рекомендации или же на тренингах, где обучают подобным навыкам. Можно просто поискать тех, кто этим занимается, только не слишком крупных — они могут вам просто отказать. У меня получилось найти со второго раза.

Следующий вопрос — как проходить модерацию, если вы все-таки настроили рекламу самостоятельно? Есть много разных способов — белых, серых и черных. Рекомендую обратиться в службу поддержки. Во всех рекламных источниках есть поддержка, которая решает вопросы по модерации и, возможно, доступна по телефону. Так что звоните, пишите и задавайте вопросы. В ряде случаев модерацию можно пройти повторениями (происходит смена модераторов, и их мнения могут различаться).

КАК «ДОЖАТЬ» ЛИДА ДО ПОКУПКИ

или подогрев трафика

Иногда бывает так, что нужно подогреть трафик, чтобы увеличить количество заказов. Это особенно актуально в классическом арбитраже трафика, когда аудитория покупает просто в лоб, а также в тех случаях, когда ваш лид вроде бы интересуется, но сомневается. Вы можете «дожать» его и просто напомнить сделать и оплатить заказ. Не поверите, но банальное напоминание об оплате действительно работает.

В этих ситуациях помогает так называемая «прокладка» — это отдельный сайт с отзывами или статьями, попадая на который, человек «утепляется». Изучив его, потенциальный клиент сильнее интересуется продуктом. И из этой «прокладки» он попадает на основной лендинг, где идет уже продажа. Кстати, «прокладка» иногда проще проходит модерацию.

На прокладке может быть:

- видеоотзыв с результатами других учеников. В идеале — известных персон, которых знает аудитория;
- статья автора на авторитетном интернет-портале;
- полезная статья на блоге, которая решает сомнения целевой аудитории.

В идеале прокладка должна вести на продающий сайт. Если это невозможно (например, вы показываете статью на авторитетном чужом ресурсе, куда нельзя поставить ссылку), вы можете сделать 2 рекламы: на прокладку и отдельно на продающую страницу. **Для более продвинутых:** можно показывать нужную авторитетную статью, транслируя на вашем домене (через iframe — это когда на вашем домене отображается нужный вам сайт). Далее делать всплывающие окошки, через которые ауди-

тория может перейти на партнерскую ссылку. Такую систему может организовать технарь.

Прокладки особенно важно использовать, если вы продвигаете дорогие продукты и / или работаете в B2B-секторе (услуги бизнеса для бизнеса, например, консалтинг). В B2B следует протаргетироваться на лицо, принимающее решения (директора), или главного маркетолога.

По-хорошему на вашу прокладку следует повесить «код ретаргетинга», чтобы у вас собиралась база ретаргетинга и вы могли этих же людей лить на другие партнерки. Так вы сможете больше зарабатывать.

Что такое код ретаргетинга?

У «ВКонтакте», Facebook и ряда других сетей есть «ретаргет»: людей, которые были на вашем сайте, соцсеть запоминает и потом транслирует им вашу рекламу, например, что они забыли оплатить заказ.

Соответственно, вы можете собирать целевых людей, на которых вы потратились, сохранить в списке ретаргетинга и потом, когда будет нужно, за небольшие деньги либо вернуть их на сайт (чем больше касаний аудитории, тем лучше покупают), либо «продать» им продукт с другой партнерки, заработав с этого еще больше денег.

ПРАВИЛА РАБОТЫ С CPA-СЕТЯМИ

или арбитраж трафика

Арбитраж трафика — это серийная продажа трафика с оплатой за действие. Обычно речь идет о CPA-сетях. В классическом виде арбитраж трафика сводится к простой математике.

Приведу пример. Предположим, вы продаете трафик и получаете 350 рублей за заявку. Вы делаете две рекламные кампании и генерируете трафик.

1. По 1,5 рубля за клик с конверсией 1% в заказы. Следовательно, чтобы получить 100 кликов и 1 заказ (тот самый 1%), вы тратите 150 рублей (1,5 рубля умножаем на 100 кликов). Зарабатываете с этих кликов 350 рублей за заказ статистически. Следовательно, на вложенные 150 рублей вы получаете 350 рублей. Таким образом, чистая прибыль составит 200 рублей (полученные 350 минус вложенные 150) со 100 кликов.

2. По 8 рублей за клик с конверсией 2% в заказы. Следовательно, чтобы получить 100 кликов и 2 заказа, вы тратите 800 рублей (та же формула, что в первом примере, $8 \cdot 100 = 800$). С этих кликов вы зарабатываете 700 рублей статистически. В итоге на вложенные 800 рублей вы получаете 700 рублей прибыли. Таким образом, ваш убыток составил 100 рублей, т. е. рекламная кампания уходит в минус.

Соответственно, ваша задача в арбитраже трафика сделать достаточное количество тестов, оставить прибыльные рекламные связки (в данном случае это трафик на партнерку), докрутить связки, которые окупают себя, но не приносят вам прибыли, и, естественно, убрать те, которые идут в минус. Важно не останавливаться на этом и продолжать лить трафик на прибыльные партнерки — это и будет ваш постоянный заработок

до тех пор, пока оффер работает и не сгорит (будет неактуален).

В CPA-сетях обычно продаются массовые «эмоциональные» продукты с быстрым циклом сделки, т. е. решение о покупке принимается быстро, без особого обдумывания, рассчитанные на холодную аудиторию. Обычно это небольшие чеки (до 3000 рублей) и покупки по всей России, иногда по СНГ. Пример такого товара: «зеленый кофе».

Поэтому в классическом арбитраже трафика важно давать рекламу в тех местах, где много трафика, — тогда это можно быстро масштабировать. Примеры: «Яндекс. Директ», Google Adwords, соцсети (таргет, постовая реклама), тизерные сети, а также e-mail-рассылки.

Минус арбитража трафика — к сожалению, зачастую низкое качество продуктов, а также необходимость иметь стартовый бюджет на тесты.

Плюс — это достаточно просто масштабируемая модель.

Основные правила работы в арбитраже трафика

1. Важно делать адекватные тесты, чтобы получать реальную статистику. Например, налить достаточное количество трафика с одного канала. Минимальный тест обычно от 3000 рублей.

2. Внимательно изучите геолокацию и условия приема трафика. Трафик могут не принимать из ряда стран и из некоторых рекламных каналов.

3. Главное — это достаточное количество тестов. Т. е. если, сделав 10 тестов, вы найдете хотя бы несколько прибыльных — вы можете на них зарабатывать, отбросив неприбыльные.

4. Очень важно обходиться без накруток и ботов. Давайте делать бизнес честно. Но можно и нужно использовать холодный трафик.

5. Если вы новичок, то сразу заходить в арбитраж трафика не рекомендую, т. к. выше риски. Сконцентрируйтесь на партнерах в инфобизнес, на них быстрее можно заработать. Поднабравшись опыта, вы сможете в любой момент переключиться на арбитраж трафика, если захотите.

СПОСОБ ЗАРАБОТКА ОТ 50 Т. Р. В МЕСЯЦ БЕЗ ВЛОЖЕНИЙ

или модель лидменеджер

Разберем другие модели заработка на трафике. Они так же не требуют вложений и с них тоже можно зарабатывать 50 000 рублей и более.

Первая – это лидменеджер.

Кто такой лидменеджер? Это тот, кто ищет, покупает и создает поток горячих, теплых и холодных лидов в бизнес или инфобизнес, на который они работают. Лидменеджеры находят каналы, тестируют их, настраивают, придумывают магниты, нанимают специалистов, анализируют, контролируют, делают лид-тесты и много чего другого – в общем, все, что касается трафика.

Кому лидменеджер может пригодиться? Как ни странно, многим инфобизнесменам.

Вы удивитесь, но есть очень много людей, у которых все хорошо с продажами, но есть проблемы с трафиком. У многих есть базы по несколько тысяч человек, заработок больше миллиона рублей в месяц, но они просто не знают, где брать больше трафика. И здесь вы можете им помочь.

С помощью этой книги и коучинга по партнеркам с 200% гарантией <http://1000podpischikov2.ru/partnerki/> у вас компетенция будет больше, чем у них в трафике. Они хорошо продают, но большинство не учились трафику и слабо в нем разбираются.

У среднестатистического человека, какой бы гениальный он ни был, в голове должна быть только одна цель. У большинства инфобизнесменов эта цель – контент. Им гораздо важнее научить людей, чем заманить их на свой тренинг. Хотя одно без другого не работает. Поэтому «заманивание» вы можете легко взять на себя.

Обычно лидменеджеры растут по такому принципу — сначала они должны получить опыт на партнерках. Они изучают, какой трафик где живет, сколько стоит, чем отличается трафик «ВКонтакте», Facebook, YouTube, Instagram, «Одноклассников» и других соцсетей и каналов. Дополнительно они проходят все это на практике, например в тренинге.

Когда они начинают разбираться в трафике и приходят в бизнес как лидменеджеры, они изучают аватары (целевую аудиторию бизнеса). Кто именно приходит, откуда и почему? На какие триггеры или бесплатные магниты (продукты) они реагируют? Чего хотят и чего боятся? Как я уже говорил ранее, следует прописать от 3 до 5 аватаров для бизнеса или инфобизнеса.

Дальше смотрят, какая реклама уже работает, и докручивают ее. Повторяют то, что сработало (принесло прибыль). Здесь работает все по стандарту: вышло в плюс — продолжаем использовать, не сработало — выкидываем.

Также в задачи лидменеджеров входит делать сплит-тест (A/B тест) — это анализ, в какой бесплатной подписной конверсия выше. Это делается следующим образом: приводится 1000 посетителей и одним показывается одна версия страницы, другим — другая. Мы делим примерно пополам и смотрим, на какую страницу лучше реагируют. И на более конвертирующую начинаем пускать больше трафика. Далее в идеале опять что-то улучшаем и снова делаем сплит-тест. И снова смотрим на то, как посетители конвертируются. То есть постоянно пытаемся сделать страницу лучше, чтобы выиграть в конверсии в подписку.

Запомните: все клиенты — это хорошо. Но есть так называемый золотой процент. Это 1% клиентов, который приносит больше половины денег. Вы можете взять верхний процент клиентов, которые принесли максимальное количество денег за этот год. Узнать у них, откуда они узнали о вашем инфобизнесмене (можно посмотреть в метках, если в том инфобизнесе их используют, или спросить у них). Как только нашли источник, идете туда и ищете больше таких же, как они.

Например, мой партнер Андрей Парабеллум давно делал опрос у лучших клиентов на тему, откуда они о нем узнали. Оказывается, из 50 самых крупных 47 клиентам кто-то дал послушать его тренинги. И после этого папка «Free» на инфобизнес2.ру занимает более терабайта. Значит, надо взять и распылить огромное количество аудио- и видеоконтента, чтобы подобное повторялось как можно чаще. Причем те, кто скачивает, это не клиенты, которые нужны. А вот те, кому они советуют, уже приходят и хорошо платят. Но это опять же история Андрея Парабеллума. Какая будет у вас — покажет практика.

Следующий шаг — предложение докрутить то, что работает, через хорошего специалиста. Берем кампанию, которая уже работает, и даем консультанту на аутсорс, чтобы новая кампания заработала еще лучше. Проверяем результат с помощью сплит-теста. Важно не отключать старую версию, пока полностью не протестировали новую и не удостоверились в том, что она работает лучше.

Когда вы поняли аватаров и нашли эффективную рекламу, приступайте к прописыванию каналов трафика: где вы еще будете давать рекламу. Ставьте utm-метки и запускайте рекламные кампании. Отслеживайте, откуда идет трафик и как он конвертируется. Главное — распределите бюджет по всем целевым каналам, какие есть (не храните все яйца в одной корзине).

Потом анализируете, что получилось: какие каналы наиболее выигрышные, какой трафик наиболее качественный для вашего бизнеса. То есть не просто больше подписчиков приходят, а именно больше покупают. Отказываетесь от каналов, аудитория которых плохо покупает, и вкладываете больше денег в те, которые приносят чистую прибыль. Вы можете сильно увеличить, что работает, просто увеличив бюджет или затрачиваемые усилия.

Дальше считаете KPI: сколько приносят в среднем подписчики, сколько стоит одна продажа, сколько стоит один подписчик. И начинаете искать партнеров с оплатой за подписчика. Если

вас устраивает 40 рублей за человека, вы начинаете подключать партнеров и покупать у них по указанной цене.

Дальше ищите новые источники — спрашивайте у коллег, которые работают с трафиком, и у других бизнесменов (в идеале конкурентов и партнеров) про трафик и каналы. Рекомендую пройти тренинги по трафику. Это пригодится не только для информации, но и для взаимодействия с другими участниками. Например, в инфобизнес2.ру было два хороших продукта по этой теме — «база за 5 дней» и «лидген и трафик в инфобизнесе».

Как идет оплата лидменеджеру?

Обычно это процент в зависимости от договора. Мы платим в процентах от прибыли. Пришел качественный лид, купил, компания заработала денег, часть из них получает лидменеджер.

Второй вариант оплаты — это оплата по лидам. Например, каждый вписавшийся в вебинар стоит 40 рублей. Поэтому если вы находите где-то по 10 рублей, то покупаете по этой сумме, а разницу в 30 рублей за человека вы оставляете себе, это ваша оплата. Этот случай получается ближе к арбитражу трафика (но вы здесь тоже обязаны считать цифры и следить за аналитикой). Наш лидменеджер тоже должен считать цифры — если вы начинаете гнать большое количество трафика, который не заинтересован в покупке, с мусорных баннеров, мы не платим. Как только видим, что пошла такая негативная практика, мы тут же прекращаем сотрудничество.

Какая может быть кооперация (партнерство с другими инфобизнесменами)?

Одни и те же лиды могут покупать разные профильные вещи. Допустим, вы собрали базу из 5000 лидов, которые кликнули на «хочу запустить свой бизнес». Соответственно, вы можете им по этой или близким темам что-то продавать. Например, вы можете рекламировать чужие продукты сходной категории. Настоятельно рекомендую сотрудничать с коллегами — у вас база, у них продукт или наоборот. Вместе вы можете заработать больше денег.

Другой вариант кооперации – обмен рассылками. Вы вбрасываете рассылку в 20 000 человек. Ваш партнер делает то же самое, только по своей базе. Обычно рассылки делаются по людям в базе, которые у вас ничего не купили. Своих клиентов отдавать никто не хочет, и это правильно. Так что отдают тех, кто менее заинтересован в вашем продукте. Может, они среагируют на что-то другое.

Рекламный бюджет оплачивает сам менеджер?

Как договоритесь. Если вы работаете на постоянной основе на компанию, то бюджет, который вы потом тратите, дает компания. В этом случае вам надо перед своим начальством обосновывать бюджет: куда ушли деньги, куда вы хотите, чтобы они ушли, какие CTR (соотношение кликов и показов), сколько будет кликов, сколько впишется, сколько предположительно заработаем.

В случае с арбитражем – вы сами выкупаете. В обычном арбитраже вам не нужно сначала выкупать, чтобы продать. Вы находите, кому это нужно продать, а потом находите, где это можно купить. И разницу кладете себе в карман.

Чем принципиально отличается трафик на материальные товары от трафика на инфотовары?

Клиентами. Люди, которые покупают очки и которые покупают тренинги, это разные люди. У них разные триггеры и магниты, они находятся в разных местах и могут вообще не пересекаться.

Где же брать инфобизнесменов, с кем можно договориться о работе в их команде по трафику?

На конференциях или тренингах. Лучше общаться с ними в реальной жизни, а не виртуальной. Зачастую они ходят на дорогие тренинги. Также их можно находить в онлайн, но это не так эффективно, как в офлайне. В идеале рекомендую партнериться с тем, от кого на конференции / тренинге вы услышите, что он отлично продает (семизначные цифры дохода), но жалуется, что у него «маленькая база» или «проблемы с трафиком».

Такова базовая инструкция для вас, чтобы вы могли сами стать лидменеджером либо могли нанять лидменеджера. Как понимаете, по мере роста вам уже всем этим заниматься не захочется. Поэтому вам пригодятся эти инструкции для ваших будущих сотрудников.

Основная здесь идея — это закупать весь трафик, который окупается, т. е. работает в плюс, — это видно по utm-меткам, принцип работы которых я уже описывал.

КАК ВЫГОДНО «ПРОДАТЬ» ПОДПИСЧИКА

или модель лидогенерация

Вторая модель – лидогенерация, то есть перепродажа подписчиков или перепродажа трафика. Как вы уже поняли, у большинства инфобизнесменов есть потребность получать больше клиентов.

Что можно сделать? Можно продавать им подписчиков по цене от 50 рублей за каждого подписчика. Инфобизнесмену это выгодно. В среднем он с каждого подписчика зарабатывает от 100 рублей, если хорошо продает.

Дальше (когда продали) ваша задача – сгенерить этих подписчиков. Находите группы, паблики, рассылки по тематике инфобизнесмена и близкой к ней. И договариваетесь с ними за оплату за подписчика примерно в 2 раза меньшей, чем ценник инфобизнесмена (в данном случае около 25 рублей). Здесь получается, что вы продаете подписчиков по 50 рублей, а делаете по 25 рублей.

Кстати, тем, кто владеет рекламным ресурсом, это тоже выгодно. Допустим, реклама в паблике стоит 250 рублей. Чтобы сделать 250 рублей на подписчиках, владельцу паблика надо сделать 10 подписчиков. Во-первых, ему это прибыльно, потому что 10 подписчиков – это мало. Они могут сделать столько легко и зарабатывать на этом. Во-вторых, ресурсы недозагружены, то есть они готовы делать больше рекламы.

В итоге получается, мы генерируем подписчиков по 25 рублей, а продаем по 50 рублей. Важно: это обобщенные цифры, т. к. со временем они обычно меняются в большую сторону. Далее, вам инфобизнесмен перечисляет деньги, а вы часть из них перечисляете тому, кто делает вам этих подписчиков. Как видите,

с помощью технологий вы можете делать деньги без ваших вложений.

Конечно, нужно контролировать, чтобы все работало хорошо. Но вы помогаете обоим. Инфобизнесмену предоставляете целевых подписчиков (осознанно лить ботов настоятельно не рекомендую, боты не покупают). В результате он просто занимается тем, что получается у него лучше всего — продает. Тем, кто занимается рекламой, имеет какие-то базы, трафик, вы загружаете его ресурс и помогаете заработать.

Если это качественный тренер, дающий действительно ценную информацию и доводящий людей до результата, то это уже схема Win-Win-Win (выигрываете вы, тренер и тот, кто льет трафик, а также аудитория, т. к. получает качественные услуги).

Теперь разберемся с этим подробно и пошагово с нуля.

Шаг первый — найти инфобизнесменов. Для этого следует собрать список из инфобизнесменов, которым вероятно будет интересен трафик (подписчики). Поищите подписчиков в соцсетях тренеров, которые обучают инфобизнесу, и группы тренингов по инфобизнесу. Есть также каталоги инфобизнесменов. В идеале — идите на тренинг по инфобизнесу, где будет задание сделать трафик, и тут вы сможете помочь учащимся.

Шаг второй — написать сообщения о том, что вы занимаетесь продажей трафика. Лучше упомянуть слово «профессионально», привести реальные кейсы и назвать тех, с кем работали, куда вы лили, какие конверсии получились. К этому моменту у вас должен быть уже хороший опыт на партнерках.

Шаг третий — пообщаться с потенциальными заказчиками (инфобизнесменами) лучше всего по Skype. Если человек сомневается, предложите ему попробовать — взять для начала небольшой объем подписчиков. Первое время подобный «тест-драйв» будет важен не только для него, но и для вас.

Шаг четвертый — взять предоплату (хотя бы 50%). Работать лучше именно по предоплате, чтобы снизить риски и у вас это все было в плюс. Кстати, потратить инфобизнесу 5000 рублей на тест не страшно, это комфортно.

Шаг пятый — идите с деньгами к тем, кто занимается трафиком, а также к тем, у кого есть базы. Найдите группы, паблики, рассылки по нужной вам тематике и близким.

Кроме того, можно написать финалистам, то есть тем людям, которые уже прошли эту модель у меня в коучинге, и с ними договориться обменяться информацией, в том числе и полезными исполнителями (кстати, все финалисты будут доступны вам в коучинге). Таким образом, вы можете найти проверенных людей, не прикладывая к этому особых усилий.

Шаг шестой — договаривайтесь с исполнителем (владельцем или администратором), что будете работать за подписчиков. Детальные скрипты есть в коучинге по партнеркам <http://1000podpisnikov2.ru/partnerki/>. После этого пускайте трафик, чтобы они лили именно по вашей ссылке.

Шаг седьмой — проверяйте статистику, поддерживайте связь с инфобизнесменом и передавайте часть оплаты исполнителю. Работайте со своими подрядчиками по постоплате. Как вы уже знаете, рекламный бюджет в лидогенерации вы берете с инфобизнесмена-заказчика. Расходуйте его на оплату исполнителю за генерацию трафика, но только после того, как вам приведут подписчиков. Такое не всегда приветствуется исполнителями, но можно договориться с ним об оплате сразу после небольшого количества подписчиков. Тогда вероятность согласия исполнителя будет выше.

Таким образом, у вас получается «денежный поток», управление которым вы можете делегировать. Может показаться, что это сложно, но на самом деле это не так. С опытом у вас будет

получаться гораздо легче. Есть еще важная деталь — лучше не работать со спамерами. Если спамер будет делать трафик, то домен автора может попасть в спам. Если же вы все-таки решили поработать с ними, то следует делать это очень аккуратно. Лучше всего сделать прокладку или дубликат (iframe нужной ссылки) на вашем домене — чтобы в случае чего в спам попал ваш домен, а не автора. Однако, я все же не рекомендую работать со спамерами, потому что это не экологичная модель.

Как определить спамера? Спросите у потенциального исполнителя, откуда он берет трафик. Если человек пишет — «спам», скорее всего, он говорит правду. Кстати, зачастую спамеры сами находят вас и предлагают много очень дешевого трафика, вызывая подозрения.

Иногда бывает, что спамеры маскируются под то, что у них белые рассылки. Тогда нужно запросить у них скрин рассылки — вы увидите, что у них странные цифры. Например, что нет отписавшихся от рассылки. Или странная конверсия в открытие (очень низкая или очень высокая). Если вы заметили что-то подобное, то перед вами, как правило, именно спамер.

В любом случае, как говорил Рокфеллер, «я готов отчитаться за каждый цент, за каждый миллион долларов, кроме первого миллиона». Поэтому если вы будете применять какие-то серые схемы в самом начале — я пойму. Главное — это ваше намерение и отсутствие вреда людям.

ОСОБЕННОСТИ ПРОДАЖИ ЛИДОВ НЕ ИНФОБИЗНЕСМЕНАМ

или лидогенерация в бизнесе

В инфобизнесе реализовывать подобную модель значительно проще, но ее можно использовать и для других услуг и товаров.

Если вы льете на другие бизнесы в такой же модели, я бы рекомендовал использовать договорную «эксклюзивную» форму. Оптимальный вариант — сотрудничать с бизнесом, который работает по всей стране или хотя бы в крупном городе (например, Москве или Санкт-Петербурге). В маленьком городе будет просто мало трафика (хотя для опыта можете попробовать). Кстати, при этом вы можете знакомиться с директорами бизнеса, владельцами, получая очень ценные контакты для развития собственного бизнеса или организации совместных проектов.

Давайте сначала разберем плюсы и минусы этой модели.

Плюс — бизнес может находиться в вашем городе или регионе. Это относительно комфортно для тех, для кого Интернет сложен. Но повторюсь, город должен быть достаточно крупным, желательно миллионник. Если вы живете в небольшом городке, то выходите на ближайший к вам миллионник. Кстати, ваш бизнес на эксклюзиве сложно скопировать. Вы не сильно «открываете» другим этот бизнес.

Минус в том, что вы привязаны к городу. Кроме того, вас могут обмануть. Гарантий в принципе в жизни нет (только если пенсия). Хотя эксклюзив в офлайне — это достаточно простой вариант старта на партнерках.

Расскажу о простой технологии запуска офлайн партнерского бизнеса.

Шаг первый – выбираете какой-то трендовый товар, который, по вашему мнению, будет популярен, и тестируете его. Пусть это будет товар X. Например, в какой-то момент это были рамки на номера машин. Некоторое время назад начали активно скручивать номера и вымогать за них деньги. Тогда появился тренд – вешали защитные рамки на номера.

Далее размещаете на Avito (и других досках) объявление о продаже компании товара X и отслеживаете звонки. Таким образом, вы тестируете возможный спрос. Если спрос есть и вам звонят каждый день (а по факту товара X у вас на руках нет), можно технично сливаться, отвечая, что прямо сейчас товара нет и вы обязательно перезвоните чуть позже, когда он появится. Важно: сохраняйте телефоны этих лидов. В дальнейшем вы передадите их исполнителю и получите за это долю.

Таким образом, вы тестируете достаточное количество товаров, чтобы определить, какой из них вызовет наибольший отклик. Здесь вам очень пригодится навык копирайтинга, так как придется писать хорошие продающие объявления. Кстати, научиться этому можно в тренинге Андрея Парабеллума и Максима Крючкова «Копирайтинг».

Затем ищете компанию, которая продает товар X, и обращаетесь в нее с предложением о сотрудничестве: у вас есть клиенты на данный товар, и вы хотите 30% от чистой прибыли. В случае согласия – передаете собранные вами контакты тех, кто заинтересовался товаром.

То есть делаете классическую связку, о которой я уже писал ранее. На первом этапе вы зарабатываете около 5000–10 000 рублей. Можно и больше, но это зависит от товара и конверсий. Задача этого шага: протестировать тему, найти актуальный товар и адекватного исполнителя (поставщика).

Тут вам может пригодиться лайфхак работы с досками объявлений: у большинства людей есть иллюзия, что чем дороже товар, тем он качественнее. А к более дешевому товару зачастую относятся с подозрением: а почему так дешево? Поэтому

зачастую имеет смысл завязать цену в объявлении и далее сделать скидку.

Шаг второй – делаете «большой тест». Здесь вы передаете трафик напрямую на бизнес. Все входящие звонки (лидов) вы отдаете сразу же исполнителю, но используя вашу сим-карту. Так вы сможете отслеживать, сколько было звонков, а также время разговора. И берете с исполнителя оплату за лиды – либо фиксированную за звонок, либо процент с чистой прибыли.

Давайте разберем плюсы и минусы каждого способа оплаты. Фиксированную оплату стоит брать в случае, если цикл сделки длинный. Например, продажа квартиры. Клиент долго думает, его надо вести и постоянно дожимать. Да, это будет меньше в деньгах, зато вы быстрее получите свою оплату. Кроме того, этот способ хорош тем, что избавляет от неприятностей. Иногда заказчикам не хочется отдавать вам деньги после продажи (считая, что всю работу выполнили они), поэтому они могут попросту «забыть» сообщить вам о том, что прошла сделка. В случае с фиксированной оплатой вы получите свои деньги вне зависимости от исхода.

В ряде случаев можно работать за процент от чистой прибыли – нормальная оплата составляет 30% от маржи. Здесь могу порекомендовать тщательнее выбирать заказчиков – если сомневаетесь, выбирайте первый вариант. Сим-карта в любом случае должна быть оформлена на вас.

На этом этапе вы потихоньку можете подливать больше трафика, увеличивая количество объявлений и повышая их качество. Можно запустить лендинг и лить трафик туда. На этом этапе пока что перекупка трафика не требуется.

Шаг третий – масштабируемая модель. Теперь вы подключаете перенаправление звонков с вашей сим-карты на три компании. Почему так? Если одна вас подведет, то у вас есть еще две компании, которым вы передаете эти звонки. Порядка 70%

звонков вы передаете основной компании, которая больше всего платит. Остальные звонки отдаете двум другим.

На этом этапе вы можете начать покупать трафик — например, заявки с других рекламных площадок. Либо делаете ваш отдел трафика по генерации заявок. Здесь трудности поджидают в техническом плане и в систематизации бизнеса. Вам понадобятся сервисы, которые будут перенаправлять звонки, а также технический специалист, который поможет это все настроить. Но есть и хорошая новость — после второго шага у вас уже будут деньги, чтобы это все сделать.

Подобную модель можно реализовать, если вы приводите трафик на товар, продающийся в обычном магазине, который работает в основном с проходящим потоком покупателей (например, в торговом центре), а не через звонки и заявки.

Здесь главное — определить, какие люди пришли именно от вас, а какие — зашли случайно. Вам потребуется «маркирование» покупателей. Обычно это делается через дополнительную ценность. Например, вы даете людям флаер на скидку в 5–10% или специальный подарок, про который покупатель обязательно расскажет продавцу. В крайнем случае придумайте ключевое слово, которое покупатель должен будет сообщить продавцу, — но такой вариант работает чуть хуже. Магазин в свою очередь будет знать, что все покупатели с флаером или ключевым словом приходят именно от вас.

В данном случае работа обычно идет через офлайн-рекламу, а также через интернет-рекламу с использованием геолокации. Например, показывать товар можно через таргетированную рекламу только тем людям, которые находятся в определенном районе города.

Если хотите обойти технические сложности, можете реализовать другую модель: с помощью фрилансеров генерировать заявки, например, через Avito в регионах, и продавать их в CPA-сеть, оффер которой работает по всей России.

Работает это следующим образом.

1. Самостоятельно тестируете эту модель (как будто вы фрилансер). Ищете оффер в CPA-сети или бизнес, который можно рекламировать на всю Россию (или СНГ) и который позволяет импортировать заявки. Тестируете спрос на Avito или другом ресурсе (смотрите на количество входящих звонков), передаете заявки в бизнес.

Далее – считаете «математику» (сколько заявок может сделать в среднем один человек из регионов, сколько вы можете с этого зарабатывать, чтобы вам было интересно).

2. Нанимаете фрилансеров из регионов, где небольшая зарплата. Оплата фрилансерам идет за количество одобренных заявок и составляет обычно около 50% от цены заявки. Важно рассчитать, чтобы фрилансер мог зарабатывать более 150 \$ в месяц на этих заявках, если будет адекватно работать.

3. Их руками генерировать и оформлять эти заявки. Например, они могут делать объявления и принимать информацию на свои телефоны. Важно: чтобы отследить количество заявок от каждого фрилансера, вам потребуется для начала Excel и метки (каждая метка соответствует отдельному фрилансеру).

4. И далее лидов продавать в CPA-сети или в бизнесы, которые позволяют импортировать заявки. Это происходит обычно так: фрилансер вбивает данные лидов по своей ссылке с меткой и отправляет в CPA-сеть.

5. Масштабируете: урезаете хосты, делегируете управление, автоматизируете часть процессов и подливаете больше трафика.

Это масштабируемая модель, которая технически проще, чем предыдущая. Также можно попробовать использовать роботов для однотипных действий.

ПРОСТОЙ ПРИНЦИП РАЗВИТИЯ ВАШЕГО ДЕЛА

или масштабирование

Вы получили большое количество технологий по партнеркам, трафику, лидогенерации и другим технологиям. Масштабирование сводится к главной мысли: увеличивайте и дополняйте то, что уже работает. Давайте разберемся, как же можно увеличить доход, поставить на поток, и перейти к полупассивному доходу.

УВЕЛИЧЕНИЕ ДОХОДА, или Быстрые лайфхаки для увеличения прибыли как минимум на 20–30%

Самый простой способ увеличить ваш доход на 20–30% на партнерках — написать в службу поддержки партнерки и попросить у них более высокие комиссионные. Основанием для повышения комиссионных будет служить увеличение трафика — вы пообещаете налить им больше, чем обычно. Тут желательно сдерживать это обещание. В большинстве случаев, если вы уже показали стабильные результаты, вам ответят согласием. Получается, что вы можете увеличить свою чистую прибыль на треть, просто написав сообщение.

Второй способ — определите, что у вас лучше всего работает. Мы не просто так изучили аналитику. Оцените все рекламные каналы и способы, которые были наиболее эффективны. И вместо того чтобы запускать в работу что-то другое, сосредоточьтесь на успешных технологиях. Повышение прибыли таким путем пойдет гораздо быстрее.

Кстати, если будете запускать новые проекты, то старайтесь делать такие, которые будут перекликаться с вашими предыду-

щими — так вы сможете добиться синергического эффекта. Например, к партнеркам вы можете прикрутить ваш собственный инфобизнес.

Третий способ — так называемые «перекрестные партнерки». Один и тот же трафик (одни и те же настройки трафика) можно лить на разные партнерки. Например, я лил одну и ту же аудиторию из группы «ВКонтакте» на две партнерки — на проект Игоря Бибина и на проект Павла Колесова — просто в разные дни. В цифрах получалось следующее: я вкладываю 200—300 рублей и получаю 3000 рублей с каждой рекламы с партнерки Бибина. И, вкладывая столько же в рекламу Колесова, я получал около 5000 рублей на том же самом трафике!

Первое время, когда я еще не знал всех особенностей, я лил один трафик только на одну партнерку. А потом понял, что аудитория готова покупать разные продукты одной и той же тематики. Более того, те люди, которые не купили в первой партнерке, могут совершить покупку в другой. Поэтому если лить на две партнерки одновременно, то можно увеличить прибыль за 1 день. Таким образом, я поднял свой доход более чем на 120%.

Если у вас уже есть эффективно настроенная реклама, например, в «Яндексе» или в какой-нибудь тизерной или баннерной сети, то вы можете взять эти настройки, найти подобную партнерку и лить на нее. Просто попробуйте это внедрить, и вы увидите — люди будут нормально покупать. Те, кто не купил у первого, купит у второго. А есть люди, которые купят у обоих.

Еще пример по инвайтингу. Например, у вас есть группа, из которой вы инвайтите на партнерку по бизнесу и которая показывает хорошие результаты. Теперь инвайтите на обе партнерки поочередно. Важно: технически продвижение каждой из партнерских программ должно отличаться. Не рекомендую говорить в одном посте / объявлении сразу об обеих партнерках — всегда разделяйте их. Например, создавайте разные «ме-

роприятия» (тип группы) и / или объявления для каждой партнерки.

Рекомендация для продвинутых: подобную «перекрестную монетизацию» можно делать и с ретаргетом на прокладках. Допустим, у вас есть прокладка, где вы собираете базу ретаргетинга. Тех людей, которых вы собрали, вы также можете лить на разные партнерки.

Кроме того, код ретаргетинга можно поставить так, чтобы он собирал тех, кто перешел с прокладки на сам лендинг. В этом случае людей в группе ретаргетинга на нем будет меньше, чем в прокладке, потому что не все будут переходить с прокладки на лендинг. Но те, кто перейдет, будут целевыми. Таким образом, чтобы сэкономить бюджет, вы можете показывать нужную рекламу только целевым людям (отсеив совсем холодную аудиторию).

Если лендинг вам не принадлежит, то дайте задачу техническому специалисту (например, на фрилансе) — чтобы он сделал отдельную группу ретаргетинга для аудитории, которая будет переходить с вашей прокладки. В двух словах это работает через редирект: аудитория перенаправляется на субпрокладку (это дополнительная прокладка, которая невидима). На ней стоит отдельный код ретаргета и новое перенаправление уже на лендинг. Отчасти про это мы уже говорили в разделе про платный трафик.

Четвертый способ — делать больше трафика. Можно нанять сотрудника, который будет делать рутинные вещи, в том числе те, которые приносят бесплатный трафик и которые пока что делаете вы. Альтернатива — вкладывайте больше денег в платный трафик, таким образом, увеличивая его.

Пятый способ (для продвинутых) — набирать свою базу. Новичкам в первую очередь важны быстрые деньги и понимание процессов. Когда вы становитесь более опытными — на первый план выходит стабильность. Вы можете набирать вашу базу либо

в e-mail, либо в соцсетях. Когда наберете, эту аудиторию можно монетизировать много раз.

Предполагается, что в будущем трафик будет очень дорогим. И хорошо жить будут те, у кого большие собственные базы из фанатов. Более того, имея свою базу, вы можете начать свой инфобизнес.

Лучше всего собирать базу под работающую и эффективную партнерку (чтобы к вам сразу шли деньги). Один из наиболее эффективных способов сбора базы — дать целевой аудитории что-либо бесплатное за их контакты. Тогда они с большей охотой будут оставлять контактные данные (подписываться), а вы быстро сможете собрать приличное количество людей. Лучше всего давать что-то простое по той же теме, по которой идет реклама партнерки.

Например, компания инфобизнес2.ру недавно продавали тренинг «Продажи со стула 5» (пятый поток тренинга «Как эффективно продавать на вебинарах»). Продали так хорошо, что за две недели до тренинга все места были раскуплены. Модель здесь такая — можно взять похожий тренинг из папки «Free» на <http://infobusiness2.ru/>. Например, в папке «Free» лежит тренинг «Продажи со стула 1» (первый поток). И если у вас есть доступ к партнерке <http://infobusiness2.ru/partnerprogram> и вы хотите продавать одну из более поздних версий этого же тренинга, тогда вы можете сделать магнит, повесить на него форму сбора контактов и выдавать первую часть тренинга бесплатно в обмен на контакты.

Подобную рекламу можно настроить на аудиторию инфобизнесмена, когда он запускает продажи новой части тренинга. Разумеется, прежде чем взять бесплатный продукт автора в качестве своего магнита, это следует согласовать с поддержкой автора.

Приведу еще один пример. Недавно в очередном потоке «Старта 2» Андрей Парабеллум вел специализацию «лаунч-менеджер», «менеджер запуска», где участники отрабатывали похожую стратегию. Одна из слушательниц, которая стала потом

его лаунч-менеджером, взяла бесплатный продукт «Быстрые деньги в Интернете». Быстро сделала на конструкторе сайтов красивую подписную страницу и начала отдавать этот тренинг только за контакт. За репост или комментарий (то есть уже публичное действие) можно было получить вторую версию. Таким образом, за короткое время ей удалось набрать несколько тысяч человек целевой аудитории, которым в дальнейшем можно продавать похожие или более продвинутые тренинги. Эта история — яркий пример того, как можно взять что-то бесплатное и сделать на него сбор контактов.

Варианты бесплатных продуктов по выбранной теме, которые можно отдавать в обмен на контакты:

- чек-листы,
- майнд-карты,
- тренинги в записи,
- серия полезных видео,
- книги.

В ряде случаев можно найти такой полезный продукт в Интернете без автора и отдавать его. Здесь очень важно, чтобы формат бесплатного продукта подходил вашей аудитории и ей было удобно и привычно изучать его.

В этой модели — лейте трафик сначала на вашу базу. Далее через посты или серию писем подогревайте потенциальных клиентов: пишите полезные вещи, чтобы ваша аудитория начала вам больше доверять и, в идеале, наблюдать за вами. Далее монетизируйте: шлите ей продающие письма, рекомендуйте продукты либо запускайте ваши тренинги.

У этой модели есть и минус: с базой нужно постоянно работать и пополнять ее. Впрочем, если вы будете посылать ей качественный контент, то эти люди станут вашими фанатами и будут готовы покупать у вас или по вашей рекомендации практически все.

Дублируйте базу в разные каналы — чтобы они подписались на ваши аккаунты в соцсетях и попали в ретаргетинг. Так ваша база будет чаще видеть ваш контент и все больше вами интересоваться.

Шестой способ – партнерки через личный бренд. Вы можете продавать, не имея продукта. Можно выстраивать личный бренд на определенную тему, показывая компетенцию в чем-то, что вы делать физически и постоянно не хотите. И просто делегировать заказы тем, кто хочет этим заниматься. При этом люди часто платят не за услугу, а за то, что вы в ней есть. Технических специалистов миллион, а вот таких, которым можно доверять, не так много. Если вы грамотно выстроите ваш бренд, вы можете через него продавать заявки в другой бизнес.

Здесь очень важно, чтобы партнер был проверенный (от сервиса зависит ваш бренд). И если вдруг он ошибется, вам нужно будет быстро искать нового партнера.

Как создать личный бренд? У вас должна быть компетенция в трафике. Брендинг – это большое количество трафика на вашу персону и работа с этой аудиторией. Для выстраивания бренда вы можете пойти, например, на тренинг инфобизнес2.ру Парабеллума и строить свой инфобизнес, прикручивая к нему партнерки. Вы можете через тренинги вырастить в себе инфобизнесмена, собственный бренд и монетизировать его через партнерки.

КАК ЗАПУСТИТЬ ИНФОБИЗНЕС ЧЕРЕЗ ПАРТНЕРСКУЮ МОДЕЛЬ

или сам себе режиссер

Вы находите эффективные партнерки, темы которых вам интересны. В них вы можете подсмотреть наиболее популярные продукты и работающие воронки. Учитывая то, что вы уже знаете, как генерировать трафик, вы легко сможете сделать что-то свое. Не рекомендую полностью копировать воронку один в один. Лучше сделайте собственную и запустите ваш инфобизнес, моделируя то, что работает.

Если хотите получить больше дополнительной информации, то есть множество тренингов Андрея Парабеллума по этой теме, например Инфобизнес 1.0.

Хочу, чтобы вы поняли здесь две вещи.

1. Люди покупают не только тему, но и бренд.
2. Хорошо зарабатывают те, кто умеет хорошо продавать и генерировать трафик.

КАК МОНЕТИЗИРОВАТЬ СВОЕ ИМЯ И ИЗВЕСТНОСТЬ

или личный бренд

Допустим, ваш личный бренд уже приобрел некий вес в профессиональной среде и у вас появилось влияние на людей. Что вы можете сделать, не имея продукта?

Первое — запускать «совместные курсы». У вас уже скопилось определенная база, и вы можете вместе с партнером, у которого есть достаточно большая компетенция, запустить совместный курс. При этом вы ведете небольшую часть этого курса. Основную часть ведет ваш партнер. В итоге вы как бренд получаете дополнительное продвижение, деньги — и все это занимает у вас 10–20% времени курса. Более компетентный партнер, который не имеет личного бренда, ведет все остальное. В этом деле очень важно, чтобы курс был на самом деле полезным и ценным.

Кстати, если вы новичок и вам пока сложно работать с партнерами, но в то же время вы отлично разбираетесь в какой-то теме, то вы точно так же можете найти себе партнера с известным личным брендом и создать совместный курс.

Имея бренд, вы можете делать «масштабные связки». Например, вы можете выступать на тематических конференциях и делать массовые вбросы. Например, выступая на бизнес-аудиторию, вы можете сказать, что занимаетесь созданием лендингов с гарантией результата. Как правило, после основной части в перерыве слушатели подходят к выступающим с вопросами и желанием заказать (если вы правильно преподнесли, чем занимаетесь), и тут вы можете собрать базу теплых контактов, чтобы в дальнейшем передать этих людей исполнителю.

Еще один вариант — присутствие на конференциях в качестве слушателя. В этом случае вы можете взять слово во время выступления (например, задать вопрос), и, представляясь, вы аккуратно проговариваете ваше УТП (уникальное торговое предложение), делая тот самый вброс под аудиторию. После конференции к вам обратятся люди, которым интересен продукт, о котором вы говорили. Здесь важно не конкурировать напрямую со спикерами, а именно дополнять.

КАК ПРОДАВАТЬ ПРОДУКТЫ ПАРТНЕРОВ С ПОМОЩЬЮ СВОИХ или арбитраж через курсы

Следующая модель – это арбитраж через курсы. Вы можете сделать какой-нибудь курс с очень привлекательным предложением, чтобы лить трафик самому или подключить партнеров. В идеале, чтобы с рекомендации вашего курса партнеры зарабатывали больше, чем со своих. Через контент этого курса вы можете допродавать другое обучение или услуги по партнерской ссылке.

В последнее время люди стали плохо приходить на бесплатные вебинары, а вот на платные, наоборот, хорошо. И, налив на платный курс, вы можете на вебинарах продавать и рекомендовать другие бесплатные или платные продукты. Таким образом, вы выстраиваете ваш бренд и в то же время постоянно зарабатываете на допродажах.

И, пожалуй, самое интересное – вы можете сотрудничать с крупными инфобизнесменами и приглашать их выступить у себя. Таким образом, вы можете подружиться с теми, кто вам нравится. И что интересно – дать много ценности аудитории.

Здесь так же, как и в классическом арбитраже трафика, нужно считать цифры. Сколько вложили в трафик, сколько заработали с курса, сколько зарабатываете с допродаж. Исходя из этих данных, можно оптимизировать модель.

КАК УСПЕШНО РАБОТАТЬ С ПАРТНЕРОМ

или командная работа

Для новичков есть упрощенная командно-партнерская модель работы в партнерках. Если посмотреть на партнерки, то часто процесс генерации денег можно разделить на два этапа.

Приведу пример. Некоторое время назад я работал с Денисом Коршуновым. Чтобы заработать, надо было найти базу, договориться с владельцем базы, написать письмо, подобрать партнерку, разослать. Всю работу можно было разделить на два этапа – работа с базами и техническая работа, например, написание писем.

Простая базовая командная работа сводится к тому, чтобы один человек взял на себя один этап, другой – второй. И получается некий конвейер: каждый делает то, что ему больше нравится или лучше получается. В данном случае Денису было проще работать с базами, а мне – заниматься техническими вещами.

Соответственно, для более эффективной работы вы можете найти человека, который вас дополняет. Желательно, чтобы он был примерно на одном с вами уровне или чуть выше. Далее вы договариваетесь о совместной работе и разделении обязанностей. Прибыль делите по договоренности – обычно это 50 на 50.

Когда вы нашли работающую модель и хотите ускориться – возьмите партнера, который вас дополняет.

КАК СНЯТЬ С СЕБЯ РУТИННЫЕ ЗАДАЧИ

или делегирование

Перейдем к более интересным вещам: к делегированию. Одно из основных отличий фриланса от бизнеса в том, что во фрилансе вам приходится постоянно принимать участие в процессе, а в бизнесе вы можете наладить систему, и она будет работать на вас. Если вы на время выходите из бизнеса, он продолжает работать и приносить вам прибыль.

Вы можете делегировать основные бизнес-процессы. Например, для начала — взять помощника, который будет решать рутинные задачи и проблемы под вашим руководством. Главное в делегировании: сотрудник зарабатывает вам деньги (или экономит время), и часть заработанных денег вы выплачиваете ему.

Существуют два психотипа — «процессные» люди и «результативные» люди. Процессным нужна детальная пошаговая инструкция. Результативным — четкая задача и основные шаги.

Самый простой способ узнать, какой перед вами человек, это спросить у него: «ты когда в вузе учился, ты все делал в последний момент или системно?» В первом случае вы имеете дело с результативным человеком. Во втором — с процессным. Пока вы новичок и у вас нет четких инструкций (а иногда и полного понимания процесса), лучше нанять в качестве помощника результативного человека. Когда у вас появятся четкие инструкции, вам лучше подойдут процессные люди.

На следующем этапе вы нанимаете фрилансеров или команду, которая помогает вам выполнять определенные задачи. Причем важно, чтобы сотрудники были более эффективны, чем вы в делах, которые вы им передаете. Их компетенция в поручен-

ных им задачах должна быть выше. Запомните: вы не можете знать всего, вокруг много людей, которые гораздо лучше вас разбираются в некоторых вопросах. Ваша задача найти их и платить за то, чтобы они были лучше вас.

Идеальный вариант тот, при котором сотрудники хотят с вами работать в первую очередь из-за вашего бренда, а не просто за зарплату. В этом случае их мотивация будет выше — как и результативность.

Некоторые вещи можно автоматизировать. Например, можно написать скрипт, чтобы какие-то процессы работали на автомате. Мало того, что роботам не надо платить, они еще и меньше ошибаются. Самый простой пример — это добавление в друзья новых контактов в социальных сетях. Делать это можно как руками, так и роботом.

В любом случае, прежде чем делегировать и нанимать людей, надо прописать процессы, которые вы делаете. И нанимать людей и создавать скрипты строго под имеющиеся задачи.

Если у вас не получается делегировать и чувствуете некий потолок / страх / дискомфорт — попробуйте делегировать / автоматизировать то, что вы делаете, через сознательное ограничение доступа к вам. Как вариант, можно уехать в какую-нибудь теплую страну, где плохой Интернет. Например, на Кубу или Мальдивы. Тогда вы будете стремиться все быстро заделегировать, чтобы отдохнуть. Когда есть четкая привязка к позитивной цели — вы не можете не делать.

КАК ПЕРЕЙТИ К ЗАРАБОТКУ «НА АВТОМАТЕ» или полупассивный доход

Как я уже отмечал ранее, с неба деньги не падают и пассивный доход сам по себе не появляется. Чтобы он был, надо, чтобы кто-то активно работал на вас. При этом все равно нужно время от времени что-то подкручивать и проверять.

Есть очень много инфобизнесов, которым не хватает трафика и которые хотят найти себе партнеров, способных этот трафик предоставлять. Можно прийти в эти инфобизнесы, договориться с ними об обучении их партнеров и поставить это на «автопилот». Кстати, в идеале приходиться к тем инфобизнесменам, у которых вы уже хорошо заработали на партнерке и заслужили их доверие.

Он видит, что вы достаточно компетентный человек, потому что уже заработали на его партнерке 50–100 000 рублей.

Предложите ему провести курсы для его же партнеров – чтобы каждый обеспечивал ему трафик. Собираете вебинар, продаете на этом вебинаре, получаете деньги, обучаете всех и встраиваете этот курс, записанный в автоворонку для партнеров инфобизнесмена.

Получается, что первый раз вы делаете все самостоятельно, ставите это на поток, а дальше процессом занимаются уже инфобизнесмен и его команда. Ему это выгодно и очень ценно, потому что он получает с этого больше денег и больше трафика. Конечно, со временем этот курс выгорает, и нужно будет подкручивать (если вы хотите, чтобы это долго работало). Но к тому моменту у вас уже, вероятно, будет команда, и ее руками можно реализовать львиную долю работы.

АЛГОРИТМ, КОТОРЫЙ ПРЕВРАТИТ ПОЛУЧЕННЫЕ ЗНАНИЯ В ДЕЙСТВИЯ И ДЕНЬГИ или стартуем

Как теперь применить все полученные знания на практике? Делюсь с вами пошаговой технологией, как вам быстро сделать все дела, которые у вас скопились. Если вы, конечно, хотите их быстрее сделать.

Эта технология подходит для заданий из тренингов и собственных идей / проектов. Особенно вам этот раздел будет актуален, если у вас возникал вопрос: «Блин, у меня столько идей / проектов / дел, как их успеть сделать?»

Такое бывает, и часто у нас с вами скапливаются дела. Давайте разбираться, как это можно быстро решить. Прежде чем начать, хочется, чтобы вы понимали, зачем вам это вообще нужно. Есть несколько базовых причин.

1. Вы хотите достичь ваших целей, но по каким-то причинам не доходят руки до всех задач. И вас это не устраивает.

2. Кроме того, разгрузив голову, вы сможете вырасти в деньгах и, конечно же, повысить самооценку

Прежде чем начнем, вам следует понять, что эта технология про разовость. Не надо постоянно жить в таком бешеном темпе, т. к. он быстро изнашивает человека. Ведь работать надо головой, а не 8 часов в сутки, верно?

1) Для начала следует выделить день, два или столько, сколько нужно для выполнения этих дел. Здесь есть 2 правила.

– Выделить столько, сколько хватит. Не надо выделять сильно больше или меньше. Почему? Об этом второе правило.

– Правило дедлайнов. Суть в том, что задача выполняется за то время, которое вы на нее отвели (утрировано). Помните: когда надо было что-то срочно сделать, вы как-то это делали / находили? Конечно, не всегда, но зачастую.

Соответственно, ваша задача – выделить сутки-двое на выполнение задач. Это когда день почти полностью посвящаете этим делам.

2) Отметьте этот день или два у себя в календаре – так больше шансов, что вы не будете отлынивать. Кроме того, чем раньше вы выделите этот день и займетесь разбором ваших дел, тем лучше. Не откладывайте до следующего месяца или года.

Вам задание прямо сейчас – запланируйте в ближайшие 3 дня выделить «день разборки дел». Пока не сделали – не читайте дальше. Я серьезно.

3) Как только этот день наступил, ваша задача сделать так, чтобы вы не отвлекались на входящие звонки, сообщения в соцсетях, родственников и т. д., пока вы работаете.

Для этого следуйте двум правилам.

– Выделите место в квартире или где-то еще (например в кафе), где вы ТОЛЬКО работаете. Никак не смотрите смешные картинки или отдыхаете. А только работаете. Это нужно, чтобы у вас появилась привычка (условный рефлекс) работать, не отвлекаясь на ерунду.

– Отключите внешние раздражители. Предупредите, чтобы вас не отвлекали, отключите звук в соцсетях, поставьте телефон на беззвучный режим. Когда закончите дела, вы сможете перезвонить.

Есть так называемая «математика раздражителей». Допустим, на один звонок вы тратите всего «5–10 минут». Вроде бы немного. Но на включение в работу после звонка требуется еще

минут 10. Получается, что всего три звонка отнимают у вас около 1 часа вашего самого ценного рабочего времени.

Надеюсь, теперь вам понятно, почему следует отключать телефоны и все «раздражители».

4) Небольшой лайфхак, как можно увеличить вашу эффективность: пейте витамины. Это то, что может очень ускорить и зарядить вас.

Кроме того, важно высыпаться. Это дает больше энергии, повышает эффективность действий, что в свою очередь экономит время и дает более осознанные действия.

5) Разберем, как правильно планировать дела.

Первым делом следует выписать все ваши дела, которые вы хотите сделать сейчас или в будущем без докруток и без оптимизаций.

Просто выпишите все, чтобы разгрузить голову. Это можно сделать и заранее, собрав все дела в отдельный общий текстовый документ.

Вот вам задание прямо сейчас – сделайте, пожалуйста, отдельный текстовый документ и запишите туда 3–10 дел, которые вы хотите сделать в ближайшем будущем, которые первые в голову приходят.

Проще всего работать с задачами в Google-Таблицах, т. к. очень удобно хранить материалы удаленно и иметь доступ к ним в любой точке мира, вне зависимости от устройства.

6) Давайте теперь оптимизировать.

– Удалите лишние дела. Те дела, которые вы осознанно понимаете, что вам особого смысла их делать нет. Очень часто это то, что вы вроде как «обещали и должны» сделать, но никак не доходят руки. Хотя это уже никому не нужно. Просто позвольте себе убрать эти дела из вашей жизни.

– Посмотрите, что вы можете делегировать (например, фрилансерам), чтобы уменьшить количество дел у вас лично.

– Выделите те дела, которые хотите сделать в ближайшие дни (так чтобы вы успели). А также те, которые предстоит выполнить в долгосрочной перспективе.

7) Расставьте приоритеты в выполнении задач. Определите, какие дела важно сделать в первую очередь, во вторую и то, что не важно.

Например, если у вас стоит основная задача больше зарабатывать:

– на первом месте будут дела, которые приносят деньги быстро,

– на втором – те, которые приносят деньги в перспективе,

– на третьем – рутинные дела (например, постирать вещи).

8) Как вы, наверно, догадались, самые важные для вас дела – из первого пункта. С ними и начинаем работать (т. к. они самые ценные).

Разбейте их на группы, по которым будете делать, = т. е. совместите похожие типовые дела. Для чего? Похожие дела можно сделать подряд вместе, чтобы не отвлекаться на переключение. Это делаем сначала только для дел первого приоритета.

9) Ок, когда вы это осуществили, переходим к следующему пункту – ДЕЛАЕМ. Делаем по группам дела из 1-го самого важного приоритета.

Очень важно, чтобы вы сохраняли вашу эффективность в процессе работы. Для этого делайте перерыв каждый час либо после смены типа процесса (если он был достаточно длительным). Как выполнили все дела из 1-го приоритета – отдохните побольше и съешьте няшечку =) чтобы ваш мозг понимал, что сделать дела это приятно.

Думаю, вы заметили, что ваше состояние и настроение очень влияют на вашу продуктивность. Иногда бывает так, что не хочется работать, а иногда – сворачиваются горы.

Есть такое состояние, в котором ваши дела получаются быстрее. Когда «прет» и много энергии. Одно из самых ресурсных настроений – это «интересно». Это когда вам интересно, что произойдет.

Постарайтесь почаще находиться в состоянии интереса, и вы увидите, что ваши дела реализуются быстрее и что у вас получается и качественнее их реализовать.

10) Ок, поехали дальше. Как разобрались с 1-ым приоритетом, продолжаем с остальными делами по аналогии: разбейте на группы по типу оставшиеся дела (можно совместить похожие дела).

И делайте с периодическими перерывами (примерно на каждый час дел по 5–10 минут). Как сделаете – опять большой отдых + няшечка. Возможно, вы удивитесь – но надо просто взять и сделать по шагам. И вы увидите, что сделали огромную часть дел за день и что вы большой молодец.

Итак, вы получили очень сильную, емкую инструкцию о том, как зарабатывать. Если вам было актуально, добавляйтесь в друзья в соцсетях к Игорю Крестинину: <https://vk.com/id51417572>, а также получите бесплатные подарки к книге здесь: <http://1000podpischikov2.ru/>.

Этот контент всегда будет у вас в голове и всплывет в нужные моменты. Поэтому идите, создавайте ваш бизнес и пробивайте ваши потолки.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Почему эта книга заслуживает внимания	5
Разговор на одном языке	8
Сколько можно зарабатывать на партнерках?	11
Почему «умная книжка» не всегда помогает	12
Технология заработка первых денег на партнерках за 3 дня	16
Как превратить разовый заработок в постоянный	21
Разбираем типы партнерских программ	23
4 способа выбора заведомо прибыльной партнерки	27
Как зарегистрироваться в партнерке	29
Как выявить самый прибыльный продукт в линейке	31
5 очень важных моментов перед началом работы	33
Где брать лидов	36
Как начать с минимальными вложениями или без них	39
Масштабирование бесплатного трафика	43
Модель заработка на партнерках без вложений	45
4 способа получить бесплатно поток целевых лидов	47
Персональная работа с лидами	57
Беспроигрышный способ запуска рекламы	58
Трехшаговая модель генерации платного целевого трафика	60
Как «дожать» лида до покупки	64
Правила работы с CPA-сетями	66
Способ заработка от 50 т. р. в месяц без вложений	69
Как выгодно «продать» подписчика	75
Особенности продажи лидов не инфобизнесменам	79
Простой принцип развития вашего дела	84
Как запустить инфобизнес через партнерскую модель	90
Как монетизировать свое имя и известность	91
Как продавать продукты партнеров с помощью своих	93
Как успешно работать с партнером	94
Как снять с себя рутинные задачи	95
Как перейти к заработку «на автомате»	97

Алгоритм, который превратит полученные знания в действия и деньги	98
--	----

Игорь Крестинин

Как делать деньги, не выходя из дома. С пошаговым
планом заработка 1000\$ в месяц
Бизнес на партнерских программах

Дизайнер обложки Юлия Орtiz
Корректор Татьяна Исакова