

Когда я купил свой первый компьютер, то обнаружил в коробке две инструкции.

Одна представляла собой обычный цветной плакат, на котором было наглядно изображено, как подключить мышь, клавиатуру и монитор — словом, как собрать оборудование и начать им пользоваться буквально в считанные минуты.

Вторая же имела вид толстого буклета с подробнейшим изложением основ программного обеспечения, перечислением клавиш быстрого доступа и прочих инструментов, помогающих извлечь из устройства максимум пользы.

Согласно проведенным исследованиям, около 60 процентов людей отказываются от твиттера после первой недели знакомства с ним, и причина (я убежден!) заключается в том, что они так и не выходят за рамки простейшего набора инструкций. Они настраивают профиль, пробуют стать фолловерами других пользователей (то есть постоянными читателями их твитов), пары-другой знаменитостей, размещают несколько твитов на тему «что я сейчас делаю» и смотрят, что из этого всего выйдет. Этим все и ограничивается.

К сожалению, у них просто не было другой, более развернутой, инструкции.

Пока не было. Именно поэтому мы и решили взяться за дело.

Твиттер изменил мою жизнь и жизнь сотен моих клиентов, читателей и учеников. В то время как многие люди отказываются от этого средства коммуникации, так и не добившись ничего толкового, мы с огромным успехом пользуемся его преимуществами для налаживания и развития бизнес-связей.

Твиттер не просто забавная игрушка или сервис для дружеской болтовни с друзьями и знакомыми. Благодаря возможности общаться в режиме реального времени твиттер стал сегодня эффективным информационно-поисковым механизмом налаживания и поддержания бизнес-контактов; им пользуются специалисты многих областей деятельности. Почему? Потому что он помогает решать целый ряд важных задач:

- привлекать новых клиентов, партнеров и поставщиков;
- следить за новостями в отрасли, за конкурентами и клиентами;
- быстро находить решение текущих проблем;
- быть в курсе результатов последних исследований, мнений, успешно вести конкурентную разведку;
- приобретать новые навыки;
- устанавливать новые и поддерживать имеющиеся деловые контакты;
- открывать выгодные с экономической точки зрения маркетинговые возможности.

К сожалению, большинство людей упускают этот потрясающий шанс — и все потому, что просто не знают того,

что уже знаю я и о чем за последнее время узнали многие мои ученики.

Им еще не открылись возможности твиттера.

Если вы в твиттере абсолютный новичок, рекомендую прочесть эту книгу от корки до корки. Если же вы в сети дока, можете просто пропорстить текст и выбрать новые идеи, которые покажутся вам интересными.

Итак, приступим!