

Введение

Маркетинг:

теперь бесплатно!

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

Я вовсе не против расходов на маркетинг; однако дело в том, что самые эффективные стратегии распространения информации могут теперь ничего не стоить.

Несколько лет назад, не потратив ни цента на маркетинг и рекламу, мы с партнером основали один из моих клиентских сайтов, на момент написания этой книги насчитывавший около девяти тысяч клиентов. Тысячи подписчиков еженедельно заходят на сайт и ежемесячно платят за доступ к персонализированному контенту и предоставляемым тренингам. Не стану приводить здесь его название — это не важно. Главное, что сайт — всего один из множества источников постоянного дохода, которые я создал, вообще не платя за маркетинг.

И дело не в том, что я против траты денег. Просто я обнаружил, что в наше время самые эффективные из возможных стратегий — бесплатные или почти бесплатные.

Маркетинг и реклама словно вырвались из тисков прежних, всеми признанных стратегий управления. Даже если вы бросите читать книгу на этом месте, вы уже усвоили важнейший урок — сегодня маркетинг не стоит денег: скажем спасибо интернету.

[<<<](http://kniga.biz.ua) Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Примечательные факты о клиентском сайте, который ведем мы с партнером

- Мы с партнером никогда не встречались, но мало этого — мы даже и не разговаривали никогда! Тесно сотрудничая свыше трех лет, ни разу не имели повода побеседовать. Мы всё обсуждаем по электронной почте. Он живет в Австралии, я — в США. Мы вовсе не избегаем друг друга; просто из-за разницы во времени нам так удобнее. Найти надежного маркетинг-партнера никогда не было так просто, как в наши дни, однако этой возможностью мало кто пользуется.
- За несколько долларов в месяц мы управляем списком адресов примерно из 14 000 человек, заинтересованных в информации о продуктах, предлагаемых на нашем сайте. В рассылках мы продвигаем собственные продукты, а также в завуалированной форме сообщаем о качественных продуктах других компаний, которые производят нам за это партнерские отчисления. В результате лояльные подписчики приносят нам сотни тысяч долларов — и никаких расходов на маркетинг.
- Мы находим новых клиентов для своего сайта не в последнюю очередь благодаря базе лояльных подписчиков. Мы поощряем их распространять о нас информацию, выплачивая процент с выручки за каждого приведенного ими подписчика (с некоторой натяжкой это можно назвать расходами на маркетинг). В интернете такая схема называется «партнерский маркетинг»; это эффективный бесплатный способ завоевать аудиторию. Данный вид маркетинга построен на принципе «оплата по результатам». Я называю его бесплатным и рассказываю о нем в данной книге.
- Сайт — не единственный источник дохода для меня, но и остальных случаях мой бюджет на маркетинг и рекламу отсутствует или стремится к нулю. Когда бухгалтеры видят цифры, они не верят своим глазам. И все же, невзирая на мизерные затраты в этой области, я один из главных клиентов бухгалтерии, ведь я веду несколько процветающих направлений бизнеса.

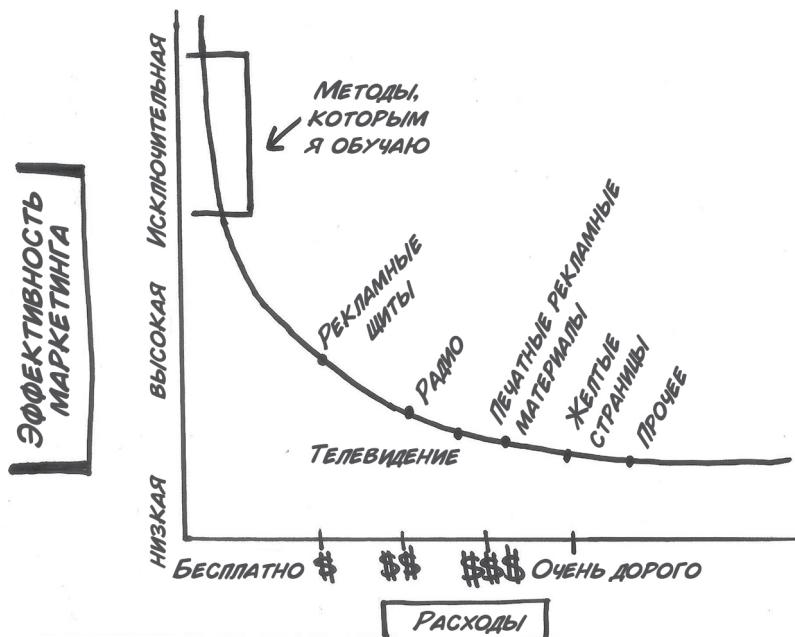
Фокус ценой в 36 000 долларов: бесплатный маркетинг на eBay!

Некоторое время назад я проводил на eBay аукцион со стартовой ценой в один доллар. Победитель получал право стать моим соавтором и оставить себе всю прибыль, которую принесет общая книга. В итоге лот был продан за 36 000 долларов, а победитель аукциона Стюарт Тернбулл недавно сказал, что благодаря нашей работе приобрел невероятно полезный опыт. Кроме того, с тех пор он придумал свои источники дохода — автоматизированные и без маркетинговых затрат.

Популярность, за которую никто не платил, новые читатели и подписчики, приобретенные в ходе аукциона, оказались для меня более ценными, чем приятный денежный бонус.

Каковы же были мои маркетинговые расходы? Плата за аукцион на eBay — несколько сотен долларов.

Я хотел бы научить вас видеть маркетинг так, как сам его вижу.



Для кого эта книга?

Вполне вероятно, что у нас с вами много общего. Я деловой человек, и вы тоже. Людям, которые пытаются изменить мир вокруг себя, так же свойственно заниматься делом, как дышать, потому перейду сразу к сути.

Если позволите, я помогу вам решить, стоит ли тратить время на чтение этой книги — частично или (если вы человек дотошный) полностью.

На вашем месте я задал бы следующие вопросы:

1. Поможет ли эта книга расширить мой кругозор или развить бизнес?
2. Легко ли применять идеи из этой книги?
3. Нужно ли читать книгу полностью, чтобы извлечь пользу?
4. Действительно ли бесплатны все методы, описанные в этой книге?

Если вы хотите развить бизнес, обрести сторонников своей идеи и донести ее до окружающих, привлечь посетителей на сайт, поделиться своим изобретением или даже мечтой, эта книга определенно для вас. Ее цель — помочь вам осуществить все это.

Помогут ли мои методы?

Я считаю, что помогут. Сам я не раз убеждался, особенно когда речь идет о творческом использовании интернета как эффективного и недорогого (а чаще всего бесплатного) маркетингового средства.

Свыше ста тысяч человек платили мне за советы по маркетингу и ведению бизнеса, которые я давал посредством консультирования, в книгах, через клиентские сайты и т. п. Обычно такое общение плодотворно для обеих сторон. Каждый раз я не только учу других, но и учусь сам.

Пример из практики

Мне стоило нечеловеческих усилий убедить клиента — специалиста по недвижимости — бесплатно раздавать учебник, на создание которого он потратил тысячи долларов и колоссальное количество времени. До этого он продал всего несколько экземпляров. Как только он последовал моему совету, мы тут же начали зарабатывать десятки тысяч долларов в месяц на консалтинговых контрактах.

Регулярно сталкиваясь с интересными людьми и проектами, я начал коллекционировать идеи эффективного маркетинга. Я наблюдал, как эти идеи работают в моем бизнесе, а также в бизнесе моих студентов и клиентов: в большинстве случаев эффект сохраняется почти десять лет. За все время никто не делал крупных вложений в рекламу или маркетинг. Поразительно, что этот новый мир маркетинга и распространения информации доступен каждому.

Эту книгу не обязательно читать от корки до корки. Не все идеи подойдут вам, но, надеюсь, большинство сгодится.

В этой книге — калейдоскоп идей, которые можно легко воспринять и быстро воплотить. Все очень экономичные, если не вообще бесплатные. Дело не в экономии как таковой, а в эффективности маркетинга.

Большинство моих стратегий затрагивает использование интернета как мощного средства маркетинга, однако некоторые с интернетом не связаны.

Книга состоит из трех основных разделов. Первые тридцать две главы помогут вам заявить о себе в интернете, а также создать или укрепить свою репутацию. В них я рассматриваю новые принципы и правила, которым необходимо следовать, чтобы достичь успеха в экономике, построенной на виртуальном общении и неограниченном свободном потоке информации.

В середине книги, в главах с тридцать третьей по семьдесят седьмую, я рассказываю, как вызывать к себе доверие и расширять сферу влияния. Ваше заявление о себе должно быть ярко, убедительно, информативно. Также я стремлюсь донести до вас простую мысль: самые влиятельные и успешные среди нас люди — те, чья аудитория удовлетворена полученной информацией.

Третий раздел — от семьдесят восьмой главы до конца книги. Прочитав их, вы окажетесь подготовлены к любым неожиданностям в будущем. Излагаются принципы, позволяющие сохранять актуальность и убедительность, привлекать интерес в любых условиях. На протяжении всей книги я упоминаю о сервисах и сайтах, предлагающих средства или ресурсы, которые могут вас заинтересовать. Этим сайтам и сервисам я посвятил отдельную страницу в интернете по адресу www.101FreeMarketing.com.

Джим Кокрум,
www.101FreeMarketing.com