

Часть 9

Маркетинг: вглубь, а не вширь

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

С девятой части начинается второй раздел этой книги, и мы переходим к стратегиям, позволяющим укрепить свой авторитет и завоевать искреннее доверие реальных и потенциальных клиентов.

Добиться этого позволяют всемирные сети, связывающие нас между собой различными способами, все многообразие которых мы еще не до конца осознаем.

В наше время возможности глобальной реализации идей для крошечных нишевых рынков почти бесконечны. Даже у самого мелкого предпринимателя или автора контента есть шанс получить широкое признание за границами своего географического региона.

Пришло время становиться лидером.

Абсолютно любое хобби, страстное увлечение или продукт, у которого есть хотя бы небольшой круг фанатов в мире, нуждается в лидере. Это ваш шанс стать главным экспертом в мире. Чем более узкая у вас специализация, тем лучше. В поисках сторонников сегодня нужно мыслить не вширь, а вглубь.

Даже если ваша компания устанавливает прилавки с едой на ярмарках и блошиных рынках, вы можете прославиться на весь мир, если поделитесь успешным опытом. Почему бы вам не написать курс для обу-

чения менее опытных продавцов (или тех, кто планирует заняться этим бизнесом)?

У вас есть потенциальная аудитория во всем мире! Продавайте курс на eBay и обзаведитесь своими приверженцами.

Странно звучит?

Тем не менее многие уже реализуют эту идею. На eBay есть человек, который именно этим и занимается вот уже несколько лет — каждую неделю стабильно продает свои курсы. Он решил, что не хочет просто расставлять тележки с едой, и сейчас может с легкостью назвать себя экспертом в своей нише, где к его советам прислушиваются сотни клиентов.

Если вы сможете недорого или бесплатно предоставлять качественную информацию и завладеете вниманием людей, транслируя убедительную идею, то вы завоюете доверие аудитории.

Вас интересуют примеры из моей практики?

Мои нишевые сферы деятельности:

- «Онлайн-консультант для офлайн-предпринимателей»: я помогаю интернет-предпринимателям воплощать свои маркетинговые умения в реальном бизнесе, который в этом отчаянно нуждается. В результате появился сайт www.offlinebiz.com.
- «Эксперт по созданию различных креативных источников дохода»: обучаю предпринимателей и неработающих родителей различным стратегиям поиска источников дохода (www.mysilentteam.com и www.jimcockrum.com).
- «Эксперт по маркетингу для новых проектов»: я рассказываю компаниям и частным лицам, как создать круг лояльных приверженцев практически для любого занятия или продукта при помощи электронных рассылок и маркетинга в социальных сетях (www.listbuildingclass.com).
- «Творческий маркетинг на eBay»: я могу обучить вас использовать eBay и другие торговые онлайн-площадки как надежный источник постоянных клиентов (www.silentsalesmachine.com).
- «Консультант интернет-предпринимателя»: здесь я делясь собственными средствами и идеями, которые упрощают путь к успеху в интернет-бизнесе.

Хотя все эти ниши тесно связаны, я решил не останавливаться на одной сфере деятельности. Вы ограничены только временем, желанием и своими представлениями о проекте.

Создание качественного контента и привлечение лояльных приверженцев во все сферы деятельности делает меня влиятельным. Доказательств моего звания «главного эксперта в мире» становится все больше. Об этом я расскажу в следующей главе.

Глава 33

Быстро стать главным экспертом в мире

Назваться «главным экспертом в мире» мне посоветовал Пол Хартунян. Тогда он позиционировал себя главным в качестве эксперта по личным взаимоотношениям. По словам Пола, одна только сила этого статуса заметно подтолкнула его к успеху в нише с довольно высокой конкуренцией. Его не беспокоило противостояние с другими экспертами. Пол сосредоточился на том, чтобы создавать качественный контент, подтверждающий его право на это звание в сознании последователей. Статус сам по себе — весомый аргумент. Весь мир ищет в интернете экспертов, и простое решение называться таковым откроет вам двери, которые иначе не открылись бы, даже если ваш опыт сосредоточен в узкой нише.

Например, меня часто просили дать интервью на радио или в газетах, просто потому что мое имя постоянно мелькало в интернете в сопровождении слов «эксперт по онлайн-аукционам». Журналисты часто делают простой поиск в Google, чтобы найти нужных консультантов для статьи, и если они пишут на тему «Онлайн-аукционы» или на другие темы, с которыми связан мой контент, есть шанс, что их «радар» зарегистрирует мое имя. Если мне хватит смелости называться экспертом, люди охотно поверят. Никто еще не оспаривал мое право на этот статус. Начните создавать контент, связанный с вашей узкой, но глубокой нишней, и уверенно

назовите себя главным экспертом. Миру нужны лидеры. Просто не забудьте подкрепить свою позицию качественным контентом.

Предлагаю вам историю о том, как подписчик моего информационного листка уверенно создал себе круг приверженцев во всем мире на основе опыта в сравнительно небольшой нише.

Найдите применение своему опыту!

Десять лет я руководил школой боевых искусств. Я создал ее с нуля — без кредита и образования, а теперь школа насчитывает примерно двести учеников. В какой-то момент я почувствовал, что могу рассказать о боевых искусствах много такого, о чем нельзя прочитать в популярных изданиях.

И я написал книгу. Мне неинтересно было просто продавать ее, получая пару долларов с каждого экземпляра. Я метил выше.

Тогда я как раз начал серьезно изучать маркетинговые стратегии продвижения продукции и информации в интернете. Поначалу мне пришлось туттут, но спустя несколько лет я справился с начальными трудностями, и вокруг моей книги образовался неформальный культ. Я добился этого благодаря скромному освещению в прессе, задолго до того как социальные сети стали играть существенную роль в вирусном маркетинге. В основном я полагался на органические результаты поиска, устные рекомендации, а также на PPC-объявления.

Отрадно сознавать, что множество тренеров по боевым искусствам, прочитав мою книгу, сейчас успешно возглавляют собственные школы. Безусловно, это самая большая награда за продвижение моих идей.

По правде говоря, без таких парней, как Джим Кокрум, которые бесплатно делятся своими знаниями и опытом в интернете, я бы никогда не постиг все премудрости онлайн-маркетинга. Спасибо Джиму и массе других интернет-консультантов по маркетингу, которые помогали мне на этом пути. Их так много, что всех и не упомнишь.

Майк Месси,
www.small-dojo-big-profits.com

Некоторые данные о бизнесе Майка: в данный момент у него 2200 лояльных подписчиков. Свыше ста владельцев школ ежемесячно платят ему за участие в клиентском сайте. По оценкам Майка, он продал свыше 3000 своих отчетов, книг, аудиозаписей и учебников. Также он платно консультирует многочисленных владельцев школ, доверяющих его советам.

Глава 34

Ищите славы на форумах

Чтобы утвердиться в качестве эксперта на любом рынке, лучше всего принимать участие в самых оживленных форумах, где присутствует ваша целевая аудитория. Однако нельзя добиться успеха на дискуссионной площадке, если все время пытаться что-то продать.

Чтобы вызвать к себе доверие, необходимо быть отзывчивым, открытым и скрупулезным, отвечая и оказывая помошь другим участникам форума.

Обратите внимание, какого успеха достигли мои клиенты Стивен и Лена Сашен, маркетинговая деятельность которых была основана на участии в форумах.

Мы перенесли интернет-маркетинг в каменный век.

Мы создали сайт www.invisibleshoe.com для продажи «босых» сандалий. Это современное воплощение идеи, которая возникла еще десять тысяч лет назад. Сейчас мы ежемесячно продаем более четырехсот пар «невидимых сандалий»; общий доход превышает 15 000 долларов и продолжает расти. Мы собираемся выпустить четыре новых продукта (по многочисленным просьбам клиентов) и ожидаем резкого повышения показателей в ближайшие пару месяцев, даже притом, что планируется продавать сандалии зимой.

Также пятьдесят розничных магазинов заявили о желании распространять нашу продукцию (мы рассчитываем довести их количество до пятисот к концу первого года розничной торговли).

Первая продажа у нас состоялась через шестнадцать часов после запуска сайта. Спустя три месяца мы с женой уволились с постоянной работы. Теперь мы сотрудничаем с группой консультантов, которая помогла Reebok увеличить капитал с миллиона до миллиарда долларов, и сами надеемся через год достичь восьмизначного показателя.

Методы продвижения, которым мы научились на www.offlinebiz.com, оказались актуальными и для нашего бизнеса, не ограниченного определенным регионом. Рассказы Джима о чрезвычайной ценности добавления контента на видеосайты вдохновили нас записать массу видеоклипов, и мы намерены продолжать в том же духе.

Мы использовали две основные стратегии продвижения сайта:

- Участие в форумах, где уже обсуждался бег босиком. Мы не раскручивали свой продукт, просто присоединились к разговору и в конце каждого сообщения добавляли простую подпись, где указывали, что на нашем сайте можно бесплатно посмотреть видеоуроки по изготовлению «босой» обуви.
- Распространение видеоуроков на YouTube и других видеосайтах, где я показывал, как сделать наш продукт, не предлагая ничего покупать! Я подробно описывал технику изготовления сандалий из подручных предметов.

Выводы:

Я выяснил, что людей привлекает человеческое присутствие. То есть чем больше вы (и ваши сотрудники) заметны и доступны в интернете, тем активнее реагируют ваши потенциальные клиенты. А чем активнее они общаются с вами (или с вашими сотрудниками), тем теснее их связь с вами и вашей продукцией. А чем теснее эта связь, тем больше они хотят иметь с вами дела. И этого нельзя достичь механически; вы должны быть искренними.

Не бойтесь бесплатно делиться большим объемом информации — во время забегов ко мне подходили десятки спортсменов и показывали обувь, которую изготовили по моим инструкциям. Сами они ничего у меня не купили, но посоветовали мою продукцию знакомым, а те стали моими клиентами. И, возможно, однажды я создам продукт, который они не смогут сделать самостоятельно и решат его купить (собственно, я практически уверен, что рано или поздно это произойдет).

Стивен Сашен,
www.InvisibleShoe.com

Не буду даже перечислять великое множество подобных историй успеха, свидетелем которых я был за последние десять лет. Все они начинались точно так же. Масса успешных предпринимателей начинали или значительно расширяли свой бизнес, просто общаясь с единомышленниками на форумах. Общаясь и оказывая необходимую помощь людям, вы вскоре начнете замечать тенденции и потребности других участников обсуждения. И неизбежно возникнет потребность, которую вы можете удовлетворить и извлечь из этого прибыль, сотрудничая с теми самыми единомышленниками.