

Po co ściągać i marnować czas.....



Marketing w Internecie

Technika i umiejętność pisania
jako podstawy marketingu

Wraz z eBookiem, który właśnie zakupiłeś otrzymujesz **pełne prawa do dalszej sprzedaży i dystrybucji** tej publikacji (sugerowana cena 25,00 zł).
Możesz także używać tego eBooka do celów marketingowych bez żądania opłat - na przykład jako bezpłatny BONUS do Twoich produktów i usług pod warunkiem **nie dokonywania żadnych zmian** w treści i formie publikacji, którą otrzymujesz.

Słowo wstępne

Słowa to bez wątpienia najpotężniejsze narzędzie każdego biznesu, które jest jednocześnie najbardziej ignorowanym. Używanie tego narzędzia właściwie, oznacza różnice pomiędzy sukcesem a fiaskiem, między usatysfakcjonowanym klientem, a żadnym klientem.

Prawdą jest twierdzenie że słowo jest najpotężniejszą bronią, nie maczuga, karabin, czy bomba atomowa. Pamiętaj, wszystko zaczyna się od słów!
To słowa dają nadzieję, miłość, konflikty i wojny, a więc ważmy i ceńmy słowa!

W marketingu narzędziem tym jest anons, oferta, materiały reklamowe itd., bez względu jednak na formę, różnica w umiejętności przekazania informacji oznacza wręcz nieprawdopodobne różnice rezultatów.

Wszystko to co osiągamy, każdy zarobiony grosik, każdy sukces jest rezultatem ogłoszenia, listu, czy oferty którą piszemy do kogoś.
Prosty list, koszty koperty, papieru i znaczka, czy też darmowy e-mail a rezultat może być dramatyczny. Pomimo to nazbyt wiele ludzi nie rozumie potrzeby i korzyści jakie przynosi umiejętne posługiwanie się słowem pisany. Inni wiedzą lecz nie mają pojęcia jak to zrobić.

Ten raport ma na celu pokazanie Ci jak to funkcjonuje w profesjonalnym świecie marketingu. Pokażemy Ci jak prosty list, prezentacja, czy anons może ci przynieść zawrotne zysku. Nauczymy cię jak sukcesywnie budować przychylność i zaufanie klientów, gdyż zaufanie to kluczowe słowo w marketingu. Umiejętność przełamania podejrzliwości klienta i pozyskanie jego zaufania to 80% każdej udanej transakcji.

Jeśli jesteś jako przedsiębiorca zmęczony wydawaniem pieniędzy i marnowaniem czasu na zamieszczanie ogłoszeń, których nikt nie zauważa i pragniesz poznać prawdziwe sekrety pisania prezentacji i ogłoszeń, które funkcjonują i które będą napędzały tłumy odwiedzających do Twoich stron domowych, czy też drzwi firmy, to zostałeś posiadaczem właściwego produktu!

Gratulujemy !

Czytaj więc uważnie ten raport gdyż każdy przy odrobinie wyobraźni i treningu może się nauczyć pisać doskonale prezentacje. Wszystko co musisz zrobić to czytać, analizować i szukać odniesień w tym czym się zajmujesz aby następnie wykonać wszystko według pewnych podanych poniżej zasad i wzorców.

Surfując w sieci i odwiedzając wiele znanych stron marketingowych można się natknąć na prezentacje i listy przewodnie wielu słynnych ludzi marketingu, jak: Joe Vitale, Mike Enlow, Korey Rudle, Mark Joyner i dziesiątki im podobnych nazwisk o światowej sławie.

Co czyni że prezentacje tych ludzi przynoszą firmom miliony ?

Czytając je i zadając sobie to pytanie można bez trudu zrozumieć jakie tajemnice kryją się za ich sukcesami.

Ta tajna broń przynosząca im takie sukcesy a którą najprędzej można zauważyć czytając ich prezentacje to, to że piszą zwracające na siebie uwagę nagłówki, pod którymi dopiero jest motywujący czytającego tekst.

Piszą często tak dobrze że nie można się powstrzymać aby czytać do końca to co mają do zaprezentowania. I choć to brzmi dosyć nieskomplikowanie to tak naprawdę nie jest to aż takie proste gdyż aby pisać ogłoszenia które sprzedają równie dobrze jak lody w upalny dzień, wymaga pewnej praktyki, dużej znajomości ludzkiej psychologii i ukrytych w nas słabości.

To są właśnie te mechanizmy które Ci wyjawimy na stronach tego raportu.

Zanim jednak zaczniemy pragnę wyjaśnić Ci jak niezmiernie ważną jest właśnie ta część kursu, ten pierwszy zeszyt. Pamiętaj że sztuka pisania, sztuka przekazywania swoich myśli jest decydująca dla Twojego sukcesu.

Nic nie jest tak ważne jak marketing i sztuka komunikacji w biznesie i jeśli sztuki tej nie opanujesz w pełni to pamiętaj że nie ważne są usługi czy też produkty jakie oferujesz, gdyż każde przedsięwzięcie będzie niepowodzeniem jeśli nie potrafisz w porównywalny sposób przekazać innym tego co masz im do zakomunikowania.

Masz więc tylko dwie możliwości jeśli pragniesz odnieść sukces:

- # zostać samemu mistrzem komunikacji, lub
- # zlecić prowadzenie tego komuś kto nim jest.

Trzeciej możliwości nie ma więc jeśli nie wybierasz którejs z powyższych to lepiej nie marnuj czasu i pieniędzy na uruchamianie własnego biznesu, gdyż nie będziesz miał szansy na prawdziwy sukces w Internecie.

Internet jako medium wymaga od nas specyficznych umiejętności.

Znasz powiedzenie z życia, że jak cię widzą tak cię piszą jest to niezwykle ważnym tak w życiu jak i w biznesie gdyż jako sprzedawca czy agent w fizycznym świecie nie odniesiesz sukcesu jeśli Twój wygląd, higiena osobista, czy sposób zachowania pozostawia coś do życzenia.

W internecie nie odgrywają wszystkie te mechanizmy żadnej roli i to co pozostaje, to co tylko świadczy o Tobie jako człowieku jest języka jakim się posługujesz i wygląd prezentacji które świadczą o Tobie.

Problemem jest że większość firm inwestuje często ogromne pieniądze w wygląd swoich stron domowych, nie zwracając większej uwagi na prezentacje (lub być może nie wiedzą jak się to robi) co w efekcie też jest błędem gdyż schludne i proste strony domowe wystarczą jeśli

prezentacje są wystarczająco interesujące. Posiadanie wspaniałych stron domowych i nawet wspaniałych produktów jest tragiczną pomyłką jeśli prezentacje

które mają sprzedawać nie spełniają pokładanej w nich roli.

To tak jak gdyby iść do wspaniałej restauracji w której praktycznie wszystko jest, lecz gdzie przyjmujący zamówienie kelner jest niechlujny i brudny.
(piąty rozdział tego raportu dotyczy zagadnień związanych z funkcjonowaniem i rolą stron domowych)

Popatrz proszę przez chwilę na Twoje własne doświadczenia.

Powiedz mi ile stron w internecie odwiedziłeś które wspaniale wyglądały a z których nie mogłeś się doczekać kiedy znikniesz ? I pomyśl też ile odwiedziłeś innych gdzie pomimo skromnego wyglądu zostałeś dłużej,

przeglądając je z zapartym tchem.

Dlatego też musisz mieć to w pamięci zanim zaczniesz składanie swoich stron domowych, że nikt nie wyciągnie portfela tylko dlatego że Twoje strony atrakcyjnie wyglądają. Uczynią to tylko wtedy gdy potrafisz ich ekscytować, motywować i przekonać słowami! Jaki z tego można wyciągnąć wniosek ?

To proste- Twoje strony domowe powinny być budowane wokół wspaniałych prezentacji a nie prezentacje przystosowywane do jakiejś tam szaty graficznej.

RECEPTA ?

Rozwiązaniem jest zdobycie solidnej wiedzy na temat Internetu jako medium, jak i techniki i psychologii marketingu online, aby dopiero wtedy rozpocząć tworzenie własnych koncepcji i zacząć wydawać pieniądze na domeny, miejsca na serwerach i tworzenie stron domowych.

W tym celu aby zrozumieć czysto koncepcjonalnie, co w internecie funkcjonuje, lub też nie, przeczytaj proszę: Butiki Tematyczne

Pierwszym stadium tej nauki jest właśnie pisanie poprawnych prezentacji marketingowych i nagłówków, gdyż wszystko zaczyna się od słów i kończy na słowach.

Zeszyt ten da Ci podstawy tworzenia własnych materiałów marketingowych, anonsów i promocji.

To ogromny zastrzyk skondensowanej wiedzy na temat techniki pisania prezentacji komercyjnych i dlatego też jesteśmy pewni że będziesz powracał do tych materiałów raz po raz,
być może przez długie miesiące !

MAGIA SŁÓW I STYL PISANIA

1. Lista sformułowań i słów, których należy unikać

Słów tych i sformułowań unikaj w swoich prezentacjach komercyjnych, gdyż niszczą możliwości sprzedaży (podane są tylko proste formy choć dotyczy to wszystkich odmian danego słowa):

"Kup, Kontraktuj, Zły, Śmierć, Trudny, Obawa, Niepokój, Podatki, Trudności, Sprzedawać, Transakcja, Błąd, Niepowodzenie, Dług, Należność, Koszt, Zobowiązanie, Decyzja itd.."

Te słowa i im podobne kreują pewne negatywne asocjacje w podświadomości i należy ich za wszelką cenę unikać. Trzymaj się z daleka od większości czasowników abstrakcyjnych i pasywnych, gdyż te osłabiają Twoje wypowiedzi.

W języku marketingu nie używa się słabych sformułowań to nie polemiki akademickie ani opowieści. Nie używaj *"sfinalizować transakcję"*, tylko *"podpisz kontrakt"*, lub, nie pisz *"zwiększyć swoje zyski"*, tylko *"zarób więcej pieniędzy"*.. Język musi być aktywny i dosadny, nie elegancki i literacki !

Nigdy nie używaj słabych słów wprowadzającymi czytającego w stan wątpliwości, takich jak: *Gdyby, Jakby, Może, Prawdopodobnie, Być może, Chciałbym, Przymuszczenie, itd..* Są to słowa o wątpliwej mocy i sile przekonywania dlatego też unikaj ich w takim stopniu jak to tylko jest możliwe. Nie powołuj się też w prezentacjach na opinie innych, typu:

"Oni Twierdzą", "Specjaliści potwierdzają" i wiele temu podobnych gdyż jeśli ONI wiedzą lepiej to dlaczego kupować coś od Ciebie?

Pamiętaj to TY jesteś autorytetem !

Jest to prosta zasada, używając słów w prezentacjach marketingowych staraj się zastanawiać jakie asocjacje i odczucia one wywołują.

Popatrz na prosty przykład, na proste i nic niby nie znaczące słowo *"ale"*, gdzie i w jakich okolicznościach jest jednak najczęściej używane ? Słowo to łączy zdania główne z podrzędnymi i najczęściej w takich kontekstach gdzie zdanie podrzędne jest zaprzeczeniem zdania głównego!

Każdy z nas ma wbite w podświadomość negujące znaczenie tego słowa !

Słyszeliśmy je tysiące razy już od dziecka:

"Kaziu jesteś wspaniałym facetem, bardzo Cię lubię, ale nie pasujemy do siebie...",

"Nie mogę bez Ciebie żyć, ale spróbuję..." - wiesz już o co mi chodzi? To niewinne słowo czyni ze zdań o pozytywnym znaczeniu negację tego co zostało powiedziane.

Prosto to ujmując, oznacza to że wszystko to co zostało powiedziane przed ale to

zwykle uprzejme bzdury!!

2. Nie do odparcia słowa kreujące sprzedaż !

Magiczne nie do odparcia słowa które przyciągają uwagę czytelnika do Twoich anonsów, prezentacji i stron domowych to:

Ty , Jedyne, Wolny, Darmowy , Mistrzowski , Potęga , Odkrycie , Lekko, Gwarantowany, Tajemnice , Miłość , Pieniądze , Nowy , Naukowy , Wypróbowany Rezultat , Nieprawdopodobny , Odkryj , Przełom , Skarb , Sekret , Prywatny , Cash , Szokujący , Wyjawiony, Ukryty , Zyski , Biznes , Zdziwiający, Bezpieczny, Korzyść, Pieniądze, Szczęście, Radość, Wypróbowany, Szybki, Jak Ty , Jak, Teraz, Wartość, Łatwo, Twoje itd., Zdrowy, Naturalny, Magia, Komfortowy, Wygodny, Dumny, Luksusowy, Rozwiązanie, Dobrobyt, Sex, itd...

a więc wszystkie te które mają pozytywne asocjacje i pachną troszeczkę sensacją, dobrym życiem i mistycyzmem !

"Tajemnice Wyjawione, Naukowo Wypróbowana Strategia Gwarantująca Podwojenie Zysków W Przeciągu Miesiąca"

"Sekrety Robienia Pieniądzy, Których Specjaliści Nie Chcą Być Znać, Tajemnice Wyjawione w Tym Oto Raporcie"

Potęga słów, jak to widać w podanych przykładach, jest zakodowana w podświadomości każdego człowieka, gdyż każdy zna dramatyczną wagę ich znaczenia. Gdy używasz słowa "Odkrycie" , kojarzy się ono z czymś sensacyjnym nowym, co ktoś wyjawia "tylko" czytającemu, przywiązując jego uwagę i wywołując nie do odparcia ciekawość. Podobnie silne emocje mogą też wywoływać pewne negatywne określenia, czy też straszne, gdyż w równej mierze wywołują w naszej podświadomości silne emocje.

Popatrz na następujące słowa: *Wojna, Kataklizm, Zbrodnia, Przystępstwo* i wiele podobnych które też mogą zostać użyte w negujących czy też zaprzeczających czemuś nagłówkach.

Odkrycie czegoś nowego w kontekście pieniędzy, może czytającemu dać pewne korzyści jeśli się pospieszy i będzie jednym z pierwszych.

Ludzie kochają odkrywać "**Sensacje**" i słowo to fascynuje każdego, gdy tylko go zobaczy. Podobne znaczenie ma "**Przełom Naukowy**" przyciągając wzrok każdego kto go zobaczy.

Ja sam nie ominę nagłówka który zawiera te słowa i jeśli tylko następujący po nagłówku tekst zawiera coś co może mnie zainteresować, to jestem pierwszym klientem.

Szczególnie gdyby była mowa o marketingu i wszelkich sposobach zarania pieniędzy, to naturalnym jest że chciałbym to znać, jeśli ktoś coś nowego wymyślił.

Używając tych sformułowań przyciągasz uwagę maksymalnej liczby ludzi z których pewien procent to Twój klienci docelowi.

Pamiętaj że wszyscy kochamy wyjawione sensacje, uwielbiamy ukryte skarby i sekrety, rzeczy sensacyjnie nowe i odkrywcze, jak też wypróbowane i gwarantowane metody.
Zawsze to lubiliśmy i zawsze będziemy !

Instalując prezentacje na swoich stronach domowych dopatrz tego aby się ukazywały poprawnie u wszystkich użytkowników, a więc tych którzy mają karty video nastawione na rozpuszczalność obrazu: 640x480, 800x600 i 1024x768. Ważnym jest też aby zarówno Explorer jak i Netscape pokazywały ten sam obraz! Pracuj nad tym tak długo aby w każdym z tych formatów obraz wyglądał doskonale, gdyż inaczej będzie Cię to kosztowało utratę klientów i pieniędzy.

3. Pisać ekscytujące nagłówki

Oto skrócona lista najważniejszych punktów, o których musisz pamiętać pisząc prezentacje.

"Nagłówek, To Ogłoszenie, Ogłoszenia !"

Twój list przewodni, Twoje ogłoszenie może być wręcz nieprawdopodobne, lecz gdy twój nagłówek nie uchwyci uwagi przeglądającego stronę, to nie będzie czytał tekstu. Musisz zrozumieć jak nieprawdopodobnie wielkie znaczenie mają nagłówki, to ponad 80% efektywności Twojego ogłoszenia, gdyż niewielu czyta tekst pod nie interesującym nagłówkiem.

Jednakże musisz też testować same nagłówki i porównywać rezultaty!.
Gdyż jeden nagłówek potrafi dać 10 czy nawet 20 krotnie lepszy rezultat niż inny. Są na to dowody że książki które się cieniutko sprzedawały, w chwili gdy wydawca zmienił tytuł stawały się bestsellerami.

Mocne nagłówki mają krzyknąć o korzyściach które przyniesie choćby czytanie tekstu.

Oto kilka przykładów efektywnych nagłówków:

" Sensacja, Międzynarodowa Grupa Marketingowa Wyjawia Sekrety Jak Zarobić Fortunę w Internecie".

"Chcesz Wiedzieć Jak Były Bokser Bez Doświadczenia, Zarobił 247 650 złotych w Internecie ?".

"Jak dodatkowo zarobić 445 zł tygodniowo, bez umiejętności i inwestycji"

Tu podaje przykłady kilku innych nagłówków, które były wielkim sukcesem.

"Wyobraźcie Sobie, Harry i Ja, Byliśmy w Fortune Magazine"

Ludzie uwielbiają osobiste historie.. kto to Harry i Ja? I dlaczego w Fortune Magazine?

"Sekrety Sukcesu Ludzi Takich Jak Ty"

Tu łatwo zauważyć dlaczego to było sukcesem, gdyż trudno napisać coś bardziej bezpośredniego. Nagłówek ten uderza w potrzeby które ma każdy, a słowo sekrety i sukcesu przyciągają uwagę.

"Jak Się Pozbyć Kompleksu Niższości"

Nagłówki "Jak" zawsze wzbudzają zaciekawienie. A korzyści wynikających z pozbycia się tego kompleksu potrzebują miliony ludzi. Jest to proste, bezpośrednio i rzeczowe !

"Przestępstwa Jakie Codziennie Popołniamy Przeciwko Naszym Żołądkom" Słowo "przestępstwo" jest niezwykle mocnym słowem i automatycznie przyciąga uwagę czytającego i po chwili ulgę i zaciekawienie... no to jakie przestępstwa popełniamy..

"Jak Zarobiłem Fortunę na Głupim Pomyśle"

To moc paradoksu ! ten nagłówek wzbudza dziką ciekawość. Jak on to zrobił ?.. na głupim pomyśle, a może bym ja tak...

"Jak Pozyskać Wpływowych Przyjaciół i Oddziaływać na Ludzi"

Jeszcze jeden bezpośredni nagłówek przemawiający do potrzeb każdego i zaspakajający to podstawowe pragnienie akceptacji i pozycji w stadzie.

Stwórz w pierw nagłówek który zaciekawia, czy ekscytuje.

Pamiętaj że masz na siebie kilka sekund aby uchwycić uwagę czytającego i motywować go do dalszego czytania. Twój nagłówek musi po prostu motywować do dalszego czytania i co dziwne negatywne nagłówki działają najlepiej.

Przykład:

"Przestań popełniać te błędy, odkryj 10 sposobów na poprawienie rezultatów sprzedaży" Taki nagłówek powinien zatrzymać uwagę każdego kto zajmuje się sprzedażą. "Skończ z robieniem rzeczy które szkodzą Twojej firmie.." i pod spodem "i odkryj 16 sposobów na to jak to robić poprawnie". Zaletą takich nagłówków jest to że zaciekawiasz, ekscytujesz, czy też oburzasz czytającego, tym samym motywując go do sprawdzenia co się pod nagłówkiem kryje.

Oto następny, nieco bulwersujący:

" Nawet o tym nie myśl że nie otrzymasz pieniędzy z powrotem" i rubryka pod tym "gdyż nie musisz nam płacić"

Czy to zwróciło by Twoją uwagę ? Ludzie z reguły reagują na negacje, gdyż mamy to wbite w podświadomość od wczesnego dzieciństwa: "Nie ruszaj", "Zostaw", "Nie dotykaj", "Nie wolno", "Przestań", czy też po prostu NIE.

Słowa te asocjują się nam ze wszystkim tym negatywnym co przeżyliśmy w dzieciństwie, są rzeczy które słyszeliśmy najczęściej i nigdy tego nie zapominamy.

Dlatego też szybciej reagujemy na negatywny bodziec niż na pozytywny!
Zaczynając dlatego anonsy od negatywnych nagłówek przyniesie Ci kilkakrotnie
szybciej pożądane rezultaty niż pisanie tylko:
"Specjalna okazja"

4. Paragrafy i zdania

Paragrafy i zdania mają być krótkie a styl przejrzysty, robi to tekst łatwiejszym do czytania i zrozumienia. Tekst ma być przejrzysty i zachęcający gdyż nic tak nie odstrasza od czytania jak gęsto nabite tekstem strony. Jest to tak zwana "Reguła Białej Przestrzeni"

List przewodni, czy twoje strony domowe solidnie wypełnione tekstem są trudne do czytania a teksty trudne do czytania nie przynoszą zysku !.
Czym łatwiejszy do czytania jest twój tekst, tym więcej zarobisz, kropka.

Pisz swoje teksty krótkimi sentencjami, krótkimi paragrafami i krótkimi podtytułami.

Tworzenie białych przestrzeni...robi tekst łatwym do czytania.
Stworzenia natomiast tekstu w typie "zwarte A4 " to makabra będąca tragiczną pomyłką która jest często nawet popełniana przez "specjalistów" od reklamy. Ludzie nie lubią się wyteżać nad tekstem od którego ich boli głowa, jeśli nie muszą tego robić.

O ile nie przeczytają - to nie zarobisz grosza, bez względu na to jak porywający był tekst i same produkty które oferujesz. To samo dotyczy Twoich stron domowych, czym łatwiej się je czyta, tym większe to przynosi korzyści. Pamiętaj też aby tło było naturalne i w spokojnym kolorze, aby po prostu nie powodowało oczopląsów.

5. Krótkie słowa i sentencje przynoszą zyski.

Krótkie słowa i sentencje mają ten sam efekt jak "Białe Przestrzenie".
Ułatwiają czytanie prezentacji, a czym łatwiej jest czytać twoje teksty, tym więcej zarobisz pieniędzy.

§ Powtarzaniem tej prawdy 1000 razy nie było by wystarczającym, bo nic nie zabija tak zainteresowania jak solidnie wypełniona tekstem strona A4.

§ Nie torturuj potencjalnego klienta językiem literackim, to nie ta dziedzina sztuki. Pisz językiem mówionym i zaczynaj zdania gdy potrzeba od " I, Gdy, A, Dlatego" itd., gdyż w języku mówionym jest to kontynuacją myśli.

§ Nie bądź zbyt delikatny i "ogródkowy", pisząc górnolotnymi przerośniami, w obawie że kogoś urazisz, obawiaj się jedynie abyś nie zanudził.

§ Pisz językiem bezpośrednim używając zwrotu "Ty", gdyż kierujesz się do jednego klienta a nie przemawiasz na wiecu.

Jeśli nie będziesz umiał pisać krótkimi mocnymi sentencjami trafiającymi do serca czytającego, to stracisz jego zainteresowanie i tym samym stracisz szansę zarobku. Krótkie myśli czynią twój tekst żywym, trzymającym w napięciu czytającego, nie pozwalając nikomu usnąć.

6. Pisanie porywających prezentacji nie przychodzi łatwo.

Nie oczekuj że uda Ci się to już za pierwszym razem. Piszą prezentacje jednego dnia, wracaj do nich następnego i czytaj je ponownie a szybko odkryjesz w nich wiele braków. Napisanie dobrej prezentacji potrafi tym sposobem zajmować doświadczonym ludziom marketingu nawet do miesiąca czasu ! Nie oczekuj więc że twoje kopie będą doskonałe w godzinach ! I pamiętaj - to ilość czytających i rezultat sprzedaży jest jedyną oceną jakości Twoich prezentacji a to dopiero widać w praktyce.

Gdy myślisz że już masz w 100% doskonałą prezentację to tutaj jest kilka rzeczy które musisz zrobić aby się wstępnie upewnić:
Zacznij od 3-5 niezależnych przyjaciół, a więc osób których opinii ufasz i poproś ich aby popatrzyli krytycznie na Twoją kopię. Prosząc aby Cię poinformowali o wszystkich błędach, przeoczeniach i stylistycznych niejasnościach. Ma to być tak krytyczne i obiektywne jak możliwe, gdyż sprawiając Ci przyjemność uprzejmościami mogą Cię narazić na straty !

Patrząc na swoją gotową prezentację zastanów się na istotnych detalach, dając sobie odpowiedź na to czy poniższych punktów nie możesz dodatkowo podkreślić, lub poprawić:

1. Czy mogę być bardziej interaktywnym?
2. Czy mogę powiększyć listę korzyści?
3. Czy mogę być bardziej konkretnym i jasnym?
4. Czy mogę zaoferować więcej wartości pozornych?
5. Czy mogę usunąć wątpliwości, lepszą motywacją i oświadczeniami?
6. Czy mogę to uczynić bardziej przekonującym ?
7. Czy mogę bardziej energicznie nawoływać do podjęcia decyzji?
8. Czy mogę zaoferować lepszy serwis, konsultacje?
9. Czy mogę zaoferować lepszą gwarancję ?

Na koniec podziel swój tekst na mniejsze paragrafy i skoncentruj się na poszczególnych paragrafach gdyż tym sposobem jest łatwiej skoncentrować się na detalach. Czym więcej czasu na to poświęcisz tym lepszy osiągniesz rezultat.

7. Stwórz akcję, wpływ na podświadomość klienta.

Jak pisać z magnetyczną siłą, tak porywająco aby czytano każde słowo!
Czy jesteś gotowy otworzyć podświadomość czytelnika, tak aby widział dokładnie to co chcesz aby widział ? i czoł to co chcesz aby czoł ?
Robi się to używając czasowników w tekście.
Czasowniki czynią że to co mówisz zaczyna żyć pełnią akcji, siły i magnetyzmu.
Używaj mocnych i aktywnych słów, typu:

Kreuj, Otwórz, Obróć, Odkryj, Trzymaj, Buduj, Znajdź, Wyzwól , Eksploduj, Złam, Zerwij, Uderz, Rozszarp, Upuść, Zostaw, Puść , Kopnij , Celuj, Ciąg, Chodź, Idź, Zrób, Zadzwoń, Tnij, Pchaj, Wstań, Wstrząśnij, itd..."

Przykłady korzyści docelowych zaczynające się czasownikami:

- # Stwórz nieograniczone możliwości zarobku zamieszczając strony domowe w internecie.
- # Osiągnij mistrzostwo w sztuce pisania !
- # Wyzwól potęgę możliwości budując bazy danych !
- # Przemień swój komputer w maszynę do robienia pieniędzy !
- # Daj sobie szansę zarobienia fortuny !

Jedno, czy dwu sylabowe czasowniki w formie rozkazującej określające akcje i czynności fizyczne nadają siły życia i akcji temu co piszesz.

Krótkie proste słowa i zdania, naładowane czasownikami stwarzają magnetyczną i pełną perswazji atmosferę. Czasowniki posiadają moc doprowadzenia podświadomości do stanu fermentacji, gdyż to podświadomość jest ośrodkiem reakcji i emocji.

Gdy czytający ma przed oczami tekst zawierający krótkie czasowniki, to odbierane są one przez podświadomość jako komendy. Dla twojej podświadomości stwierdzenie, " stwórz nieograniczone możliwości zarobku...", jest stymulantem do działania.

Nakaz ten steruje emocjami czytającego i możesz widzieć siebie, w akcji, tworzącego, robiącego, budującego, czy przedstawiającego góry, jest to pozytywną formą stymulacji i nakazu ! Wszystkie słowa, pisane, czy wypowiedziane, wywołują

reakcje a te reakcje które ty wywołasz decydują o tym ile pieniędzy zarobisz. Technika ta jest niezbędna aby stymulować, aby podniecić zmysły i odczucia czytającego.

Jedno jest pewne, jeśli napisany przez Ciebie materiał prezentacyjny nie wzbudzi emocjonalnych reakcji w Twoim czytelniku, to nie zarobisz pieniędzy ! Choć większość ludzi nigdy się nie przyznaje do tego że " tego typu reklama" na nich, logicznie myślących ludzi nie działa , to się mylą. Ci którzy tak myślą to wyraźnie nie mają pojęcia o mechanizmach funkcjonowania umysłu !

Popatrz tylko na propagandę faszystowską, czy komunistyczną, przecież był to populistyczny, krzykliwy i skrajnie prymitywny bełkot a jednak porwał miliony i w imię tego bełkotu zabito miliony współ ludzi!

Dlaczego o tym piszę? Pragnę po prostu Ci uzmysłowić jaką potężną moc mają słowa. Słowa potrafią wyłączyć logikę, jeśli ktoś się nimi posługuje po mistrzowsku.

Kiedyś Einstein powiedział że :
"Istnieją tylko dwie bezgraniczne rzeczy, to wszechświat i głupota ludzka, ale nie wiem które z nich jest większe"

8. Drobne uwagi

Na koniec kilka technicznych uwag na temat stylu pisania:

1. Trzymaj się z daleka od DUŻYCH LITER, czy też **DUŻYCH POGRUBIANYCH** jeśli jest to tylko możliwe. Przynajmniej nie pisz w ten sposób dłuższych zdań niż 3 słowa, bo styl ten utrudnia i zwalnia czytanie. Lepiej jest wszystko pisać małymi literami, powiększając rubryki, podkreślając ważne słowa, pociemniając je czy też zmieniając styl czy kolor czcionki. W ten sposób Twoja kopia będzie znacznie bardziej czytelna i mniej monotonna.

2. Pisz w ekscytujący sposób, motywując czytającego do tego aby pragnął przeczytać wszystko do końca. Pisz też anonsy i ogłoszenia w wąskich kolumnach, tak aby wypełniały dostępne miejsce od linii po linię, właśnie tak jak są wypełnione kolumny w gazetach. (i punkt 2 który teraz czytasz gdyż to czyni proces czytania i przyswajania dużo łatwiejszym.)

3. Pisz tak aby każda sentencja, każda myśl przechodziła płynnie w następną. Pamiętaj że to jest niezmiernie ważnym jeśli nie chcesz stracić czytelnika. Nie obawiaj się pisania długich kopii, gdyż jeśli piszesz poprawnie to ludzie wytrwają do końca. Mitem jest twierdzenie że długie kopie odstraszały czytających. Jest wręcz

odwrotnie i często
dobrze napisany list przewodni na 10 stron A4 może sprzedawać znacznie lepiej niż
taki który ma tylko pół strony.

4. Trzymaj w archiwum wszystkie dobre teksty które przyciągały klientów. Unikaj
też krzykliwych i przesadnych twierdzeń, gdyż teksty tego typu mają odwrotne
działanie, wzbudzają po prostu uśmiech współczucia. Kopie prezentacji które były
sukcesem zawsze można czytać, korzystać z trafnych sformułowań itd.. nie kopiuj
jednak całych paragrafów bez uprzedniej zmiany niektórych słów jeśli prezentacje
nie są Twoje.

5. Używaj podtytułów i rubryk aby wiązały wzrok.
Przerywaj tekst podtytułami, rubrykami, numerowaniem, punktowaniem
itd.. aby przyciągać wzrok czytającego, przerywając tym sposobem
monotonię tekstu. Twórz je w ten sposób aby brzmiały podobnie jak
nagłówki i rubryki. Trochę sensacyjnie i nowinkowo, obiecując swoim
istnieniem coś niezwykłego w następującym po nich tekście.
Podtytuły przyciągają wzrok pospiesznie przelatujący strony, zmuszając
do czytania. Pamiętaj że szczególnie w internecie tempo przeglądania
stron jest większe niż w gazetach. Zaopatrując prezentacje w mocne
nagłówki, zmuszasz czytającego do zwrócenia uwagi na te
najważniejsze i do czytania choć fragmentów tekstu.

6. Twoja kopia musi być bezbłędna.
Wolna od błędów stylistycznych i gramatycznych. Jeśli tylko pozostanie
w prezentacji jedno słowo napisane niepoprawnie, lub też niejasne lub
niedokończone zdanie to możesz skończyć drapiąc się po głowie i
zastanawiając się dlaczego nikt nie reaguje na Twoje prezentacje.
Twoja kopia musi być jasna w każdym aspekcie, gdyż inaczej ryzykujesz
to że otrzymasz setki listów od osób które będą prosiły o dodatkowe
wyjaśnienia. Jeśli natomiast prezentacja przejdzie bez odzewu to znaczy
że wykonałeś dobrą robotę !

7. Nie daj się nigdy złapać na rozpisywaniu się nad cechami produktu
który oferujesz. Musisz wyjaśnić jakie korzyści przynosi posiadanie
produktu, gdyż tylko korzyściami jest zainteresowany Twój potencjalny
klient. Przykład: "Ten produkt zaoszczędzi ci 45% czasu w wykonywaniu
tych samych czynności jakie wykonywałeś dotychczas" itd..
Pamiętaj że to korzyści sprzedają a nie kształty.

8. Pisząc posługuj się tak często jak to jest możliwe zwrotami "Ty",
"Tobie" itd.. Twój potencjalny klient musi rozumieć że korzyści o jakich
piszesz dotyczą jego a nie Ciebie! Pisząc "Twój produkt zostanie
dostarczony..." nie oznacza to samo co pisząc: " Produkt dostarczamy..."
Istnieją tu zasadnicze różnice psychologiczne dotyczące kwestii
przejścia czegoś na własność. Tekst marketingowy ma być bezpośredni
i prosty nie posługuj się zwrotami "Wy" i "Państwo" gdyż zwracasz się

bezpośrednio do jednego klienta a nie jego parafii.

9. Zawsze podawaj pełne dane kontaktowe.

Nigdy ale to nigdy nie ukrywaj się za Box.148 itd.. gdyż nikt nie robi interesów z anonimowymi postaciami. Musi być zawsze podany nie tylko pełny adres, lecz pełne dane kontaktowe jak telefony, e-maile itd.. tak aby zainteresowani tą formą kontaktu mieli do niego prawo. Tylko w ten sposób Twój potencjalny klient przejdzie do blankietu zamówień.

Zachowaj kontrolę.

W chwili gdy już posiadasz list przewodni, czy też ofertę która przynosi wystarczającą ilość zainteresowanych i klientów to łatwo jest się na laurach i rozkoszować się owocami życia.

Musisz jednak pamiętać że w marketingu żaden poziom sprzedaży nie powinien być wystarczający. Uwarunkowania rynku są niezwykle kapryśne do czego dochodzi również agresywna konkurencja, co czyni że należy bezustannie starać się doszlifowywać metody, próbować nowych, prowadzić analizy i testy nowych instrumentów, metod itd..

Rozdział drugi

TECHNIKA PISANIA I PROMOCJA

1. Styl pisania

Prostota, śmiałość i jasność sformułowań to zawsze sprzedaje bardzo, bardzo dobrze. Kluczową formułą anonsu, listu przewodniego, czy ogłoszenia, jest sformułowanie, w skrócie z angielskiego A.I.D.A.

A. Od Attention. Odnosi się do nagłówka i to ten jest kluczem do sukcesu, i podobnie jak nagłówek artykułu w gazecie decyduje o tym czy dany artykuł jest czytany, czy też nie. Różnicą jest że artykuły czytamy bo bawią, informują, uczą, czy oznajmniają sensacje. Ogłoszenie natomiast nie spełnia żadnej z tych ról i dlatego też nagłówek musi być wyjątkowo sformułowany aby zatrzymał wzrok przelatującego pośpiesznie strony czytelnika.

Dlatego też początek materiału reklamowego musi zwrócić Uwagę czytelnika

I. Od Interest. Rubryka i pierwsze linijki anonsu, czy listu przewodniego muszą wzbudzić niezwłoczne Zainteresowanie, gdyż w innym przypadku nie czytamy materiału prezentacyjnego do końca.

D. Od Demand. Całość materiału prezentacyjnego musi wzbudzić w nas Potrzebę, (chętnie wręcz pożądanie), gdyż w innym przypadku nie przechodzimy nigdy do ostatniej fazy do Akcji.

A. Od Action. Tu sięgamy po portfel czy portmonetkę.

Dlatego też pragnę się z Tobą podzielić największymi sekretami reklamy. Wypróbowanymi metodami przez lata doświadczeń i praktyki najlepszych specjalistów marketingu.

2. Sposób pisania

Ucz się i opanuj język ojczysty dobrze, bardzo dobrze.

To jest Twoją bronią w bitwie o klienta. Twoja umiejętność posługiwania się językiem w drodze do Akcji, umiejętność przekazu i przekonania klienta, jest wynikiem Twoich zdolności komunikacyjnych.

Umiejętność przekazania cech i zalet twojego produktu, czy usług
W formie pisemnej jest nawet ważniejsze od samego produktu !

Czytałem twierdzenie jednego z ekspertów marketingu, który stwierdził że wygląd i

forma anonsu to tylko 20% jego efektywności. Reszta to aktualne przesłanie, a więc w jaki sposób to piszesz. Prawda ta jest powtarzana przez wszystkich. Earl Nightingale, geniusz marketingu, wyraził to w następujący sposób:

"Bez względu na twoją rasę, płeć, ubiór, czy wygląd, to nic nie mówi o Tobie tyle jak język którym się posługujesz!"

Posługuj się łatwym do czytania językiem.

Język prosty i dosadny jest znacznie przyjemniejszy niż żargon specjalistów. Używaj krótkich zdań i paragrafów, trzymając się ściśle tematu. Czytaj świeżo napisaną kopie materiału prezentacyjnego na głos przed lustrem. Jeśli nie brzmi realistycznie, czy uczciwie, przepisz to do chwili aż będziesz zadowolony.

Używaj języka " mówionego". Jest to język używany na co dzień choć nie jest literacko gramatyczny. Nie jest gramatycznym zaczynać zdanie od, Dlatego też, W ten oto sposób, Pomimo to, Bez wątpienia, Aktualnie, Faktycznie, Gdy, I, Ale, etc. Są to spójniki zdań głównych z podrzędnymi. W języku mówionym używamy ich jednak na co dzień.

Forma ta, używanie języka mówionego jest jedynym dopuszczalnym odstępstwem od zasad. Gdyż język ten jest bliski i nie powoduje uczucia wyobcowania.

Dlatego też nie obawiaj się form tych używać w marketingu. Powtarzam, nie obawiaj się zaczynać zdań od, I, Czy, Lecz, itd., gdyż te spójniki normalnie używane do łączenia krótkich sentencji, w języku mówionym i marketingowym używane są do łączenia myśli.

Unikaj długich zdań, starając się zachować zasadę 10-ciu słów w zdaniu. Ta metoda wciąga i ułatwia czytelnikowi czytanie tekstu.

Styl jakim piszesz nie powinien odbiegać od stylu jakiego używasz siedząc w kawiarni przy kawie, rozmawiając ze starym przyjacielem. Ma to brzmieć dokładnie jak rozmowa dwóch starych przyjaciół. Bo pomijając swoich najbliższych, to czyją sympatię chciałbyś pozyskać najbardziej ?

Naturalnie - Swojego Klienta !

Pisz materiał prezentacyjny do twojego produktu tak, aby brzmiał jak artykuł reportera.

Gdzie w krótkich sentencjach donosisz czytelnikowi wspaniałą nowinę, czy opowiadasz historie produktu który prezentujesz, a więc co on robi, jak działa, jakie daje korzyści, i w jaki sposób może dramatycznie zmienić życie klienta. Zapamiętaj że jeśli zacytujesz pozytywną opinię klientów którzy już kupili Twój produkt to może to być czysto psychologicznie więcej warte niż cały materiał prezentacyjny.

Nagłówek jest twoja pierwsza szansa zrobienia interesu , nie pozwól aby to była ostatnia. Nagłówek jest najbardziej istotnym składnikiem anonsu, gdyż jest to: "Anons Twojego Anonsu"
Dawid Ogilvy , jeden z najwybitniejszych specjalistów marketingu stwierdził że 5 razy więcej ludzi czyta nagłówek niż sam anons. Dlatego też, jeśli nie przetestujesz różnych nagłówek i nie wybierzesz najbardziej efektywnego, to tracisz 80% swoich pieniędzy.

Ja zawsze piszę 25 nagłówek do każdego ogłoszenia, czy listu przewodniego. To nie tylko daje mi nowe pomysły, lecz pobudza szare komórki do koncentracji nad zagadnieniem, dając tym samym idee do nowych pomysłów. Pozwala mi to łatwiej zrozumieć zalety produktu, charakter rynku i grupy docelowej do której próbuje dotrzeć. W ten sposób mogę rozwinąć temat i ujrzeć go z punktu widzenia w którym bym go nie ujrzał gdybym nie posiedział nad tematem przynajmniej kilka godzin

3. Sekrety ogłoszeń

Ogłoszenie jeśli jest sformułowane właściwie to może przynieść wręcz nieprawdopodobny rezultat. Co w efekcie końcowym może się okazać jedną z najtańszych form marketingu.

Proste - dobrze napisane ogłoszenie może dokonać cudów !

Prawda jest taka że większość firm zamieszcza kosztowne większego formatu anonsy, gdyż nikt nie wierzy w funkcjonalność małych ogłoszeń.

Ogłoszonka takie zamieszczane w większej liczbie wydawnictw mogą jednak przynieść miliony. Uwarunkowane jest to jednak tym, że muszą być po mistrzowsku napisane.

Kluczem do powodzenia jest to że małe ogłoszenia mają jedynie służyć jako generatory zainteresowania, gdyż jest w nich zbyt mało miejsca aby klienta poinformować, motywować i na koniec sprzedać produkt.

Zamiast sprzedawać, musisz w dwóch czy trzech zdaniach wzbudzić zainteresowanie produktami na tyle aby zainteresowany podniósł słuchawkę czy napisał list prosząc o bliższe informacje.

W chwili gdy potencjalny klient się zidentyfikuje, musisz umieć go motywować i oszołomić jakością produktu, oszołomić sumą korzyści jakie wyniesie posiadając Twój produkt. Jak już wspomniałem kluczem do wszystkiego jest małe, zawierające może 25 słów ogłoszenie, które musi spełnić tak witalną rolę motywowania czytającego do przejścia do Akcji !

Podaje kilka przykładów i wskazówek na to co powinno zawierać ogłoszenie i jak powinno być sformułowane:

1. Zdefiniuj co chcesz przez swoje ogłoszenie osiągnąć.
Czy chcesz aby klient czytał i się śmiał, czy też aby po przeczytaniu natychmiast się z Tobą skontaktował.
2. Zdefiniuj profil psychologiczny osoby do której ogłoszenie to jest skierowane. Kto to w przybliżeniu jest kobieta czy mężczyzna , bogaty czy biedny, w jakim jest wieku itd.. O ile jesteś w stanie określić osobę której swój produkt chcesz sprzedać, i czym dokładniej jesteś to w stanie zrobić tym lepiej. W innym przypadku jest bardzo trudno sprzedać cos komuś, o kim praktycznie nic nie wiesz i jakim językiem się do niego zwracać.
3. Posiadając "założony" profil klienta powinieneś znaleźć te słowa kluczowe, te przyciski które go włącza, wzbudzając jego zainteresowanie. Te gorące przyciski to takie sformułowania, czy słowa , jak : biznes z domu, finansowa niezależność, zyski, pieniądze, finansowanie , praca za granica, jak schudnąć, fortuna ,jak zarobić fortunę, natychmiastowa utrata wagi, itd... Jak wiesz istnieje kilka niezmiernie ważnych psychologicznie słabości które mamy wszyscy i automatycznie zwracamy uwagę na wszystko to co ma związek z: dobrym samopoczuciem, wyglądem, zdrowiem, wygodnym życiem, respektem innych i naturalnie zainteresowaniem płci odmiennej (dla niektórych tej samej)
4. Używając maksymalna ilość tych gorących przycisków pasujących do Twojego produktu, wpleć je w tekst ogłoszenia składający się np. z 25-ciu słów. Pamiętaj że pierwsze 3- 4 słowa są najważniejsze i muszą być dobrane z nadzwyczajną troskliwością. O ile twoim celem jest aby osiągnąć czytelnika który się zidentyfikuje, to ogłoszenie takie powinno spełnić swoją rolę.
5. W chwili gdy ogłoszenie jest już gotowe do zamieszczenia, wybierz kilka, czy kilkanaście wydawnictw czytanych przez twojego "założonego klienta i je zamieść. Zwróć uwagę na to że za te same pieniądze co kosztuje jeden anons na pół strony będziesz mógł zamieścić z pewnością kilkanaście swoich małych ogłoszeń.
6. Zanim ogłoszenia zostaną zamieszczone, musisz już posiadać przygotowany pakiet materiałów reklamowych które klient otrzyma w chwili skontaktowania się. Pamiętaj że te informacje muszą dać odpowiedź na wszystkie nurtujące klienta pytania, motywując go do kupna produktu. Wizualizując korzyści jakie przynosi w takim stopniu aby nie mógł mu się oprzeć.
7. W chwili ukazania się ogłoszeń prowadź rejestr ilości otrzymanych odpowiedzi z ogłoszenia a ułatwi ci to bardziej ekonomiczne planowanie następnych kampani reklamowych. Prowadź od początku własne statystyki, bazy adresów i bazy danych, gdyż to jest właśnie to co jest podstawą funkcjonowania firmy wysyłkowej.

4. Jak list przewodni zwiększa zyski

Patrz na każdy kontakt ze swoim klientem jak na dodatkową możliwość poprawienia swojej relacji z nim. Jedną z najlepszych form uczynienia tego jest pisanie listów przewodnich. Listy takie są dołączane do ofert sprzedaży, do każdego produktu który dajemy w prezencie i w odpowiedzi na każde zapytanie jakie otrzymujemy od klientów.

Jest to niezwykle ważne aby list taki towarzyszył każdemu produktowi który wysyłasz do klienta, gdyż wysyłając produkt bez komentarza, czy podziękowania za zamówienie, klient może to po prostu odebrać, że zrobił swoje i już może odejść.

Można tego łatwo uniknąć dołączając krótki list, wyrażający podziękowanie i troskę o klienta. Prosząc aby dzwonił gdyby miał pytania, uwagi, czy problemy w których mógłbyś pomóc. Okazując troskę i zainteresowanie, budujesz własną wiarygodność, co się bardzo w biznesie opłaca !

Kluczem do takiego listu przewodniego jest:

1. List powinien być napisany jak list prywatny i brzmieć tak jak by pochodził od "żywej" osoby.
2. Powinien być podpisany odręcznie i zawierać numer telefonu osoby kontaktowej.
3. Ma wyglądać tak jak by był napisany dla osoby do której został wysłany, chętnie z imieniem odbiorcy w nagłówku i ma to być ładna kopia.
4. Ma być podpisany odręcznie, błękitnym atramentem.
5. Nagłówek listu ma być pierwszą rzeczą którą klient widzi po otwarciu przesyłki, e-maila, itd..
6. Powinieneś przeglądać listy regularnie aby były aktualne i adekwatne do czasu i produktu.

Nie zaniedbuj pisanie listów przewodnich, gdyż mają tak samo ważną funkcję jak oferty i materiały reklamowe, po prostu nadają twoim prezentacjom personalny wygląd. Wszystkie te detale spełniają pewne określone funkcje w marketingu i są niezmiernie ważne jeśli pragniesz zbudować długoterminowe relacje ze swoimi klientami !

To te relacje, zażyłość i zaufanie klienta stałego są najistotniejszą rzeczą i najcenniejszym kapitałem twojej firmy !

Gdyż musisz pamiętać że najwięcej kosztuje dokonanie pierwszej transakcji, a raz przekonany klient którego zaufanie pozyskałeś to stały klient, a stały klient to pieniądze w banku !

5. Jak pomnażać rezultaty swoich ogłoszeń

Co by się stało gdyby raptem czytało Twoje ogłoszenia trzy, pięć, czy też dziesięć razy więcej ludzi ? Otrzymał byś proporcjonalnie kilkakrotnie więcej zamówień, prawda ? Tą potężną rolę generatorów zainteresowania Twoim ogłoszeniem, czy ofertą spełnia nagłówek. Temat dotyczący techniki pisania dokładnie omawiałem w poprzednich rozdziałach, dlatego też w tym oto, pragnę to ująć w skrócie.

Próby wykazały że pięciokrotnie więcej ludzi czyta nagłówki niż umieszczony pod nimi tekst. Jeśli więc Twój nagłówek nie zatrzyma wzroku klienta pospiesznie przelatującego strony i nie zainteresuje go tekstem to minąłeś się z celem i lepiej by było nie zamieszczać anonsu !

Te potężne funkcje są znane i udokumentowane. Testy przeprowadzone z nagłówkami pokazały, że niektóre z nich potrafiły zwiększyć poziom sprzedaży, 21-krotnie ! Dokładnie 2100%, nagłówki te zamieszczano naturalnie nad tekstem ogłoszeń o tym samym brzmieniu !

Nie jest to jednak przypadkiem i tutaj istnieją ściśle reguły które należy znać i przestrzegać. To nie to co masz do przekazania czytelnikowi jest ważne, lecz to w jaki sposób to robisz !

Jedna z wypróbowanych form nagłówka to nagłówki, "Jak", np. :

"Jak doznać ulgi cierpiąc na artretyzm"

Tych sześć słów wyjaśnia wszystko:

- ˘ Przywołuje uwagę zainteresowanej grupy docelowej.
- ˘ Obiecuje przyniesienie ulgi cierpiącym.
- ˘ Obiecując jednocześnie że wszystko na ten temat będą mogli przeczytać w oferowanym raporcie.

Pisząc nagłówki, stwórz przynajmniej 25 nagłóweków do tego samego ogłoszenia, wybierając na końcu najlepszy. Najlepiej jest kierować się pewnym systemem, pisząc np. 3 nagłówki w każdym stylu, oto tematy:

- # Wiadomości / obwieszczenia
- # Ceny / wartości
- # Wyznania / oświadczenia
- # Cennej informacji
- # Zaangażowania / testu
- # Zapytania
- # Ostrzeżenia
- # Pokrewieństwa / przynależności
- # Sensacji.

Ćwiczenie to jest niezmiernie ważne i pomaga zrozumieć zagadnienie, zmuszając do analizy i myślenia "na temat". Pamiętaj że nagłówki są witalne dla Twoich kampanii marketingowych, i nie ignoruj tego !.

Dobry nagłówek to różnica między sukcesem a fiaskiem, to często być albo nie być w biznesie !

Popatrz co się stanie z naszym i tak już dobrym nagłówkiem, z przykładu powyżej, "Jak doznać ulgi cierpiąc na artretyzm" , jeśli dodamy jedno słowo "Jak szybko doznać ulgi cierpiąc na artretyzm", klient chce rezultatu a to "szybko" określa rezultat. Co by się jednak stało gdybyśmy jeszcze coś zmienili?, pisząc: "Jak doznać kompletnej ulgi cierpiąc na artretyzm", to określa stopień ulgi, lecz popatrz dalej dodając,

"Jak doznać kompletnej ulgi w 3 minuty, cierpiąc na artretyzm",
Czy niema to większej siły przebiccia, gdy określisz stopień ulgi i zarazem czas ?

Czy rozumiesz moje rozumowanie ? Dlaczego mówię że należy napisać chętnie 30 nagłówków na ten sam temat ? Dopiero takie ćwiczenie otwiera umysł, pozwalając widzieć jasno i analitycznie całość zagadnienia. Pamiętaj kluczem do Twojego anonsu jest nagłówek, dlatego też poświęć temu bardzo wiele uwagi i czasu.

6. Forma Materiałów Reklamowych

Najlepszy design i forma anonsu nie jest w stanie zrekompensować jego słabej kopii.

1. Główna rzecz to użycie właściwej czcionki, np. typu, MS Serif, mającej małe stópkki i główki. Ten rodzaj czcionki jest wypróbowany jako niezwykle przyjazny dla oka, zwiększa łatwość czytania, wprowadzając czytelnika jak gdyby z jednego słowa w drugie.

2. Czcionki innego typu powinny być tylko używane w nagłówkach i rubrykach.

3. Umieszczając nagłówek w znakach cytatu zwiększasz jego poczytność od 5 do 10%.

4. Przesunięcie pierwszej litery zdania w paragrafie, zwiększa poczytność prawie o 10% Wyjaśnieniem może być to że przyciąga to łatwiej oko do paragrafu, przerywając tym sposobem monotonię tekstu.

5. Pisz tak aby twój anons, list przewodni, wyglądał i brzmiał jak sensacja, czy doniesienie prasowe, czym bardziej nowinkowo tym lepiej.

6. Dopatrz aby twój anons czy ogłoszenie miał maksymalnie ostre kontury. Musi być drukowany laserowo, czy złożony jako linoprint,

czy coś podobnego,.. gdyż w innym przypadku jego kopia w gazecie będzie nie ostra i niewyraźna. Są to tylko stracone pieniądze, gdyż czysto psychologicznie to ponad 60% czytelników nie ma zaufania do firmy ani produktu, który jest prezentowany nieprofesjonalnie i trudno go przeczytać !

7. Złóż tak kopie anonsu aby wszystko, oprócz nagłówka mieściło się idealnie w liniach prostych. Podobnie jak kolumna prasowa !.

Przejrzyj wydawnictwa i przestudiuj anonsy innych firm. Weź linijkę, pomierz i przeanalizuj ułożenie nagłówków, rubryk, tekstu itd.. Pamiętaj że jeśli są to drogie anonsy dużych i znanych firm to powinno to być zrobione dobrze, gdyż ktoś kompetentny odpowiada za ich zamieszczenie, (lecz często nie jest to żadną gwarancją)

7. Jak pisać i prowadzić promocje e-mailem

Skoncentruj się w pierwszej kolejności na nagłówku anonsu? Ogłoszenia a w przypadku e-maila, też na rubryce tytułu e-maila. To jest to co czyni że ktoś usuwa e-mail, lub też go otwiera.

Temat e-maila musi wzbudzać zaciekawienie i motywować to otwarcia go.

To jest Twoim pierwszym wyzwaniem. Unikaj proszę sztuczek wpisując w tytule coś z czym zawartość e-maila nie ma nic do czynienia. Jeśli zmusisz kogoś podstępem do otworzenia czegoś czego i tak nie chce czytać, to i tak to usunie a jeśli zapamięta od kogo to było to już nie będziesz miał powtórnej szansy na wysłanie czegokolwiek.

Tutaj w grę wchodzi psychologia i najlepiej funkcjonują pytania, lub też delikatne twierdzenia typu: "Czy wiedziałeś o tym że...", "Czy to już widziałeś?", "Czy ja Ci to już wyjaśniałem ?", To niby proste, lecz zadawanie prostego pytania, bez narzucania się, pytania które na dodatek wymaga odpowiedzi, to 100% gwarancji że przekaz zostanie przynajmniej otworzony. Leży to w naturze naszej psychiki że zadane pytanie nurtuje nas i staramy się na nie znaleźć odpowiedź. Wszyscy jesteśmy ciekawscy z natury a łagodne polechtanie tej ciekawości zawsze doskonale funkcjonuje!

Jeśli natomiast w tej samej linii wpiszesz: " 50% taniej za mój kłopot..!", "Niezwykła okazja!!" i tym podobne to masz prawie 80% szansy że uodporniony na takie hasła użytkownik internetu nawet ich nie otworzy. Wyjątkiem są naturalnie osoby które Cię dobrze znają, gdyż dla tych nagłówek od Ciebie nie ma znaczenia. Cała reszta natomiast jest już tak uodporniona na hasła z wykrzyknikami że traktuje takie przesyłki (za przeproszeniem) jak przysłowiowego wrzoda na pośladku.

Posługując się takimi rubrykami i tak przecież nic nie sprzedajesz, gdyż to nie rubryka sprzedaje ! Celem jest tylko osiągnięcie tego aby osoba która otrzyma przekaz go otworzyła !

Pamiętaj że gdy piszesz rubryki e-maili, rubryki anonsów, prezentacji, czy też listów przewodnich to Twoim obowiązkiem jest tylko uczynić tak aby kupić sobie troszkę więcej czasu, podtrzymać zainteresowanie obiektu na tyle aby czoł się motywowany dalszym czytaniem, dlatego też nie wolno

tej szansy zmarnować przesadnie krzykliwymi hasłami. E mail czy też małe ogłoszenie w sieci nie ma sprzedawać gdyż jest w nim zbyt mało miejsca na prezentację. Miejsce to ma być tylko wykorzystane na wzbudzenie zainteresowania i odesłania danej osoby do stron domowych wysyłającego e-mail, czy też anonsu, gdzie pełne prezentacje mają dokonać reszty a więc odesłać odwiedzającego do blankietu zamówień.

Zwróć uwagę na to że w przypadkach gdy w wysyłanej prezentacji lub anonsie nie ma wystarczająco dużo miejsca aby coś sprzedawać to mądrym jest posłużenie się techniką dania czegoś za darmo, w tym tylko celu aby ściągnąć czytającego do strony domowej gdzie znajdują się pełne prezentacje tego co masz do zaoferowania.

Wspominałem wcześniej że oferując swój produkt należy zaoferować kilka ekscytujących bonusów ! To co robię tutaj pisząc list do osób które mam w swoich listach adresowych to delikatny wybieg, gdyż oferuję nie główny produkt którego sprzedają jestem zainteresowany, lecz jeden z bonusów!

Dlatego też takie krótkie przesłanie jakie zamieszczasz w e-mailu, musi spełniać pewne zasadnicze warunki:

- # Być bezpośrednio i szczere
 - # Proste w sformułowaniu i bez przesady.
 - # Język jakim się posługujesz ma być potoczny i prosty.
- Oto przykład :

W rubryce tytułowej e-maila: Czy Cię już o tym informowałem.. ?

Drogi Janie, (Jeśli możesz personalizować przekazy wpisując imiona osób docelowych to wspaniale)

Rozumiem że jako inteligentny przedsiębiorca zawsze poszukujesz nowych sposobów na poprawienie swoich rezultatów sprzedaży w Internecie. (dodając w internecie motywujesz zainteresowanych tematem, lub też pozwalasz im zrezygnować z dalszego czytania w przypadku braku zainteresowania) Ostatnio odkryłem wręcz nieprawdopodobny pakiet oprogramowania przy którego pomocy prawie potroiłem mój rezultat sprzedaży, co myślę że z łatwością mógłbyś i Ty uczynić ! (wymieniłem pierwszą korzyść □ prawie trzykrotnie poprawiony rezultat)

Normalnie oprogramowanie to kosztowało by Cię setki dolarów, lecz w obecnej chwili możesz je otrzymać za darmo! (oto następna korzyść)
Tak na marginesie to nie jest to wersja demo, to pełna wersja i nie dojdą żadne koszty w przyszłości! (wspominając o pełnej wersji eliminuje możliwe obiekcje że

będą musieli być może płacić za to później)

W związku z tym że nie istnieją tu dla Ciebie żadne ukryte koszty to tylko proszę abyś ten e-mail przekazał zainteresowanym tematem przyjaciom. Naturalnie w chwili gdy oprogramowanie to przekona Cię

w praktyce o tym że wszystko co mówiłem było racją.
Prawda że to uczciwa propozycja ?
(wymieniając jeszcze jedną korzyść, a więc pełna wersja-bez kosztów, na miejscu jest wyjaśnić dlaczego coś takiego dajesz za darmo, gdyż inaczej włączysz drzemiący w nas wszystkich sceptycyzm)

Jeśli traktujesz poważnie swój biznes online, to nie zmarnuj proszę tej okazji i skopiuj sobie ten pakiet odwiedzając:(tu adres URL)

Działa to dla mnie w 100% więc jestem pewny że będzie również działało dla Ciebie. (tu podkreślam jeszcze raz moje twierdzenie)
Nie zwlekaj proszę gdyż to czasowo ograniczona okazja !

P.s. Proszę nie zapomnij ! W chwili gdy przetestujesz ten program i będziesz zadowolony to proszę przekaz tą wiadomość maksymalnej liczbie przyjaciół. (tutaj potwierdzam uzasadnienie)

Życzę ci wiele sukcesów,
(imię nazwisko
oraz adres e-mail)

Powyższy list jest przykładem na to jak coś takiego może być krótkie, konkretne, umiarkowanie obiecujące i wzbudzające zaciekawienie, a wszystko to bez wielkich wykrzykników i przesadnego stylu. Wystarczająco jednak aby wzbudzić zainteresowanie bez drażnienia czytającego przesadną krzykliwą retoryką !

Pamiętaj że gdy piszesz takie prezentacje to mają być proste i życzliwe, tak aby brzmiały jak bezpośrednia rozmowa twarzą w twarz.

Zresztą prezentacje stron domowych muszą być w tym samym tonie.

Unikaj pisania do klientów, rozmawiaj po prostu z ludźmi !

Unikaj złożonych, czy wzniosłych myśli i pojęć.

Uczyń to tak prostym aby każdy to rozumiał i zarazem akceptował.

Staraj się po prostu pisać językiem mówionym i potocznym.

Bądź po prostu sobą - nigdy nie kreuj się na kogoś kim nie jesteś !

8. Jak pisać ogłoszenia do E-zinów

Pisanie anonsów i ogłoszeń do głównie e-zinów i FFA a więc darmowych sekcji ogłoszeniowych w sieci, wymaga troszkę odmienną technikę niż pisanie prezentacji reklamowych rozsyłanych e-mailem.

Jeśli pragniesz aby spełniały pokładane w nich nadzieje to musisz w tym przypadku skoncentrować się głównie na pisaniu wspaniałych nagłówek i rubryk ! Anonsy tego typu to zazwyczaj niewiele tekstu, być może kilka linijek, więc tutaj decydującą rolę odgrywa nagłówek.

Jak wspomniałem już powyżej, to negatywne nagłówki funkcjonują najlepiej.

Wyzwaniem jest jednak kreowanie krótkich nagłówków, tak jednak aby przemawiały z wielką mocą.

Największym błędem marketingu jest pisanie nagłówków które obiecują ogromne pieniądze. Większość ludzi postrzega je jako krzykliwe hasła, co jest jednak najgorszym to, to że większość z nas z góry przybiera defensywną pozycję, na wyrost odrzucając takie twierdzenia. Strategia ta nie tylko więc nie działa, lecz wyrządza piszącemu dodatkowych szkód, pozbawiając go całkowicie wiarygodności !

Jeśli naprawdę pragniesz aby Twoje wysiłki marketingowe były sukcesem to musisz się czymś odróżniać od całej reszty. W tym to celu najlepiej też jest posługiwać się dwupoziomową strategią marketingu gdzie w pierwszej fazie tylko coś oferujesz za darmo aby dopiero po ściągnięciu odwiedzających do swoich stron domowych rozpocząć oferowanie tego co masz do sprzedania. Technika ta jest jednak nieco inna gdyż tutaj miejsca na prezentację w fazie pierwszej jest znacznie mniej więc wszystko musi być załatwione jedynie przy pomocy jednego nagłówka i kilku linijek tekstu !

Anonsik taki musi mieć wielką siłę przekazu i jednocześnie wzbudzić wystarczającą ciekawość aby motywował do odwiedzenia danych stron domowych w celu uzyskania pełnych informacji. To jego jedyna rola !
Oto kilka przykładów takich anonsów które odniosły ogromne sukcesy:

Nr 1.

NIE instaluj tego darmowego programu !
Nie rób tego jeśli pragniesz uniknąć tłumów odwiedzających

Twoje strony domowe. Nie rób tego jeśli myślisz że ten 100% darmowy program kosztuje majątek. Nie rób tego jeśli już zarobiłeś fortunę, gdyż ta okazja może tylko dodatkowo pogrubić Twój portfel.

Nr.2

Darmowy program, więc znika szybko !

W 100% darmowy i tylko przez ograniczony okres czasu.
Nie zwlekaj, działaj niezwłocznie i skopiuj sobie ten wspaniały program marketingowy od którego eksplodują Twoje strony domowe ilością odwiedzających. Zrób to szybko zanim konkurenci to zrobią

Nr.3

Wybuchowe odkrycie w marketingu!

Zaopatrzyć się w ostatnie przełomowe odkrycie w marketingu.
Jeśli nie cierpisz z powodu nadmiaru odwiedzających, to potrzebujesz tego co mamy do zaoferowania.
Jest to tak potężne że uczyni z porażki zwycięstwo w godzinach.

A najlepszym jest to że jest to w 100% darmowe!

Nr.4

Skończ pracować! Wyjedź na darmowe wakacje
Możesz wybrać spośród 26 miejsc docelowych.
Rozdajemy za darmo tysiące darmowych wyjazdów, bez żadnych ukrytych kosztów ani uwarunkowań. Oferta ta nie potrwa długo więc pędź i zarezerwuj sobie darmowe wakacje, to okazja życia!

Zwróć uwagę że żywotność tych anonsów jest krótka.
Po maksymalnie kilku miesiącach intensywnego eksponowania ich przestają zwracać na siebie uwagę i należy je zmieniać na nowe. Zalecane jest śledzenie każdego zamieszczonego anonsu tak aby mieć w pełni wyobrażenie jakie przynoszą rezultaty i w chwili gdy rezultaty maleją,

należy zmieniać anonsy na nowe. Techniki prowadzenia analiz i własnych statystyk jak też śledzenia skuteczności kampanii reklamowych nauczymy Cię w innych zeszytach.

9. Tworzyć skuteczne banery

Reklama w sieci przy użyciu banerów jest uzależniona od kreatywności tworzącego baner i jeśli ten zwraca na siebie uwagę, potrafiąc wzbudzić zainteresowanie, czy też zaintrygować patrzącego swoją oryginalnością to spełnia swoją rolę nadal przynosząc niezłe rezultaty.
Podaję kilka rad, jak należy tworzyć banery motywujące do kliknięcia !

a) Zachowaj jak najmniejsze wymiary baneru.

Nie mam tu na myśli fizycznych wymiarów w centymetrach, gdyż w wielu przypadkach o detalach tych decyduje właściciel strony, lecz wielkość

baneru w kilobytach. O detale odnośnie fizycznej wielkości baneru należy zapytać zamieszczającego, gdyż różni ludzie mają różne preferencje w zależności od szaty graficznej strony.

Kluczowym jest jednak szybkość ładowania się baneru i tutaj wielkość ta definitywnie nie powinna przekraczać 12K. Wiele firm oferujących wymiany banerów stawia nawet niższe wymagania, jak 7K dla banerów 400 na 40 pixli.

b) Dopatrz tego aby Twój baner się wyróżniał.

Baner który pasuje do szaty graficznej strony wygląda niewątpliwie ładnie, lecz nie zwraca na siebie uwagi. Lepiej jest więc robić je jaskrawymi, w żywych kolorach przyciąga wzrok oglądającego stronę, dając znacznie lepsze wyniki zainteresowania. Doświadczenie pokazuje że banery w kolorach niebieskich, zielonych i żółtych działają najlepiej, podczas gdy białe, czerwone i czarne są najmniej atrakcyjne !

c) Używaj animacji !

Używanie animacji może zwiększyć skuteczność banerów do 35%.

Jeśli planujesz stworzenie ruchomych banerów, to pierwszy obraz ma na siebie zwrócić uwagę patrzącego. Drugi natomiast i ewentualnie trzeci ma dać więcej informacji na temat produktu, czy też strony domowej.

d) Wezwij do działania.

Używając słów "Kliknij Tu", "Darmowe", czy też "za darmo", da Ci znacznie lepszą frekwencję odwiedzin. Ludzie szczególnie lubią otrzymywać rzeczy za darmo i dlatego też słowa obiecujące coś gratis funkcjonują najlepiej ! "Kliknij Tutaj" jest wezwaniem działającym na podświadomość jak wezwanie, jak komenda, którą się automatycznie wykonuje.

e) Nie używaj nazw produktów.

W szczególności jeśli baner dotyczy produktu innej firmy, którego promocją się zajmujesz, lecz nawet Twojego własnego produktu.

Próbuj sprzedawać pewien pozytywny aspekt, pewną cechę z którą produkt się wiąże a nie jego nazwę ! Nazwa produktu może się kojarzyć z czymś co odwiedzający strony domowe już zna i naturalnie wie wszystko na ten temat i dlatego nie jest już zainteresowany.

f) Zadawaj pytania.

Nie pisz w formie oświadczenia, ani nie prezentuj jedynie ładnej grafiki.

Posługuj się pytaniami w stylu "Szukasz darmowych gier ?", "Chcesz zarabiać pieniądze ?". Pytania żądają odpowiedzi i jeśli są wystarczająco intrygujące i nie można ich zbyć odpowiedzią NIE to motywują do szukania odpowiedzi i kliknięcia na baner ! Takim przykładem jest pytanie "Chcesz zarabiać pieniądze ?"
Udowodnione jest że pytania zwiększają frekwencje odwiedzin o minimum 16%.

g) Używaj kryptycznych przesłań.

O co im chodzi ? Co to znaczy ? Dlaczego tak twierdzą ?

Kryptyczne banery zatrzymują wzrok patrzącego i intrygują do znalezienia

odpowiedzi ! Jeśli i baner intryguje nie dając jednak odpowiedzi na

postawione pytanie, to tym samym zmusza do kliknięcia na niego.

Tajemnicze pytania zwiększają frekwencję odwiedzin o ponad 18%.

h) Stwórz uczucie niezwłocznej potrzeby !

Jeśli oferujesz produkt specjalny, czy jeśli oferta jest ograniczona czasowo,

to nie zapomnij tego nadmienić, np. "oferta czasowo ograniczona" ,

"ostatnia partia" , "Oferta jednorazowa" , "Zostało jedynie 3 dni", itd..

To motywuje do kliknięcia TERAZ a nie może kiedyś.

Stwarzając atmosferę pilności, zmuszasz do inicjatywy a to zwiększa

frekwencje odwiedzin o ponad 15%.

i) Banery mają własne życie.

Niech Ci się nie wydaje że możesz stworzyć baner i potem używać go

latami. Banery jeśli są intensywnie używane mogą mieć okres życia od dwóch tygodni do kilku miesięcy i stają się stereotypowe tracąc funkcjonalność. Jeśli natomiast ich używalność nie jest aż tak intensywna, jak np. branie udziału w wymianach banerów, to można się nimi posługiwać dłużej. Zmiany nie muszą być całkowite, bo jeśli posiadasz baner który działa, to wprowadzając pewne zmiany kosmetyczne natychmiast zauważysz że frekwencja odwiedzin się zacznie zwiększać.

j) Uwaga końcowa !

Skuteczność banerów w ostatnich 2 latach znacznie zmalała i frekwencja klikania na banery jest coraz niższa. Jest to forma przyzwyczajania się i psychologiczne zmęczenia reklamą. Z reguły zwykła linka oraz osobista rekomendacja w formie

kilku zdań zamieszczona wraz z linką jest znacznie bardziej skuteczna niż baner !
Zaznaczam jednak że nie ma tu reguły i zawsze należy wpięrow przetestować
wszystkie metody zanim się podejmie jakąś decyzję !

10. Naukowa reguła C.M.T.D.

To pierwsze pytanie które nasuwa się możliwemu klientowi, znasz to ?
Co Mi To Da. Jeśli dasz na to odpowiedź w swoim nagłówku i na początku
pierwszego paragrafu to jesteś w drodze do zrobienia interesu.
Zaniedbasz, czy zapomnisz odpowiedzieć na to pytanie a przegrasz zanim nawet
zacznieš. Każdy czytelnik jest wyłącznie zainteresowany korzyściami jakie wyniesie
kupując Twój produkt i jeśli zaniedbasz ten punkt na początku prezentacji, czy
anonsu, to przestajesz być interesujący.

Czytający natychmiast przerywa czytanie i szuka ofert, czy anonsów które oferują
więcej. Mówiąc naukowo, po prostu masz przechlapane !

Czytający nie jest zainteresowany Twoimi "trofeami życiowymi", Twoimi tytułami ani
tym co reprezentujesz, jest tylko zainteresowany tym jakie wyniesie korzyści,
czytając twoje prezentacje.

Cały twój materiał powinien być przesączony mówieniem o tym co czytający
otrzyma zamawiając Twój produkt.

Uważaj jednak, gdyż jeśli Twoja oferta będzie brzmiała zbyt dobrze aby była
prawdziwą to musisz podnieść cenę, lub też uzasadnić niskość ceny, gdyż nic nie
dzieje się bez uzasadnienia. Tym sposobem musisz usunąć tyle wątpliwości na ile
jest to tylko możliwe, gdyż przesadnie atrakcyjne oferty wzbudzają również
negatywne reakcje jak mało atrakcyjne, bo ludziom jest trudno uwierzyć że
oferujący dostarczy to co obiecuje.

Jak widzisz wysokość ceny ma ścisły związek z kampanią reklamową i
strategią przedsiębiorstwa. Z reguły zbyt zachłanni w handlu wysyłkowym najczęściej
tracą, gdyż ilość zwrotów później często niszczy opłacalność. Dlatego też ceny
muszą być logiczne w odniesieniu do produktu czy też usługi jaką oferujesz i lepiej
aby były niższe gdyż łatwiej to uzasadnić niż ceny zbyt wysokie!

Rozdział trzeci

1. Kreuj idee w umyśle czytającego.

To technika pozwalająca nabijać konto w banku !.

Powinieneś wykorzystać każda nadarzającą się możliwość aby tworzyć pomysły w wyobraźni czytającego. Jeśli twoja oferta daje mi pomysły, to kreuje podekscytowanie i wyzwala tym sposobem kreatywną energię które zaczyna się wyzwalać gdy usłyszę twoje imię.

Czym bardziej kreatywne są twoje materiały reklamowe, tym więcej sprzedajesz. To jest to co robi darmowe raporty specjalne tak doskonałymi zastrzykami tej energii kreatywności, wzbudzającej pragnienie głębszego poznania wspomnianego w nich zagadnienia.

Sam otrzymałem wiele takich raportów które mnie uczyniły stałym klientem ich autorów, bo nie ma nic wspanialszego niż danie klientowi więcej niż oczekuje nie żądając nic w zamian.

Włóż serce w to co robisz aby naprawdę komuś pomoc.

Nie zapomnij umieścić na końcu sekcji, wyjaśniającej gdzie cię można znaleźć i co oferujesz.

Rozdzielaj je za darmo wszędzie gdzie tylko możesz.

Pozwól innym na dystrybuowanie ich pod warunkiem że robione to jest w nie zmienionej formie.

W miarę rozprzestrzeniania się takich materiałów, zauważysz jaką mają moc w chwili gdy zaczną się zgłaszać ludzie którzy już Cię znają i pragną jedynie kupić Twoje produkty.

2. Potęga Mówienia z Autorytetem.

"Ludzie rządzą słowami !"

Choć jest to dziwną cechą natury ludzkiej, to jest to udowodnione że jeśli Ci na to pozwoli bez oporów. Pisz zawsze z autorytetem, nie podpieraj się nigdy słabymi polemikami i dowodami na to co mówisz.

Bądź pewny tego co piszesz, nie zostawiaj co do tego najmniejszej nutki wątpliwości, gdyż jest to zaraźliwe.

Unikaj tez opisowych i pasywnych słów.

Używaj aktywnego języka to przemawia siłą.

Krótkie wypowiedzi posiadają większą moc przebicia.

Długie wypowiedzi rozcieńczają tekst, wprowadzając w rozterkę.

W każdym znanym dokumencie pisanym, już od pradawnych czasów można znaleźć przykłady języka aktywnego, języka autorytatywnego !

Popatrz choćby na Biblię, gdzie to bardzo często się powtarza:

" Rzymski Centurion powiedział Jezusowi, i ja powiedziałem do tego człowieka, Idź i on poszedł, i do drugiego, Chodź i on przyszedł, a do mojego sługi, Zrób to i on to zrobił !" (Mateusz 9:9)

Zwróć uwagę jaką siłę posiadają te słowa, Idź, Chodź, Zrób !
Pisz w ten sposób, pisz jak człowiek autorytetu a czytający będzie czuł że można Cię słuchać i zaufać a tym samym podążać za Tobą.

3. Bądź dramatyczny, śmiały i ekscytujący.

Ludzie nie chcą być zanudzeni czytając.
Nikt tego lepiej nie umiał ująć jak Claude Hopkins, legendarny guru marketingu:

"Musisz być podekscytowany swoim produktem i swoją ofertą.
O ile Ty nie potrafisz być podekscytowany swoim własnym produktem, to czego chcesz ode mnie, abym ja był ?

Każdy odpowiada na ogień, pasję i podniecenie.

Używaj dużych liter, podkreśleń i wykrzykników aby ożywić tekst.

Twoje podekscytowanie wynikające ze stylu, jak i sposobu pisania jest zaraźliwe, udzielając się czytającemu. To jak dziko rozprzestrzeniający się na wietrze ogień, który wiedzie prosto do formularza zamówień.

Podekscytuj swojego czytelnika nowiną o swoim produkcie i obserwuj swoje konto !

4. Stań się Osobą Na Którą Chcesz Wpłynąć

Sztuka perswazji i kupowanie umysłów !
Czy próbowałaś kiedyś usiąść, zamknąć oczy i popatrzeć w myślach na swój produkt i siebie samego przez pryzmat innej osoby ? Czy kiedykolwiek zostałeś w swoich myślach swoim klientem, starając się dokładnie przyjrzeć samemu sobie, oczami innych ?

Czy potrafisz to zrobić?

Mam nadzieję że tak, gdyż to najbardziej przydatna technika jakiej kiedykolwiek używano i czym większy stopień zatracenia swojego "Ja" potrafisz osiągnąć, tym większe odniesiesz korzyści.

Słynne batalie i bitwy, rozgrywki polityczne i korporacyjne, czy choćby bitwy o serce kobiety, wygrywane są w ten sposób. To umiejętność wczucia się w rolę przeciwnika !

Stając się swoim klientem, ukazują się w magiczny sposób sekrety jak na niego wpłynąć. To samo ma miejsce gdy się "zamienisz" umysłem ze swoim partnerem, czy żoną. Spróbuj a rzeczy które zauważysz, zaszokują Cię, zmieniając Twoje życie w nieoczekiwany sposób.

Ten kto posiada moc patrzenia na siebie i swoje produkty, oczami innych ma potężną przewagę w biznesie i życiu prywatnym. Jeśli odkryjesz że łatwo ci to

przychodzi, wykorzystaj to, a odkryjesz rzeczy inaczej nie zauważalne.

Czy potrafisz popatrzeć na swoje materiały reklamowe w ten sposób?, spróbuj to zrobić a odkryjesz setki sposobów których nie zauważasz będąc sobą. Wielu ludzi myśli że umie to zrobić, patrząc na swoje produkty i kampanie reklamowe obiektywnie, w rzeczywistości jednak patrzą na swoją pracę i na siebie przez pryzmat samych siebie, swoich wartości i uczuć.

To bardzo zaawansowana psychologicznie technika, podobna do medytacji i jeśli byłbyś w stanie się jej nauczyć to osiągniesz mistrzostwo w swoich metodach marketingu.

Jeśli myślisz że postradałem zmysły to pamiętaj że wielu największych ludzi branży, wielu multimilionerów przyznaje się publicznie do posługiwania się tą potężną techniką, która pozwoliła im osiągnąć szczyty zawodowej doskonałości. Nigdy nie pozwól sobie samemu na zidentyfikowanie się ze swoją pracą. Aby to osiągnąć musisz wyeliminować słowo "Ja" ze swojego słownictwa a dopiero wtedy ujrzysz jasno i krytycznie swój przedmiot zainteresowania.

W chwili gdy się tego nauczysz, będziesz wiedział jak pisać nagłówki i listy przewodnie przynoszące miliony, gdyż będziesz je tworzył patrząc na swoją pracę przez pryzmat potrzeb klienta, a nie swoich własnych.

5. Zaczaruj zwykłość w coś nie do odparcia !

Zamień rzeczy dobre i interesujące w sensacyjne i nie do odparcia.

Patrz na oferty i listy przewodnie na których zarobiono fortuny.

Patrz na strony domowe firm na internecie na których zrobiono fortuny.

Jaki mają wspólny mianownik ? Co się da w nich zauważyć ?

To listy korzyści ! Są to setki strzał wycelowanych w to co otrzymasz i jakie da ci to korzyści gdy złożysz zamówienie.

W większości przypadków, gdy sam czegoś potrzebuje to łapie się na tym że wybieram anonsy, czy strony domowe w internecie, które mi wyraźnie wyliczają jakie korzyści wyniosę posiadając właśnie ten produkt a nie inny. Gdyby tych korzyści nie wyliczono to przypuszczam że żadnego z tych produktów bym nie kupił.

Jest to szczególnie istotne na internecie, gdzie jest niewiele czasu na "złowienie" uwagi czytającego. W sieci masz możliwość dostarczenie produktu w formie digitalnej w chwilę po złożeniu zamówienia.

Widziałem wiele i sam też posiadam podobne strony domowe, które są niczym innym jak tylko długimi listami wyliczającymi korzyści wynikających z posiadania oferowanego produktu.

Z formularzem na którym można złożyć zamówienie na samym końcu!

Często są to skomputeryzowane jedno osobowe firmy przynoszące właścicielowi ponad 1000 zł dziennie. Wymienianie korzyści, po korzyści wywiera wręcz zadziwiający efekt na czytelniku i jeśli jest to zrobione umiejętnie, to wywiera to

silne wrażenie, wręcz podniecenie na czytającym.
I jeśli tylko oferowany produkt należy do grupy zainteresowań czytającego - to sprzedałeś !

Opisz Twój produkt w detalach, eksponując każdą możliwą cechę pozytywną i każdą korzyść jaką klient wyniesie kupując twój produkt.
Spisz to w punktach w formie listy. Zrób to na początku zanim zaczniesz pisać ofertę i list przewodni a zauważysz że myśląc tymi kategoriami, w miarę rozwijania koncepcji "eksploduje" Ci umysł jasnością koncepcji.
Wtedy to napisanie listów przewodnich i ofert nie sprawia najmniejszych trudności, gdyż robi się to jak gdyby automatycznie.

Lista korzyści to najpotężniejsze narzędzie sprzedaży, gdyż to jest tylko to co klienta interesuje, co dostanie za swoje pieniądze !

Zauważyłem że pisząc listę korzyści nowego produktu wprowadza mnie to w doskonały nastrój pisania listów przewodnich i ofert. Wprowadzając mnie w stan alertu, wręcz podekscytowania co robi dalszą pracę łatwą.

Pamiętaj o tym że Twoja umiejętność pisania = twoja umiejętność sprzedaży produktów !!

6. Potęga słowa, gdy inni głoszą Twoje imię

List przewodni bez oświadczeń klientów to jak łódź motorowa, bez motoru. Po prostu nie ma mocy !

Nie zamieszczając oświadczeń już zadowolonych z twojego produktu klientów, to tak jak byś sam trąbił w swój własny róg.
Załatw oświadczenia za wszelką cenę !

Jeśli to Twój pierwszy produkt to wyślij go do kilku ludzi których znasz (nie wystarczy obiektywna opinia dziewczyny, czy mamusi!) i poproś o obiektywną ocenę produktu, bądź szczery. Wyjaśnij że potrzebujesz kilka wypowiedzi na temat oferowanego produktu, czy usług.

Ja sam posiadam dziesiątki takich wypowiedzi, gdyż zawsze o nie na "wyrrost" proszę. Nie czekaj aż Ci ktoś cos sam nadeśle, załatw to!

Oświadczenia spełniają dwie funkcje.

1. Pozytywna wypowiedź klienta zwiększa kilkakrotnie faktor zainteresowania Twoją prezentacją.

2. Nadaje wiarygodności i zaufania Twoim materiałom reklamowym, gdyż czytający może usłyszeć zdanie osoby niezależnej.

Oświadczenia muszą być prawdziwe i podpisane pełnym imieniem i nazwiskiem, żadne inicjały, bo to daje posmak ich sztuczności. Jeśli jest to firma, to dodaj jej nazwę. Sprzedając produkt "na dystans", Twoją największą przeszkodą jest zdobycie zaufania klienta.

Sprzedając swój produkt jest zrozumiałym że określasz go superlatywami lecz to mniej przekonuje. Natomiast oświadczenie kogoś kto produkt już posiada, jest kluczowe, gdyż często tylko to wzbudza zaufanie, dodając wiarygodności i wartości wszystkiemu co piszesz.

Oświadczenia to prawdziwa potęga przekonywania !

W chwili gdy tylko zaczniesz sprzedawać, poproś pierwszych klientów o oświadczenia i nie zapomnij umieścić ich niezwłocznie w swoich prezentacjach, gdyż nic tak nie działa na potencjalnego klienta jak opinia niezależnej osoby trzeciej ! Popatrz tylko proszę na jeden z listów który otrzymałem jakiś czas temu od jednego z czytelników:

" Cześć

Gratuluje Ci wizji, refleksu, dobrego poziomu i determinacji.

Lubię kiedy ktoś jest dobry w tym co robi. Polubiłem Twój e-zin :) Porywających idei, mądrej strategii, skutecznej taktyki, godnych przeciwników, prawdziwych przyjaciół, rogu obfitości, zdrowia i radości w 2001 Roku życzy

Zbyszek Utko z rodzina :):):)"

Czy patrząc na to praktycznie, wypowiedzi takie nie są ważniejsze od wszystkiego tego sam miałbym na swój temat do powiedzenia ?

7. Dziwna Moc Komend

Motywuuj czytającego do Akcji, używając komend.

Od najwybitniejszych "guru" marketingu, po największe korporacje świata wszyscy używają czegoś co jest ich jedynym wspólnym mianownikiem, używają komend ! Nikt do końca nie wie jak i dlaczego formy rozkazujące tak doskonale funkcjonują, gdyż nikt tak naprawdę nie lubi gdy mu się rozkazuje. Widzi się to jednak na co dzień w reklamie prasowej, czy telewizyjnej:

Zrób to Teraz , Zamów , Teraz , Podnieś Słuchawkę , Zadzwoń , Zrób to dziś , Kup, Nie zwlekaj , Zaraz, itd...

Komendy te dają impuls do działania !

Posiadają moc zmuszającą czytającego do podniesienia słuchawki i zadzwonienia, w innym przypadku podnieśli by ją tylko nieliczni nie otrzymując polecenia. Nie twierdzą że funkcjonuje to jak rozkaz, który ktoś wykonuje automatycznie, gdyż nie jest możliwym motywowanie kogoś kto nie jest zainteresowany danym produktem, czy usługą.

Jednakże w przypadku tych którzy są zainteresowani funkcjonuje to jak impuls do działania.. TERAZ, a nie może jutro, albo.. może kiedyś!

Wydając komendę, pomagasz zainteresowanemu podjąć decyzję, mówiąc co ma dokładnie i w jakiej kolejności zrobić, a będziesz zdziwiony jak wielu to polecenie wykona. Trudno w to uwierzyć ?, a jednak to prawda!

Potwierdza to praca i doświadczenia całych pokoleń specjalistów marketingu. Gigantycznymi nakładami finansowymi, wykonywaniem testów i statystyk, przy pomocy anonsów z komendami i bez ich pomocy.

Różnica rezultatów jest szokująca, a więc to nie przypadek. Twój czytelnik, czy widz telewizji, może być zachwycony twoim produktem, może siedzieć jak zahipnotyzowany wizją tego co mógłby zrobić posiadając Twój produkt. Lecz o ile mu nie powiesz aby, zamówił teraz, i nie pokażesz jak ma to zrobić, to równie dobrze pozostanie wygodnie wbity w ciepłą sofę nie robiąc najmniejszej czynności aby go zamówić.

Właściciel jednej z większych firm budowlanych opowiadał mi, że przed kilkoma laty mieli poważne problemy ekonomiczne i nawet reklama w telewizji niewiele pomagała. Dopiero po dodaniu, na końcu tej samej reklamy jednej linijki brzmiącej, "Wstań i Zadzwoń Teraz !", co wieczór w chwilę później po zamieszczeniu ich reklamy, w firmie bezustannie dzwoniły telefony !

8. Kreuj mentalne obrazy w podświadomości klienta

Uwielbiam rzeczy mające dramatyczny wpływ na umysł czytającego. A nic niema więcej mocy niż pisanie w ten sposób aby czytający widział w myślach kawalkadę symboli i obrazów mających związek z produktem. Aby pisać w ten sposób należy wypełnić tekst opisowymi przymiotnikami i czasownikami, które obrazują Akcję.

Tym sposobem możesz opanować sekrety narzucania "obrazów", tak ze czytający będzie "widział", "czuł" i "robił" to co mu powiesz .

Używaj barwnych przymiotników tworzących specyficzne obrazy w podświadomości czytającego. Specyficzne idee, koncepcje i obrazy mentalne, które przyswajane są przez czytającego jak własne.

Pojęcia abstrakcyjne nie tworzą takich obrazów, są słabe stylistycznie i często nudne, dlatego też powinny być używane sformułowania precyzujące zawarte twierdzenia.

Które z twierdzeń poniżej wywiera na tobie większe wrażenie ?

"Zwiększ znacznie swoje dochody używając naszej metody marketingu" czy też:
"Zarób 247% w przeciągu 6-ciu tygodni !"

Z łatwością można zauważyć że drugi nagłówek wywiera silniejsze wrażenie. W pierwszym określenie "znacznie" to określenie pasywne, niczego nie określające, ile jest znacznie?

W drugim, "zarób 247%" świadczy o tym że piszący wie o czym mówi, wyraźnie opierając swoje twierdzenie na badaniach, no i precyzuje czas.

Dąż do tego aby każde zdanie, każde sformułowanie w twoich tekstach było jasne, bezpośrednie i dokładne !. Nigdy nie używaj niejasnego i słabego stylu, który nie porusza najgłębszych instynktów i pragnień czytającego.
Słabym tekstem możesz tylko wywołać jeden odruch prymarny, ZIEWANIE !

"Straciłem wiele kilogramów w bardzo krótkim czasie", jest stylistycznie ładnym i wystarczającym stwierdzeniem do starczych memoriałów.

W marketingu jednak pisze się:

" Straciłem 9 kg w trzy tygodnie"

"Metoda ta przynosi mi 240 zł dziennie", brzmi bardziej konkretnie niż:

"Moje dochody wzrosły dramatycznie". Dlaczego ? Spróbuj więc wymienić

□dramatycznie□ na dolary:-))

9. Dodawaj darmowe bonusy i zwiększ dochody przez "wartości pozorne"

Stwórz atmosferę "wartości pozornej".

Wartość ta to nie wartość wyprodukowania, czy aktualna produktu, to wartość produktu, czy usługi która by ktoś zapłacił w jakichś bardzo specyficznych warunkach wyjątkowej potrzeby.

Osiągnięcie atmosfery wartości pozornej, to jest właśnie to co musisz osiągnąć swoim materiałem reklamowym. Ten kto to czyta musi być przeświadczony o niezwykłych korzyściach wynikających z posiadania twojego produktu. W moim materiale reklamowym, zwracając się do Ciebie stworzyłem właśnie taką atmosferę potrzeby, wyjaśniając ile pieniędzy możesz zaoszczędzić i zarobić posługując się tym materiałem.

Uczyliem w tym to momencie, ten raport znacznie więcej wartym niż jest jego wartość rzeczywista. Nadałem mu więc "wartości pozornej" !

Upewnij się, czy ogłoszenia które zamieszczasz, czy też materiały reklamowe które wysyłasz docelowo spełniają funkcję wywołującą potrzebę, wręcz pożądanie !

Poprzez dodawanie do oferty tak wielu dodatkowych bonusów jak tylko możesz, odróżnisz się od konkurencji ! Dodając w umiejętny sposób wartości pozornych Twoim produktom czy też usługom wygrasz niezmiernie ważną psychologiczną bitwę. Zawsze umieszczaj listę bonusów poniżej ceny produktu a doda to wartości Twojej ofercie.

Zwiększ dochody przez "wartości pozorne"!

Wartość pozorna więc to sztuka ukazania twojego produktu w takim świetle aby wyglądał na 20-krotnie cenniejszy niż za niego naprawdę zapłaciłeś. To technika która jest idealna i prawie niezbędna dla internetu. Choć jest bardzo przydatna i szeroko stosowana także w innych mediach.

Są na to dwa sposoby,

Pierwszy to psychologiczny, bo wartość pozorna nie musie mieć nic wspólnego z rzeczywistością.

Ile jest dla ciebie warta jedyna pamiątka po dziadku, np. stary zegarek.

Ile jest warta szklanka wody na pustyni?

Ile jest wart litr benzyny gdy ci go zabraknie aby dojechać do domu, gdy siedzisz w aucie w środku nocy na bezludziu ?

Jaka cenę byś zapłacił w takiej chwili za ten litr benzyny?

Wartość pozorna, czy wartość odbierana, to ta wartość którą w danych okolicznościach ktoś by chętnie zapłacił za dany produkt czy usługę.

Drugi to wartość materialna, która możesz zwiększyć dodając do produktu darmowe bonusy, które ofiarującego nie kosztują wiele a kreują pakiet za jedyne... Powiedzmy że sprzedajesz książkę pt: "Jak zamieścić swoje strony własne na szczytach maszyn wyszukiwawczych". Dodajesz wtedy do raportu darmowe bonusy, np. 2 czy 3 programy komputerowe ułatwiające kontrole wchodzących e-maili, pomagających w pisaniu w HTML, czy Java. itd..

Ofiarujesz jeden czy kilka raportów specjalnych o podobnej tematyce będących jakby rozwinięciem tematu. Może to być także cos odbiegającego od tematu, cos co wzbudza zaciekawienie i chętnie się to czyta, np. raporty UFO, czy podręcznik jak schudnąć, itd..

Zanotuj każdą zaletę każdą korzyść która twój produkt daje, sporządzając z nich listę korzyści.

Wyżej wymienione zabiegi i produkty jeśli umiejętnie sformułowane to z łatwością mogą zwiększyć wartość pozorną twojej książki z 19 97 na przynajmniej 199 70 zł. Szukaj bezustannie produktów które mógłbyś zaoferować jako bonusy, a nie jest to trudne, szczególnie w internecie gdzie można znaleźć tysiące produktów do skopiowania za darmo.

Rezultat tego jest taki że możesz oferować wielokrotnie więcej niż bierzesz.

Jest to wspaniałe, nie kosztuje Cię to wiele a zwiększasz wielokrotnie poziom sprzedaży !

10. Kwestie cen i wyglądu anonsów.

Ceny które się kończą na "7 ", funkcjonują generalnie lepiej niż ceny kończące się na " 5 ", dotyczy to cen o wartości powyżej 10 zł.
I tak np. cena: 12,97, jest psychologicznie lepiej odbierana niż 12,95 .

W większości przypadków grafika, zdjęcia, czy ilustracje jedynie zmniejszają zainteresowanie Twoim anonsem. Dekoncentrując swoją obecnością od informacji jakie masz do przekazania.

Wyjątkiem są zdjęcia które mogą udokumentować rezultat działania, lub korzyści jakie produkt przynosi. W innym przypadku zwiększasz tylko koszty anonsowania o przynajmniej 50%, nic za to nie otrzymując, a może tylko tracąc.

Gdy sprzedajesz broszurę pt: "Jak zarobić 10 000 złotych w trzy miesiące", to jedynymi obrazkami jakie mogą mieć pozytywny efekt psychologiczny, są rzeczy które za pieniądze można kupić !
Nigdy nie obrazuj samych pieniędzy!

11. Kształć, informuj & sprzedawaj więcej

Kształć czytelnika swoim materiałem, oferuj informacje których nie zna, mów mu o czymś o czym nie wiedział a zyskasz na tym 100-krotnie. Dając mu wiedzę na temat produktu, czy zagadnienia które lansujesz, nadasz sobie wiarygodności, a pozyskana wiarygodność to 95% powodzenia w biznesie. Jeśli czytelnik nauczy się czegoś od ciebie to tak ty, jak i twoje materiały zyskają na wiarygodności i powadze.

Należy pamiętać że informacja wywołuje podobne uzależnienie jak alkohol, czy papierosy. Dla człowieka zainteresowanego jakimś określonym tematem otrzymanie adekwatnych wiadomości jest wiele warte. Jeśli więc zaoferujesz stałe źródło informacji na pożądany przez odwiedzającego temat, to możesz liczyć na to że w szybkim czasie uzależnisz go od swoich usług, gdyż zasada jest prosta: Czym więcej ktoś wie na określony temat □ tym większa będzie jego ciekawość i pragnienie dowiedzenia się więcej !

W robieniu interesów dokładnie o to chodzi, o przełamanie nieufności i podejrzliwości, i jeśli raz ci się to uda zrobić, to nawiązałeś kontakt i możesz na tej bazie zbudować pozytywną relację z klientem.
A to jest warte więcej niż złoto !

12. Pasja czy potrzeby rynku ?

Pisząc tak wiele na temat psychologicznych aspektów tworzenia koncepcji pomyślałem że było by na miejscu wymienienie czegoś co jest podstawą

Sukcesu, gdyż nic nie pomoże nawet najlepsza wiedza i technika jeśli nie posiadamy duchowej motywacji i pasji w stosunku do tego co zamierzamy budować.

Oto krótki artykuł który tłumaczyłem z angielskiego prawie rok temu i myślałem że będzie pasował do kontekstu!

Jest napisany przez polskiego pochodzenia Wandę Loskot, która jest traktowana jako jedno z większych nazwisk amerykańskiego marketingu

=====

Nagminną mądrością jest twierdzenie że sukces w biznesie to znalezienie potrzeb rynku i wypełnienie ich swoimi produktami, czy też usługami ! Brzmi to rozsądnie prawda ?

Bez wątpienia jest to niezwykle ważnym moc określić czego ludzie pragną. Jednakże pożegłujesz dalej w tym morzu biznesu jeśli uda Ci się wpierw odkryć jakie są Twoje potrzeby, co jest Twoja pasja i co kochasz !

Wtedy dopiero odkrywaj to czego potrzebuje rynek, lecz musi to wpierw być wypełnione pasją i miłością do tematu, gdyż inaczej nigdy nie doświadczysz samo urzeczywistnienia i prawdziwego sukcesu !

Kluczem do sukcesu w biznesie jest połączenie tych dwóch czynników tu nie wystarcza tylko potrzeby rynku ! Prawda jest to że nie trudno jest odkryć potrzebę rynku jeśli się tylko wie czego się naprawdę pragnie !

Ale czy Ty naprawdę to wiesz ?

Wielu ludzi zakłada że to właśnie pieniądze są tym czego pragną. Wierz mi, to nie są pieniądze ani nic podobnego, nie odkryj tego tylko zbyt późno !

Jeśli wiesz co jest Twoją pasją, to będziesz wiedział komu i w jaki sposób masz służyć dzieląc Twoje wartości z tymi którzy je podzielają.

To wielka radość móc robić interesy z ludźmi których naprawdę lubisz !

Jest to większą radością niż słuzenie ludziom którzy tylko kupują Twoje produkty ! Naturalnie ze taki biznes niełatwo jest uruchomić, lecz z drugiej strony to dopiero wtedy odniesienie sukcesu jest w perspektywie czasu naprawdę łatwe!

Każda życiowa pasja może zostać przetłumaczona na bardzo dochodowy biznes. H.J. Heinz przetłumaczył swoją pasję do ogrodnictwa i robienia przetworów w korporację o nazwie Heinz Ketchup.

Henry Ford rozpoczął swoją karierę w wyniku swojej wielkiej fascynacji motoryzacją. A Bill Gates rozpoczął siedząc po nocach w garażu przed komputerem ! Jest jeszcze Federal Express, Dominion 's Piza, Netscape, Yahoo, WallMart i Apple, jak i wszystkie firmy tworzące programy komputerowe, gry, czy muzykę. Czy wyobrażasz sobie kogoś kto jest wielkim tenorem i tego nie kocha, gdyż robi to jedynie dla pieniędzy ?

Lista wielkich osiągnięć wynikających z pasji mogła by być bez końca, myślę jednak że już wiesz o co mi chodzi, bo każda wielka koncepcja powstała w ten sam sposób! Została po prostu stworzona przez człowieka który pragnął wyrazić swoją pasję i dlatego też właśnie te odnoszą sukcesy podczas gdy inne giną w zapomnieniu !

Naturalnie ze aby odnieść sukces potrzebne jest coś więcej niż tylko pasja. Zdolności organizacyjne, pomysłowość, umiejętność marketingu, zdolność do wyrzeczeń, ciężkiej pracy, itd, wszystko jednak zaczyna się od pasji ! Żaden z wielkich biznesów nie powstał na fundamencie filozofii "zaróbmy teraz kupę pieniędzy", żaden ! Takie rozumowanie w nieunikniony sposób wiedzie tylko do jednego, problemy - prędzej czy później !

Jeśli uwielbiasz czekoladę, to uczynić to Twoja specjalizacja ! Możesz zostać producentem czekolady, czy też zostać hurtownikiem sprzedając produkty innych. Pisać książki kucharskie z receptami z czekoladą. Możesz stworzyć portal w internecie dotyczący czekolady, czy też skonstruować lepszą maszynę do produkcji czy pakowania czekolad, itd.

Jeśli tylko opanujesz dobrą taktykę biznesu, to bez wątpienia osiągniesz w tym mistrzostwo i przy okazji dopiero zarobisz na tym procesie krocie ! Twoje uwielbienie czekolady stanie się Twoim motorem napędowym i obsesją która nigdy Ci nie pozwoli spocząć na laurach.

Sprawa jest prosta, dokonując takich wyborów otoczysz się ludźmi którzy dzielą Twoją fascynację tematem co czyni przedsięwzięcie przyjemniejszym gdy inni dzielą Twoją pasję! W rezultacie tego łatwiej stać się pasjonatem tematu w efekcie czego Twój biznes będzie kwitł !

A teraz przyjrzyj się sytuacji gdzie wkładasz swoją energię w coś czego nie lubisz, czy jest Ci choćby obojętne ! Wyobraź sobie teraz ludzi którzy budują biznes wokół tego samego tematu i są nim zafascynowani. Jaką więc miałbyś szansę konkurowania i przetrwania ?

Popatrzmy na przykład, Środki naturalne / odżywki

Czyłożył byś równie dużo pracy w poznawanie zagadnień związanych z tym

biznesem ? Czy miał byś motywację i wolę uczenia się na temat środków naturalnych w równym stopniu jak Twoi konkurenci ? Czy spędzał byś czas w bibliotekach, ucząc się wszystkiego o odżywkach, ziołach, czy witaminach ?

Przypuszczam że odpowiedź będzie NIE , jeśli tylko Twoją pasją jest czekolada a nie środki naturalne i odżywki ! Pamiętaj bez pasji Twój sukces nigdy się nie urzeczywistni !

Większość ludzi szuka popularnych tematów w nadziei że da im to większą szansę odniesienia sukcesu. Rzadko jednak funkcjonuje to w ten sposób !

Istnieje przecież potrzeba wszystkiego !!!

Na kremy do twarzy i maści przeciwko himoroidom.

Na webb design i usługi sieciowe, na kierowców i tych co czyszczą dywany !

Na wydawców, szewców, aktorów i pisarzy. Na piosenkarzy, lekarzy i prawników

A nawet na konsultantów marketingowych takich jak ja J

Lista taka mogła by zająć kilka stron.

Możesz zarobić kupę pieniędzy sprzedając to co Cię pasjonuje.
Jest to też o wiele łatwiejsze, wierz mi !

Rozdział czwarty

STYL STRON DOMOWYCH

1. Rzeczywistość.

Najpoważniejszym problemem jest to że ludzie którzy profesjonalnie tworzą strony domowe i pobierają za to ogromne opłaty. Zazwyczaj nic nie wiedzą na temat marketingu ani nie potrafią pisać porywających prezentacji komercyjnych. Wydaje im się że znajomość Javy i HTML robi z nich specjalistów. Jest to tragiczne lecz brak kompetencji wśród tak zwanych "profesjonalistów" i "konsultantów" jest tak nagminny że to co oferują zakrawa po prostu na miano oszustwa.

Moim zdaniem to jest to wręcz kryminalną sprawą naciąganie przedsiębiorstw na ogromne faktury za mierne usługi, wiedząc o tym że w praktyce zainstalowanie stron domowych w cybernetycznej przestrzeni bez granic nie przyniesie żadnych rezultatów.

Nikt uczciwie nie wyjaśnia zainteresowanym klientom tego faktu że nie wystarczy mieć wspaniałą stronę domową aby zarobić fortunę, gdyż bez znajomości specyficznej techniki i psychologii funkcjonowania tego dziwnego medium nic się nie dzieje!

Problemy te są powodem tego że wśród przedsiębiorców jest tak niski poziom świadomości i respekt wobec internetu który jest przecież najpotężniejszym medium marketingu wszech czasów. Brak wiedzy jednak na temat tego medium, jak też historie o firmach które włożyły fortuny w tworzenie jakichś koncepcji w sieci a które się okazały fiaskiem, robi swoje.

W rezultacie tego, często dominuje nieufność, czy też niesmak już odniesionej porażki.

2. Wymagane cechy

Wygląd stron domowych jest niezmiernie istotny, gdyż jest to miejsce gdzie wszystko co stworzysz zostaje zaprezentowane. Jest to właśnie ta witryna w której można ujrzeć Twoją firmę.

Jednakże nie wolno przesadzać znaczenia wyglądu stron domowych, gdyż często wystarczy że są schludne, przejrzyste i funkcjonalne aby w pełni spełniły te wymogi jakie się w nich pokłada.

Oto kilka istotnych technicznie uwag odnośnie stylu i funkcjonalności stron domowych, których musisz unikać kreując własną stronę domową!

Nigdy nie używaj jaskrawych kolorów tła ani liter, gdyż utrudniają i

zniechęcają do czytania.

Unikaj niestandardowych typów trzcionek gdyż nie odczytują ich wszystkie wyszukiwarki. Akceptowalne są głównie: Serif, Arial, Times New Roman i Vardena. Wiele innych stylów może nie być właściwie odczytana w różnych systemach i konfiguracjach komputerów.

Unikaj wszelkich "dzwonek i gwizdków", ruchomych animacji, ozdób i grafik. Po pierwsze poważnie zwalniają szybkość otwierania się stron, po drugie odciągają uwagę odwiedzającego od tekstu który przecież jest najważniejszy aby w końcu odbierały powagę profesjonalizmu temu kto się nimi posługuje.

Unikaj zbędnych animacji i grafik, pozostawiając swoje artystyczne inklinacje na inną okazję. Pamiętaj to nie ta dziedzina sztuki !

Twoim celem jest kreacja stylu stron które są przejrzyste, gdzie ani tekst ani tło nie męczy wzroku. Czysto technicznie lepsze jest przysłowiowe czarno na białym niż pogarszające czytelność obrazy w tle i ruchome animacje. Zawsze o tym pamiętaj że nie jest żadnym pocieszeniem mieć najpiękniejsze strony domowe w sieci - jeśli się tylko samemu o tym będzie wiedziało.

Inną kwestią jest funkcjonalność i przejrzystość ułożenia zawartości stron, gdyż nic tak nie męczy niż strony nabite wszystkim bez widocznego planu. Strony tego typu spotyka się dosyć nagminnie w sieci, gdzie po kliknięciu na kilka linek jest się zagubionym w dziwnym labiryncie w którym nie można nigdzie trafić ani z którego nie można się wydostać.

Na początek sugeruję np. dzielenie stron domowych na ściśle tematyczne działy które wyglądają odmiennie stylistycznie, lub kolorystycznie. Różniąc się kolorami tła czy nawet stylu stron w danym dziale. Każda strona musi posiadać linki do strony głównej jak i strony głównej działu do którego należą. Linki typu powrotem czy też linkę do mapki / planu ułożenia stron do którego w każdej chwili można w przypadku potrzeby zajrzeć.

3. Profil strony domowej

Już wcześniej wiele pisałem na temat potrzeby posiadania własnego profilu

stron domowych, jak też potrzeby specjalizacji i zawężenia tego profilu. Gdyż najgorszym jest próbowanie stworzenia koncepcji która by miała

zainteresować i zadowolić wszystkich !

Wspominałem też o potrzebie prowadzenia analiz w celu identyfikacji swojej grupy docelowej, gdyż jak można stworzyć koncepcje nie wiedząc kim są

wszyscy ci ludzie dla których ją tworzymy? Jakie są ich zainteresowania, poziom intelektualny, język jakim się posługują, czy też upodobania i preferencje.

Postaram się wam przybliżyć te jakże istotne aspekty stylu mające nas przybliżyć do osobowości potencjalnego klienta, gdyż każda świadomie wybrana forma przekazu kieruje się do specyficznej grupy klientów których można z grubsza podzielić na trzy grupy charakterów.

Są to ludzie:

- a. Praktyczni
- b. Analityczni

- c. Emocjonalni

Proszę pamiętać że to pewne generalne cechy które nie pokrywają się z prawdą we wszystkich przypadkach gdyż wszyscy w jakiejś mierze możemy być mieszanką tych typów. Faktem pozostaje jednak to że jeden z nich zawsze dominuje.

- a. Osobowość Praktyczna

Praktyczny klient oczekuje rezultatów.

Ludzie praktyczni są zazwyczaj tylko zainteresowani tym w jaki sposób Twój produkt wpłynie na ich pracę, czy też życie, w jaki sposób je zmieni czy też poprawi pewne praktyczne funkcje związane z ich życiem.

Ludzie należący do tej grupy to w większości ludzie na kierowniczych stanowiskach, przedsiębiorcy, bankowcy, inwestorzy, księgowi itd...

Oto przykład:

Powiedzmy że na swoich stronach domowych prowadzisz promocje oprogramowania do prowadzenia księgowości. Jeśli Twoją grupą docelową klientów są ludzie Praktyczni, to prezentacja powinna wyglądać w następujący sposób:

"Nasz program o nazwie GXL poprawi ogólną wydajność większości Twoich funkcji administracyjnych o ponad 60%. Od procesu sprzedaży aż po rozliczenia pracowników i wypłaty. Nasz program dostarczy Ci istotnych informacji i statystyk na temat stanu finansów przedsiębiorstwa, upraszczając tym sposobem proces planowania budżetu.

Pragniesz mieć wszystko pod kontrola ?

Tutaj za kliknięciem palca otrzymasz dostęp do danych które uczynią zarządzanie finansami Twojego przedsiębiorstwa czystą przyjemnością oraz oszczędnością cennego czasu i pieniędzy.

Po zapłaceniu jedynie 549 zł otrzymasz kody do strony gdzie w łatwy sposób będziesz mógł zainstalować cały program w przeciągu jedynie 10 minut. Przez okres sześciu miesięcy od chwili kupna zapewniamy także darmowe wsparcie telefoniczne."

Prezentacja taka musi być skoncentrowana na praktycznym rezultacie końcowym i słowa jak "szybko, łatwo, kontrola, wartość, oszczędność, itd.. są na miejscu.

b. Osobowość Analityczna

Analitycy oczekują na więcej detali technicznych.

Są zainteresowani specyfikacjami, gdyż nie interesuje ich w tak wielkim stopniu rezultat końcowy, gdyż znając detale techniczne potrafią określić rezultat sami. Analitycy to najczęściej naukowcy, konstruktorzy, inżynierowie, technicy, programatorzy, lekarze, itd.. grupa ta uwielbia dokładne dane cyfrowe, statystyki i porównania !

Dlatego też, jeśli odbiorcami Twojego produktu mają być analitycy to styl prezentacji powinien być następujący:

"Badania wykonane w oparciu na ankietach przeprowadzonych z 1768 przedsiębiorcami posługującymi się naszym programem GXL, wykazały że:

- Faktyczna oszczędność czasu wynosi 61,47% w stosunku do programów których używali poprzednio.

- GXL łączy automatycznie wszystkie funkcje tradycyjnej księgowości w całość, gdzie takie funkcje jak sprzedaż (odczytywanie kodów kreskowych), zakupy, koszty własne, marketing, produkcja, dział kadr, koszty reprezentacyjne, statystyki i analizy, itd... integrowane są w jedną przejrzystą całość.

(kliknij tutaj aby ujrzeć pełną listę danych)

- Za jedyne 549 zł będziesz mógł sam zainstalować ten rewelacyjny program co przy szybkości modemu 28,8K zajmuje 12 minut 39 sekund.

- Wymagane jest Windows 98, lub NT i 32MB pamięci RAM. Itd...

Jest to naturalnie uproszczony przykład stylu prezentacji dla analityków, lecz wyraźnie tu widać różnicę stylów.

c. Osobowość Emocjonalna

Na koniec klienci emocjonalni z których się składa statystyczna większość ludzi. Osobowość ta nie jest zainteresowana ani rezultatem końcowym ani też technicznymi detalami. Ci kierują się odczuciami i częstokroć są to

odruchy o podłożu socjologicznym, kulturowym, etnicznym itd..

Ludzie należący do tej grupy to tacy dla których relacje międzyludzkie są szczególnie ważne. Są to nauczyciele, urzędnicy, artyści, sprzedawcy itd..

Ludzie emocjonalni zainteresowani są uczuciami które mają związek z samym produktem, jego posiadaniem, statusem, wyglądem estetycznym, prestiżem posiadania, itd.. (wiele z nich wynika z próżności a nie logiki)

Jeśli prezentacja ma być skierowana do tej grupy to powinna wyglądać następująco:

Jan Kowalski, właściciel słynnej spółki XXL S.A. powiedział:
"To nieprawdopodobne lecz dzięki programowi GXL byliśmy w stanie poprawić wydajność funkcji księgowości i administracji o ponad 60%
To czego doświadczyłem przekroczyło wszelkie oczekiwania, gdyż nigdy nie myślałem że będę miał na biurku tyle bezcennych danych"

Możesz podobnie jak Jan z łatwością zdobyć tą przewagę nad konkurencją oferując swoim klientom ten serwis na jaki zasługują i którego naturalnie od Ciebie oczekują. Jeśli pragniesz osiągnąć techniczny szczyt możliwości to kupując GXL za jedyne 549 zł możesz z łatwością to osiągnąć.

Jeśli pragniesz jednocześnie zdobyć wdzięczność, sympatie i lojalność współpracowników ułatwiając też ich pracę to jest to najtańszym sposobem na osiągnięcie tego.

Nie zwlekaj, kup go teraz, prosty proces instalacji zajmuje jedynie kilkanaście minut. Kilkanaście minut które uprości też Twoje Życie, itd..

Nie potrafiąc określić profilu psychologicznego Twojego klienta nie będziesz nigdy w stanie skutecznie się z nim komunikować.

Nigdy nie będziesz wiedział skąd przychodzi, jakie ma preferencje i czego od Ciebie oczekuje. Dopiero wiedząc to wszystko będziesz w stanie spotkać swojego potencjalnego klienta w połowie drogi, dostosowując produkty, styl, kolorystykę jak i same prezentacje do jego potrzeb.

Jak inaczej pragniesz dotrzeć do celu ?

Jak możesz nawiązać kontakt ze swoim klientem docelowym nie wiedząc nawet kim jest ?

4. Tajemnice witryn

Większość osób prywatnych czy też przedsiębiorstw posiadających strony domowe kwalifikuje tych którzy weszli na ich stronę główną jako odwiedzających. Dowodem na to są te śmieszne małe liczniczki zainstalowane na pierwszej stronie które mają obrazować ilość odwiedzających !

Czy widziałeś kiedyś idąc ulicą witrynę sklepu gdzie był wielki napis "Zapraszamy" i pod nim licznik wszystkich tych którzy zatrzymali się na sekundę przed oknem wystawowym ?

Prawda że to komiczna myśl ?

Tu właśnie jest różnica pomiędzy odwiedzającym a przechodniem, gdyż Twoja strona główna jest niczym innym jak witryną obok której może przypadkiem przechodzić tłumy ludzi, lecz nic to jednak nie znaczy !

Niektórzy rzucą okiem na eksponowane produkty inni nawet nie, pędząc

zaabsorbowani swoimi sprawami dalej ! Dopiero gdy wejdiesz do sklepu to jesteś często witany jako odwiedzający i to jest właśnie ta zasadnicza różnica. To co w naszym przypadku jest istotne to właśnie te czynniki które powodują że zatrzymujesz się przed witryną i po chwili wchodzisz do środka. Mogą to być: elegancki wystrój, ceny, rodzaj produktów, czy też po prostu wielki szyld na zewnątrz oferujący coś niezwykłego.

Nasze strony domowe są dosłownie tym samym !

Twoja strona główna jest tylko witryna Twojego "sklepu" i ci którzy się przed nią nawet zatrzymają nie są jeszcze w środku! Patrz na strony domowe w sieci jak na wielki deptak czy centrum handlowe nabite sklepami. Surfując mijasz obojętnie setki tych witryn i z pewnością byś się zdziwił wiedząc że właściciele butików z dumą liczą każdego kto się na sekundę zatrzymał przed ich witryną !

Popatrz na sieć jak na wielki deptak czy też centrum handlowe, gdzie istnieje setki, czy tysiące sklepików. Ludzie przemierzają się w tysiącach, wielu patrzy na wystawy, lecz tylko garstka wchodzi do środka.

Pamiętaj że surfujący nie jest odwiedzającym w takiej samej mierze jak odwiedzający który nie jest klientem. Nawet odwiedzający jest tylko gapiem i jeśli typ wystroju a głównie tematyka i rodzaj nagłówków nie zdołają go na danej stronie zatrzymać motywując do "obejrzenia" wszystkiego to żaden licznik przed drzwiami wejściowymi nie jest w stanie uchronić przed fiaskiem.

Dlatego musisz pamiętać że dla tych tysięcy "przechodniów" istotne są wizualne i psychologiczne aspekty Twojej witryny.

Tutaj twoje nagłówki odgrywają najważniejszą rolę, gdyż to one muszą w sekundach zwrócić na siebie uwagę, wzbudzić zainteresowanie i ciekawość motywującą do dalszego czytania. Nie zapomnij też że w największym centrum handlowym świata masz też potężną konkurencję więc staraj się aby Twoja koncepcja czymś się różniła od tysięcy innych należących do tej samej grupy.

Jest to zrozumiałym że uchwycenie uwagi przechodnia w "materialnym" świecie jest znacznie łatwiejsze, jak też przeistoczenie odwiedzającego w klienta gdyż wszystko odbywa się w środowisku kontaktów osobistych a nic nie jest w stanie zastąpić kontaktu twarzą w twarz z klientem !

W internecie natomiast nie istnieją wszystkie te psychologiczne zalety i tutaj, tematem, swoją postawą, językiem jakim się posługujesz, umiejętnością perswazji i szeroką gamą dodatkowych "motywatorów" i bonusów musisz potrafić w pierw zdobyć zaufanie odwiedzającego, tak aby w efekcie tego przeistoczyć go w klienta. W internecie nie istnieje prosta droga od drzwi po produkt i do kasy. Choć większość firm próbujących sprzedawać swoje produkty w sieci nadal tak swoje strony domowe traktuje.

Będąc sprzedawcą w "materialnym" świecie możesz swoją postawą ubiorem, sposobem bycia, mówieniem i wiedzą na temat wzbudzić zaufanie klienta w minutach. W internecie natomiast wszystkie te zalety nie istnieją i tutaj Twoje nagłówki i prezentacje przejmują tę rolę. Jest to wyższą szkołą jazdy gdyż stylem i

słowami musisz przekazać w kilkanaście sekund wszystkie te emocje jakie dobry sprzedawca potrafi przekazać swojemu klientowi w kilka minut.

Tajemnicą wszystkiego są tutaj tylko słowa które muszą odwoływać się do emocji i głównych motywów potencjalnego klienta. Główną zasadą jest podkreślanie korzyści wynikających z posiadania danego produktu a nie jego kształtów. Z pewnością wielu z was już to wiele razy słyszało, lecz pomimo wszystko sieć jest przepełniona stronami domowymi które nie przynoszą żadnej korzyści ich właścicielom a więc wygląda na to że jednak niewielu tak naprawdę coś rozumie.

Moje doświadczenie jako konsultanta potwierdza to raz po raz że większość

przedsiębiorców próbujących coś sprzedać w sieci widzi swoje strony domowe jedynie przez pryzmat własnych wartości a więc z własnej perspektywy !
Podam prosty przykład:

Niedawno tworzyliśmy koncepcję sieciowego butiku oferującego wręcz rewelacyjne produkty. Pomysłem właścicielki była sprzedaż poprzez własną sieć sprzedawców działających na zasadzie programu prowizyjnego !

Prezentacje które dostarczyła a które miały określić zalety programu prowizyjnego, określały jego wyższość nad innymi, profesjonalność, wysoką jakość oprogramowania, nieporównywalność na rynku bla... bla... bla...

Poprosiłem ją więc aby mi wyjaśniła co tak naprawdę jej zdaniem oznaczają określenia "jakość, wyższość, nieporównywalność i unikalność".
Wyjaśniła więc że jej program będzie lepszy od konkurencyjnych, oferujący dużą ilość rewelacyjnych funkcji administracyjnych, banery, doskonałe wsparcie marketingowe dla sprzedawców itd.. itd...

Ni była to jednak odpowiedź którą pragnąłem usłyszeć, więc ją znów zapytałem. Dlaczego te rzeczy jak np. nieporównywalność i unikalność mają być takie ważne dla klienta do którego się zwraca ? To znaczy w tym przypadku przyszłego sprzedawcy jej produktów?

Znów wyjaśniła że nikt na rynku nie oferuje takiego programu, gdyż

Znowu jej odpowiedź była równie cieniutka więc musiałem jej wyjaśnić że wszystko to co wymieniła nie ma najmniejszego znaczenia dla przyszłego sprzedawcy !

Zdziwiona, zapytała dlaczego. Odpowiedziałem jej że to czym głównie jest zainteresowany potencjalny sprzedawca to dwoma rzeczami: ZYSK i CZAS.

Zysk sam w sobie nie wystarczy, gdyż musi to być wplecione w szczególne okoliczności i motywy, takie jak oszczędność czasu, łatwość i technika sprzedaży a głównie przelicznik czasu na określone pieniądze mające być owocem określonej prestacji.

Takie określenia jak: jakość, unikalność, nieporównywalność itd.. to słabe, pasywne słowa, bo jak można zmierzyć na skali jakość czy unikalność czegoś? (a tym bardziej wymienić na dolary?) Nie jest to możliwym gdyż określenia te oznaczają co

innego dla różnych ludzi . W ten sposób cech tych nie można przetłumaczyć na wymierne egoistyczne zainteresowania potencjalnego sprzedawcy.
Po prostu określenia te w praktyce nic nie znaczą !

W konsekwencji, poprosiłem ją o popatrzenie na to zagadnienie z punktu widzenia sprzedawcy. Zapytałem, czym by się zainteresowała pragnąc sama włączyć się w jakiś program i co by to było właśnie w tym programie.

Niewątpliwie firma, produkty, funkcjonowanie samego programu i jego wiarygodność to są istotne dodatkowe aspekty, lecz to co odgrywa najistotniejszą rolę to wysokość prowizji i czysto praktyczna możliwość sprzedania większej ilości danego produktu.

Dlatego też musisz zawsze patrzeć na swoje produkty czy też usługi poprzez pryzmat potrzeb potencjalnego klienta a nie własnych preferencji!

5. Jak określić produkt

Miej zawsze w pamięci poniższe reguły gdyż właściwe opisanie produktu nie jest łatwe, dlatego też te podpunkty powinny być Ci pomocne w kreowaniu prezentacji. Określenie korzyści produktu składa się zazwyczaj z czterech podpunktów, są to:

1. Kształty
2. Cechy
3. Korzyści
4. Motywy

Każdy z tych podpunktów posiada swoje charakterystyczne atrybuty w zależności od rodzaju produktu, czy też usługi.

Dla zilustrowania tego, oto krótka charakterystyka każdego z nich.

1. Kształty to jest to czym produkt jest. (jaki ma kształt i kolor)

Jeśli to program do prowadzenia księgowości to umożliwia np. automatyczne tworzenie kont, podwójne księgowanie itd.. Posiada wszystkie zalety pozwalające na prowadzenie księgowości osobie która nigdy się tym wcześniej nie zajmowała.

2. Cechy to jest to co produkt posiada.

Tu wymienione są wszystkie dodatkowe funkcje programu, np: aplikacja dająca

wgląd w finansowe statystyki, prosta obsługa, itd...

3. Korzyści jakie powyższe cechy przynoszą.

Można opowiedzieć o tym jak dostęp do aktualnych statystyk pomaga w planowaniu budżetu przedsiębiorstwa, jakie ogromne oszczędności czasowe przynosi to osobie planującej wydatki, czy inwestycje firmy itd..

4. Motywy przemawiające za kupnem.

Tutaj mają być wszystkie te elementy przekonywujące do kupna.

A więc konkurencyjność ceny, (ewentualne porównanie z podobnymi, istniejącymi na rynku produktami tego rodzaju, oszczędność czasu, łatwość w obsłudze, dodatkowe bonusy, serwis, czy nawet darmowe konsultacje, kursy i porady!

Najłatwiej jest rozpisać wszystko na kartce papieru w kolumnach i pamiętaj nie zapominaj o najważniejszym o nagłówkach i rubrykach gdyż to właśnie te przyciągają wzrok zmuszając do czytania.

6. Na koniec, to co jest najważniejsze !

W miarę pisania i składania powyższego raportu doszedłem do wniosku,

że w tym ogromie technicznych detali jak gdyby przeoczyłem najbardziej istotne kwestie dotyczące psychologicznych różnic pomiędzy internetem a innymi mediami marketingu. Tematy te będę jeszcze wielokrotnie analizował w przyszłych raportach, gdy będę bliżej omawiał zagadnienia związane z techniką i psychologią marketingu w Internecie.

W obecnej chwili pragnę jedynie podkreślić kilka istotnych cech które tak bardzo odróżniają internet od "tradycyjnych" mediów marketingu, co w efekcie wymusza na nas ludziach zajmujących się zawodowo marketingiem, zrewidowanie swoich poglądów i stosunku do klientów, jak i samego medium.

Internet jako medium może się na pierwszy rzut oka wydawać bardzo sterylnym i bezosobowym digitalnym medium. Osoby którym się tak wydaje popełniają jednak tutaj największy błąd rozumowania.

Gdyż w rzeczy samej to wszystkie inne media są bezosobowe gdzie jako ludzie marketingu wykupujemy sobie czas czy miejsce, uzyskując tym sposobem dostęp do klienta.

Internet natomiast jest medium wolnego wyboru, gdzie niewiele można sobie kupić za pieniądze. Tutaj odbiorca a więc posiadacz komputera decyduje o

swoich preferencjach i o tym co chce oglądać. Cecha ta czyni, że to my posiadacze stron domowych musimy zasłużyć na to aby zwrócono na nas uwagę. Aby odwiedzający zwrócili nie tylko uwagę na to co mamy do zaoferowania, lecz powracali też bezustannie do naszych stron domowych.

To my musimy swoją postawą, zaangażowaniem i bezpośrednim ciepłym stosunkiem do wszystkich tych którzy nas odwiedzają zasłużyć na ich lojalność i sympatię. Wszystko to robi że żadne inne medium nie wymaga tyle zaangażowania i troski o człowieka co internet, gdyż tutaj tylko tym co masz do zaoferowania w sferze materialnej i psychologicznej możesz sobie zjednać

sympatię ludzi.

Wszystkie te cechy czynią że internet jest pierwszym medium relacji międzyludzkich i czym te relacje będą bliższe i bardziej osobiste, tym Twoja szansa odniesienia sukcesu większa. Dlatego też nic nie może być większą pomyłką jak stworzenie sterylnych i bezosobowych stron domowych które nie są stworzone z myślą o ludziach i ich potrzebach, lecz stworzono je jedynie z myślą o własnych potrzebach. Okaż się bezinteresownym, troszcząc się o innych a Twoje pełne zaangażowanie zostanie należycie przez odwiedzających odebrane i po stokroć wynagrodzone.

PAMIĘTAJ WIZUALIZUJ MARZENIA INNYCH

Urzeczywistniając jednocześnie własne !

=====
==

I PAMIĘTAJ MIEJ CZAS !

1. Miej czas na Pracę - to cena sukcesu.
2. Miej czas na Myślenie - to źródło potęgi.
3. Miej czas na Zabawę - to sekret młodości.
4. Miej czas na Czytanie - to podstawa wiedzy.
5. Miej czas na Modlitwę - to zmywa pył ziemi z powiek.
6. Miej czas na Przyjaciół - to źródło radości.
7. Miej czas na Miłość - to sakrament życia.

8. Miej czas na Marzenia - to wznosi Twoją duszę do gwiazd.
9. Miej czas na Śmiech - to pieśń pomagająca znosić trudy życia.
10. Miej czas na Planowanie - to sekret umożliwiający znalezienie czasu na dziewięć pierwszych punktów !

Nieznany autor!

Rozdział piąty

POMOCNE LINKI

Budując własne strony domowe, czy też rozpoczynając promocję swojej koncepcji w internecie należy umieć wykorzystać ten ogrom darmowych zasobów jakie istnieją w sieci.

Internet oferuje niezwykle bogactwo środków i możliwości i jeśli tylko się potrafi wszystko to co internet oferuje należy wykorzystać, to marketing w sieci może być wręcz nieprawdopodobną i darmową przejażdżką do sukcesu!

GATOR

Jeśli jesteś zmęczony wypełnianiem setek formularzy w sieci, których na dodatek z każdym dniem jest więcej to zainstaluj sobie ten program.

Gator pamięta wszystkie Twoje dane personalne kody i hasła czyniąc proces wypełniania formularzy przyjemnością.

COPERNIC 2000

Ten fantastyczny program przeszukuje kilka największych motorów wyszukiwawczych jednocześnie w poszukiwaniu stron które pragniesz znaleźć. Oszczędza czas i pieniądze. Rekomenduję gorąco jeśli surfujesz dużo.

ALEXA

To darmowy program który funkcjonuje jako Twój "prywatny detektyw" w sieci. Analizuje zawartość odwiedzanych stron, wyszukuje najkrótszych dróg do danych stron, itd.. Fantastyczny instrument, do skopiowania!

CRUNCHER

Pomniejsza obrazy GiIF i JPEG. Kompresowanie zdjęć czyni strony znacznie szybszymi. Oferuje poza tym wiele interesujących opcji. Jeśli pragniesz otrzymać darmową kopię to odwiedź: <http://www.spinwave.com>

WINGRAB

Pomaga w kopiowaniu interesujących motywów z sieci zapamiętując je jako motywy JPEG i TIFF. Oferuje wiele dodatkowych funkcji jak różne formaty wydruków itd.. Pomaga też budować katalogi gdzie setki małych zdjęć może być złożonych na małych powierzchniach.

PAGOO CALL CATCHER

Surfuj bez obaw. Pagoo informuje o wchodzących na linie rozmowach telefonicznych, wtedy gdy surfujesz. Wysyła i przyjmuje pocztę głosową bez rozłączania połączenia z siecią.

ODIGO

To przełom w komunikacji ! Tutaj możesz surfować odwiedzając te same strony wspólnie z innymi. Oferuje funkcje chatów itd.. Jeśli masz wielu przyjaciół w sieci to skorzystaj z niego.

FIRETALK

Jeśli lubisz rozmawiać przez telefon, lecz nie lubisz płacić rachunków to Firetalk jest odpowiedzią. Posługując się Twoim komputerem możesz dzwonić do ludzi na całym świecie. Można też rozmawiać z kilkoma osobami na raz ! Sprawdź to!

Tanie lub darmowe domeny

Jak wiadomo to posiadanie własnej domeny jest podstawą działalności w internecie, gdyż to jest to co nadaje prezentacji powagi i wiarygodności.

Sprawdź następujące adresy:

INTERNASK - Polska firma oferująca domeny .com .biz .net od 69 zł

<http://www.sallysshop.com/>

<http://www.onestop.net/> - \$11.00 na rok

<http://www.joker.com/> - \$12.00 na rok

<http://www.dotster.com/> - \$15.00 na rok

Znalazłem też kilka miejsc gdzie można otrzymać domeny za darmo:

<http://www.namezero.com/>

<http://www.domainzero.com/>

<http://www.namedemo.com/>

Jeśli pragniesz zainstalować gdzieś swoje strony, lecz pragniesz uczynić to tanim kosztem, lub nawet za darmo, to możesz odwiedzić następujące strony:

@VirtualCorporation - Największy wybór konfiguracji od 72 zł/rok

<http://www.netfirms.com/> - Wymogiem jest posiadanie ich baneru na pierwszej stronie.

<http://www.crosswinds.net/> - Za darmo i bez banerów

<http://www.doteasy.com/> - Darmowa domena, miejsce na serwerze i bez banerów.

Jeśli pragniesz znaleźć darmowy "wózek sklepowy" to odwiedź:

@VirtualCorporation - Sklep internetowy zintegrowany z każdą opcją!

<http://www.gta-tech.com/>

<http://www.freemerchant.com/>

<http://www.bigstep.com/>

Produkty i usługi do sprzedania

Bo dobrze jest mieć strony domowe, lecz jeśli potrzebujesz coś aby móc z nich sprzedawać to jednym z lepszych wyborów jest oprogramowanie, muzyczne płyty CD i akcesoria komputerowe. Programy sprzedaje się najczęściej w digitalnej formie dlatego też przynoszą najwyższe zyski.

Nie mieszaj jedynie produktów, trzymaj się określonej branży aby nie było to "szwarc, mydło i powidło"

Sprawdź następujące linki:

@VirtualCorporation - Program Partnerski - hosting, wirtualne biura, etc.

WebPartner - stale rosnący wybór produktów i programów

<http://www.associateprogams.com/>

<http://www.associate-it.com/>

<http://www.referit.com/>

Potrzebujesz fax?

Nie musisz go kupować gdyż tutaj możesz otrzymać numer faxu za darmo! Nazywa się to e-faxing i dla osób które dużo podróżują jest to doskonałym

Rozwiązaniem, gdyż z każdego miejsca można mieć dostęp do usługi.

<http://www.efax.com/>

<http://www.onebox.com/>

<http://www.faxwave.com/>

Logo firmowe

Prowadząc działalność w sieci, mając domeny i strony domowe, warto jest mieć logo które pozostaje w pamięci odwiedzających.

Logo jest odnośnikiem produktów czy też usług więc stwórz sobie logo

odwiedzając:

<http://www.freelogos.com/>

<http://www.cooltext.com/>

<http://www.thelogocreator.com/>

Ostatni z powyższych wymaga posiadania programu przy pomocy którego tworzy się logo.

Ludzie lubią rekomendować strony które im się podobają.
Potrzebne skrypty znajdziesz odwiedzając:

<http://www.recommend-it.com/>

<http://www.letemknow.com/>

<http://www.bravenet.com/samples/announcer.php>

Własny E-zine

Jeśli masz strony domowe i pragniesz aby Twoja koncepcja funkcjonowała w sieci to musisz wydawać Twój własny e-zine. (electronic magazine).
Jest to własne medium przy pomocy którego możesz zawsze informować

Czytelników o wszystkim tym co uważasz że jest ważne.
Ze swoim ezinem można się podłączyć do:

<http://www.egroups.com/>

Mój osobisty faworyt

<http://www.topica.com/>

<http://www.listbot.com/>

Pragniesz się nauczyć jak je wydawać ?

<http://www.ezineuniversity.com/>

<http://www.absolutezines.com/>

<http://www.ezine-z.com/>

Autorespondery

Pamiętasz fax na żądanie ?

Autorespondery funkcjonują w ten sam sposób i tym sposobem można automatycznie wysyłać informacje tysiącom zainteresowanych.
Do prowadzenia działalności w sieci stają się nieodzowne !!

Tutaj znajdziesz darmowe autorespondery:

<http://www.sendfree.com/>

<http://www.freeautoresponders.net/>

<http://www.getresponse.com/>

Materiały promocyjne

Tak szybko jak Twoje strony są zainstalowane to potrzeba jest troszkę rzeczy o których należy pomyśleć. A więc banery, sygnatury, anonsy , kartki pocztowe itd.. Sprawdź to proszę: <http://www.mcpromotions.com/getreadytomarket.htm>

Gratis telefon numer

Jeśli nie chcesz sobie sprawiać dodatkowego numeru telefonu, to tutaj możesz skorzystać z tego typu usługi, która funkcjonuje wszędzie nawet gdy jesteś na wyjazdach. I bez względu na to gdzie mieszkasz !

Oto jeden z najlepszych: <http://www.ureach.com>

Kredit kort

Możliwość akceptowania kart kredytowych to wymóg nr.1 biznesu w internecie. Nie ma jednak problemu gdyż te usługi też można sobie kupić. Alternatywą jest otwarcie tak zwanego merchant account które funkcjonuje jak konto bankowe z możliwością kontrolowania kart kredytowych i akceptowania ich. Takie konta są dosyć drogie i mogą kosztować od 2000\$ w górę. Są miejsca gdzie pobierana jest za tą usługę pewna mała opłata od transakcji i odwalają całą robotę. Jest to naprawdę warte tej ceny !

<http://www.ibill.com/> - Biorą dosyć wysokie opłaty

<http://www.ccnw.com/> - Musi to być jakiś produkt a nie usługa

<http://www.propay.com/> - Niskie opłaty i Twój adres e-mail wpisany jest na fakturze

<http://www.clickbank.com/> - Robi możliwym akceptowanie międzynarodowych płatności

<http://www.paypal.com/> - Jeszcze jeden tani serwis i łatwy w obsłudze

Oto kilka miejsc gdzie można skopiować aplikacje cgi w celu uczynienia stron domowych bardziej interaktywnymi !

<http://www.isyndicate.com/>

<http://www.7am.com>

<http://www.builder.com/Authoring/FreeContent/>

Jeśli planujesz wydawanie własnego e-zinu to TextPad jest podstawą. Złożenie tekstu tak aby wyglądał w każdym komputerze podobnie nie jest łatwe. Jeśli pragniesz to uczynić profesjonalnie to TextPad jest ideałem. TextPad jest łatwy w obsłudze i funkcjonuje podobnie jak Notepad, z tym jedynie wyjątkiem że ten jest na steroidach!

Sprawdź to sam: <http://www.textpad.com/>

Budować własne strony domowe

Aby to uczynić potrzebne jest dobre oprogramowanie.

W sieci można znaleźć dużo tanich a nawet darmowych programów.

Jedynie co należy wiedzieć to gdzie ich szukać, gdyż istnieją programy które pomogą Ci w rozwiązaniu każdego problemu !

Tutaj znajdziesz wszystko na temat HTML:

<http://www.bfree.on.ca/HTML/index.htm>

<http://www.htmlhelp.com>

http://www2.imagiware.com/RxHTML/index_noframes.html

Jeśli już masz strony domowe to przetestuj czy funkcjonują w różnych motorach wyszukiwawczych

<http://www.anybrowser.com>

<http://www.websitegarage.com>

<http://www.cast.org/bobby/>

Tutaj znajdziesz wszystko co potrzebne do tworzenia własnej grafiki, banerów, animacji itd..

Banery:

<http://www.animationonline.com>

<http://www.quickbanner.com>

<http://www.zyris.com>

Darmowe skrypty Java i Cgi:

http://cgi-resources.com/Programs_and_Scripts

<http://www.infohiway.com/javascript/indexf.htm>

<http://www.BigNoseBird.com>

<http://www.worldwidemart.com/scripts>

<http://javascript.internet.com>

Darmowa grafika

<http://www.webgfx.com>

<http://www.cooltext.com>

<http://www.3dtextmaker.com>

Darmowe makros do tworzenia stron domowych:

<http://the-toolkit.com>

<http://home.netscape.com/browsers/templates/index.html>

<http://desktopPublishing.com/template/web/sitekits.html>

Online Design

<http://www.free.com>

<http://mypad.com/index.html>

Pamiętaj, że wiele największych nazwisk w sieci zaczynało swoje kariery niedawno temu, bez jakiegokolwiek większej wiedzy na temat tego medium. Jeśli my mogliśmy to i Ty możesz !

BUTIKI TEMATYCZNE

DLACZEGO BUTIKI TEMATYCZNE ROBIĄ MILIONY ?

Z pewnością zapytasz co to są "butiki tematyczne" i ja chcę jeden !
Butiki tematyczne, po prostu nie są jeszcze jednymi stronami domowymi w internecie. W internecie istnieją miliony stron domowych osób prywatnych i firm, których właściciele jak gdyby szczytują się brakiem pojęcia o pewnych podstawowych zasadach marketingu. Jeśli są to osoby prywatne to można im to wybaczyć, jednakże gdy robią to firmy, to skandaliczny brak kompetencji.

Większość tych stron jest zamieszczana i potem nie robi nic, nie spełnia żadnej funkcji. Po prostu "wiszą w przestrzeni cybernetycznej", świadcząc o braku koncepcji swoich właścicieli, trąbiąc tylko w egoistyczny róg właściciela na fałszywą, samolubną nutę. Prawda jest taka że większość stron domowych, nawet należących do wielkich firm, nie przynosi im żadnej korzyści = żadnych zysków !
Nic, Zilch, Nada, Nothing..

Jednakże, jest już szybko rosnąca armia wtajemniczonych, którzy mają wyraźnie więcej "szczęścia w interesach" niż inni, ich strony przyciągają tysiące odwiedzających i klientów na dobę.
To są butiki tematyczne !

Niektóre z tych firm zarabiają już miliony na sieci !
Wszystko to niewiele ma jednak wspólnego ze "szczęściem w biznesie".
Jest tylko wynikiem umiejętności marketingu i zrozumieniem natury internetu oraz umiejętności przystosowania "tradycyjnych" form marketingu do nowego środowiska. Brak zrozumienia natury internetu jest tak powszechny, że nawet "tradycyjni specjaliści" marketingu nie mają pojęcia jak w tym przypadku funkcjonują mechanizmy psychologiczne sieci. Internet jest odwrotnością, jest zaprzeczeniem pewnych koncepcji używanych w innych mediach przekazu.

Oznacza to że internet :

- # Nie jest medium do zdobywania "marki".
- # Nie jest medium do pasywnego prezentowania całej linii swoich produktów.
- # Nie jest medium do tworzenia "świadomości".
- # Nie jest medium w którym pasywnie rozgłasza się swoje imię.

Ludzie korzystający z internetu myślą że to jeszcze jedno medium w którym powyżej wymienione punkty funkcjonują. Nie rozumiejąc że to nie jest gazeta, czy telewizja która jest dostarczana do klienta i można mu "prać mózg".
Internet jest odwrotnością i tutaj klient wybiera, wychodząc naprzeciw medium. Nie wrzuca mu się niczego w skrzynkę pocztową, tylko on sam aktywnie szuka informacji, jakich sam chce i jeśli prezentujący je potrafi motywować do czytania swoich stron, to wygrywa !

Użytkownicy internetu traktują to medium jak gdyby było pewnym forum w którym użytkownicy będą automatycznie wiedzieli o ich istnieniu. Czy też traktują internet, jak cybernetyczną gazetkę która automatycznie ląduje w skrzynkach pocztowych (tu komputerach) milionów użytkowników na raz. Nic nie jest większym błędem, gdyż nawet czysto technicznie nie jest to możliwe i całe szczęście gdyż wtedy było by to jeszcze jedno narzędzie manipulacji masami.

Twoja strona domowa nigdy nie przyjdzie do klienta, to klient musi jej aktywnie szukać, a ty musisz dać klientowi powód aby to zrobił. Czy ty to robisz ? Założę się że wcale albo słabo !
Gdy kupujesz miejsce w prasie, czy telewizji to kupujesz uwagę czytelnika , czy widza i wypełniasz swoje miejsce czym chcesz, bo kupujesz klienta. W internecie nie pomoże ci to gdy kupisz 500 MB miejsca w cybernetycznej przestrzeni bez granic i umieścisz na nich swoje strony.

W rzeczywistości to nie ma większej różnicy, 1 MB, czy 1 GB, gdyż to ty musisz im nadać wartości. "Butiki tematyczne", to jakaś martwa, pustynna część, cybernetycznej przestrzeni, którą ktoś zamienia w kwitnące życie, aktywnością, pulsującą energią i kreatywnością centrum zainteresowania dla tysięcy odwiedzających. Tu żaden ignorant z kasą nie może sobie kupić uwagi klientów !

Uwagę tą można tylko pozyskać zaangażowaniem i umiejętnością stworzenia właściwej atmosfery. Umiejętnością zaoferowania swoich usług, czy produktów w taki sposób aby potencjalny klient był motywowany danym tematem się zainteresować i aby dany produkt kupił.

Sztuka marketingu na sieci to właśnie sztuka motywowania "surfera"
Piszę surfera bo tempo przemieszczania się po szczytach fal, odbywa się tu z olbrzymią szybkością. I to ty musisz poznać technikę, musisz wiedzieć jak go zatrzymać, motywując aby się zatrzymał, pozostał, i bezustannie powracał do twoich stron !

Daj ludziom powód aby reagowali "we właściwy dla Ciebie sposób", gdyż nikt nigdy nie robi niczego bez powodu, to jest naturą rzeczy!
Jeśli pragniesz zarobić pieniądze w internecie, to musisz dawać ludziom powody aby wybierali Twoje strony domowe, wśród tysięcy innych.

Są dwa takie powody, tematyka i bonusy specjalne !
Jednym z powodów jest konsekwentny wybór tematu który interesuje daną grupę ludzi. Wybierając właściwy temat i podchodząc do tego z pełnym zaangażowaniem, zawsze będziesz miał pod dostatkiem amunicji aby się wstrzelić w zainteresowania odwiedzających Twoje strony domowe.

Kwestią jest jakie masz zainteresowania, czy hobby, i co mógłbyś rozwinąć przeistaczając to w "butik tematyczny".
Możliwości takich jest bez liku i może to być:
szermierka, lekkoatletyka, filatelistyka, czy też historyczny sprzęt wojskowy. Zrób inwentarz samego siebie.

Jakie są twoje pasje, hobby, czy marzenia życia?
Jaki jest temat o którym mógłbyś mówić godzinami?

To jest właśnie to co można sprzedać w internecie !

Jeśli marzeniem twojego życia jest żeglowanie, to zbuduj butik tematyczny wokół tego tematu, a odkryjesz że wokół ciebie jest tysiące marzycieli Tobie podobnych. Marzycieli którzy w ten sposób będą mogli jeśli nie zrealizować, to przynajmniej przybliżyć swoje sny. Internet pozwala spotkać ludzi o podobnych zainteresowaniach na całym świecie, z którymi można tworzyć wspólne programy, forum dyskusyjne, zamieszczać nadesłane artykuły, polemiki, ogłoszenia. Prowadzić jednocześnie komercyjną promocję wydawnictw na dany temat, promocję sprzętu zainteresowanych firm, płatny dział anonsów.

Promocję produktów własnych, jak raporty, książki itd..
Daje to możliwość odpłatnego zamieszczania banerów.
Wydawania dystrybuowanego darmowo e-zinu (electronic magazine), co jest samo w sobie potężnym narzędziem generującym dochody w sieci.
Wokół tego tematu, którego zresztą nie znam mógłbym w przeciągu kilku miesięcy stworzyć, pulsujący życiem "butik tematyczny", przynoszący na dodatek doskonale dochody, gdyż mówię tu o biznesie a nie o działalności idealnej.

1. Chodzi tu o danie pewnej grupie ludzi motywacji i powodu aby stale powracali do twoich stron domowych. Powodem tym jest wszystko to co im jesteś w stanie dać na swoich stronach, tak w sferze psychologicznej, jak i materialnej.
2. Zaoferuj wszystkim darmowy abonament e-zinu, który będzie wysyłany np. raz w tygodniu na e-mail abonenta. Biuletyn taki ma zawierać aktualne wiadomości na temat, dział ogłoszeń, polemiki, promocje produktów itd..
3. Zapraszaj wszystkich do brania udziału w forum dyskusyjnym, proś o nadsyłanie artykułów i polemik, aktywizuj ! Zawsze istnieje tysiące tematów o których można dyskutować, czy opowiadać anegdoty na temat, plotki, itd.. Ludzie kochają mówić na tematy które ich pasjonują, które są ich życiem.
Daj im tylko forum a nie sposób ich będzie uciszyć.
Czy rozumiesz pomysł ?

Butik tematyczny, ekscytuje, przyciąga i motywuje do pozostania wszelkimi sposobami, dając odwiedzającemu znacznie więcej niż od niego wymaga.
Urokiem tego systemu jest to że posiadając własne forum, kilka tysięcy członków i własny e-zine jako medium przekazu, zyskujesz wręcz nieograniczone możliwości zarabiania pieniędzy i tylko twój własny brak fantazji może postawić granice tym możliwościom.

Pragnąc to zrobić, przygotuj się jednak tematycznie.
Poznaj metody i mechanizmy marketingu w internecie, gdyż to bardzo specyficzne medium przekazu, którego większość specjalistów marketingu też jeszcze nie rozumie. Nie próbuj robić rzeczy "po swojemu", gdyż tu nie pomaga "chłopski rozum". Marketing to dziedzina nauki i czym lepsze jest twoje przygotowanie teoretyczne, tym większą masz szansę powodzenia.

Oferowana przez nas seria raportów na temat metod marketingu na internecie, to ekstrakt najcenniejszych informacji i doświadczeń lat pracy najlepszych specjalistów branży. Naszą ambicją jest aby nie straszyć czytelnika nudnymi akademickimi 650-cio stronicowymi polemikami - na temat. Oferowane przez nas materiały to esencja lat doświadczeń najlepszych praktyków branży, które mają ci dać, przy użyciu jak najmniejszej liczby słów, maksymalne korzyści praktyczne.

Materiały te to nie pisane "żargonem" akademickim, trudne do zrozumienia mętne wywody, lecz proste i rzeczowe analizy i rady profesjonalistów. Ludzi którzy już tą długą drogę sami przeszli. To rady starszych stażem kolegów, którym w "dzieciństwie internetu" nikt nie był w stanie pomóc swoim doświadczeniem !

Licencja

1. Posiadacz niniejszej publikacji może korzystać z niej bez ograniczeń
2. Zabronione są jakiegokolwiek zmiany lub modyfikacje zawartości tej publikacji włącznie z usuwaniem i modyfikowaniem linków.
3. Właściciel praw autorskich udziela zezwolenia na odsprzedaż dowolnej ilości kopii niniejszej publikacji z zastrzeżeniem pkt. 2 oraz pod warunkiem pobrania opłaty za niniejszy e-book nie mniejszej niż cena za którą został on zakupiony.
4. Niniejszy e-book NIE może być włączany do żadnych pakietów, zbiorczych publikacji, zestawów, itp. w celu sprzedaży łącznie z innymi publikacjami.
5. Nabywca może używać niniejszego e-booka jako bezpłatnej premii, bonusu do sprzedawanych przez siebie towarów i usług pod warunkiem, że cena jednostkowa sprzedawanego towaru lub usług jest wyższa niż cena zakupu niniejszej publikacji. 6. Jeśli chcesz otrzymać specjalną wersję tej publikacji oznaczoną linkami do własnych stron WWW i własnym adresem e-mail napisz do mnie.
7. Niniejsza publikacja może być nagrywana na dyskietki, płyty CD i DVD oraz inne nośniki.
8. Wszelkie prawa do niniejszej publikacji zastrzeżone