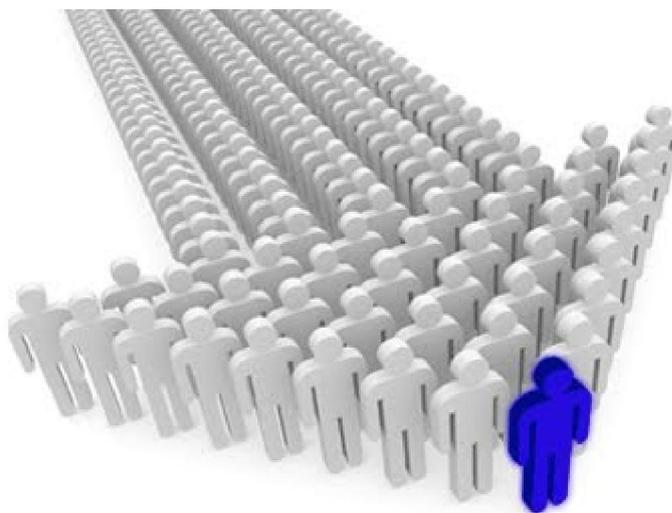


Александр Носырев



**На связи с клиентом,
или пошаговая инструкция по повышению
прибыльности бизнеса на 50%
с помощью простых, доступных и креативных ИТ- решений (интернет-сервисов)
для direct-mail'a, проведения опросов и получения отзывов прямо на сайте и
ВНИМАТЕЛЬНОГО ОТНОШЕНИЯ К СВОИМ ДРАГОЦЕННЫМ КЛИЕНТАМ**

Почтовые рассылки (не спам!): как увеличить число новых посетителей сайта и лояльных клиентов с помощью сервиса рассылок

Newis.biz
2012г.

Оглавление

Начальная точка отсчета. Что мы имеем?	3
Готовим сайт к продажам	3
Выбираем сервис подписки	4
Создаем форму подписки на Вашем сайте	7
Работаем над рассылками вместе с Mailchimp	8
Создаем дизайн писем	8
Проводим сплит-тестирования	9
Тестируем на спам	9
Анализируем результат рассылки	9
Самое главное: готовим тексты писем!	12
И каков результат?!	13
Всегда на связи с клиентом	14

Начальная точка отсчета. Что мы имеем?

У Вас есть сайт. А много он дает Вам прибыли? Давайте считать, чтобы понять, на каком этапе пути мы находимся.

Сколько посетителей приходит на Ваш сайт ежедневно?

Какова конверсия посетителей в контакты (CTR)?

Конверсия в интернет-маркетинге — это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия (звонок в фирму, регистрацию, подписку, посещение определенной страницы сайта, переход по рекламной ссылке и т.д.) к общему числу посетителей сайта.

К примеру, обычная конверсия в интернет-магазинах не превышает 1-2%, на сайтах-рекордсменах может превышать 10% (<http://www.womanwithin.com>, <http://www.officedepot.com>), если у Вас ниже – есть повод задуматься.

Какова конверсия контактов в продажи?

Если Ваш сайт не имеет функций торговой площадки, то этот показатель крайне важен для Вас. Определить источник продажи обычно не составляет труда – Вы можете просто напрямую спросить у клиента, откуда он узнал о Вас.

К примеру, маркетинговое исследование в сети IC франчайзи показало, что среднее соотношение позвонивших в компанию после визита на сайт к числу купивших что-либо составляет в среднем около 50%.

Какая средняя сумма чека в этих продажах?

Какова прибыль за месяц от покупателей, пришедших к Вам с сайта.

Итак, зафиксируйте эти суммы.

Готовим сайт к продажам

Ведь он должен продавать, не правда ли? Конечно, разве Вы этого не знали?

Вот несколько простых правил, которые помогут всколыхнуть Ваше маркетинговое мышление.

Правило 1. Правильный сайт продает не товары и услуги, а решение проблем Клиента. Отсюда следует правило 2.

Правило 2. У каждого товара на сайте должна быть отдельная страница с описанием, и очень важно, чтобы в ней были указаны Продающие моменты.

Потребителю (уточним, типичному представителю целевой аудитории) нужно рассказать о его выгодах **убедительно и просто**. Это особенно важно, если Клиент не является специалистом в данной области. В зависимости от характера предложения это может быть что-то: дешевле; экономичнее; производительнее; эффективнее, удобнее; практичнее; долговечнее; надежнее; прочнее; проще; понятнее; безопаснее; быстрее; интереснее; вкуснее; полезнее; тише; красивее; престижнее; моднее; сексуальнее; и т. д.

Правило 3.

Сделайте своим клиентам уникальное торговое предложение.

Содержание УТП:

- Название
- Описание уникальной дифференцированной выгоды для потребителя
- Эмоционально заряженный маркетинговый слоган
- Составные части предложения:
- Почему нужно покупать именно у вас
- Почему нужно купить именно сейчас

- Подробности предложения (цены, условия, и т.п.)

P.S. Полезные советы



1. Думаю, что Вы знаете, что дизайн сайта должен выглядеть привлекательно в глазах клиента. А он может выглядеть по-разному в разных браузерах! Если на компьютере руководителя он выглядит как надо, это еще не значит, что он не «поплывет» в браузере у клиента. Так ли это, Вы можете проверить в службах интернета <http://ipinfo.info/netrenderer/index.php>, <http://browsershots.org>.

2. Текст на сайте тоже должен быть привлекать, иначе говоря, «цеплять» внимание пользователя. Если Вы не умеете это делать, воспользуйтесь биржами копирайтеров. Вот только некоторые, наиболее известные из них: Etxt.ru, Advego.ru, Textsale.ru. Уникальная стоимость услуг – от 1-10\$ за тысячу знаков без пробелов позволит Вам решить задачу легко и просто.

Если Вы не хотите заказывать текст, а научиться писать самостоятельно, есть очень много ресурсов в сети, которые придут на помощь. Лично мне очень нравятся материалы, размещенные на <http://shard-copywriting.ru>, <http://www.blog-kaplunoff.ru>

3. Во многих интернет-магазинах есть такая интересная опция. Когда Вы выбираете товар, система Вам сообщает, что вместе с этим ТОВАРОМ посетители покупали еще и ЭТО. Сделайте очень простое решение: на странице с описанием одного товара дайте ссылку на описание смежных товаров, которые помогут клиенту в решении его проблем. А потом отследите пути клиента по сайту. Вы удивитесь: сделали минутную работу, но польза от нее очень существенная! Это правило относится не только к интернет-магазинам. На каждой из страниц сайта можно разместить ссылки на другие страницы, где есть нечто, не менее полезное для Вашего посетителя. Только не делайте таких предложений на Landing page (странице приземления). Здесь посетитель должен выполнить только то действие, на которое Вы рассчитывали (подписаться на рассылку, оформить заказ и т.д.)

4. А не спросить ли Вам, что думают о Вашем сайте сами пользователи? Есть такой бесплатный «облачный» сервис – www.reformal.ru. Он встраивает форму опроса прямо в ваш сайт, и Вы можете использовать мудрость посетителей себе во благо. Как говорится, сайт делали единицы, а критиковать будут сотни. Еще более продвинутый сервис предоставляет ресурс www.copiny.com. На нем одновременно могут оставлять отзывы не только посетители сайта, но и визитеры Ваших страничек (групп) в известных социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Twitter.

Выбираем сервис подписки

Будьте на связи со своими клиентами! Для этого есть проверенный и эффективный способ – e-mail рассылки (не спам!). И не стандартная функция CRM-системы. Почему? Потому что, как правило, CRM – система не контролирует доставляемость писем, не отслеживает статистику работы с письмами Ваших корреспондентов. (Хотя при желании Вы сможете решить эту задачу с помощью Google Analytics или Postmaster.mail.ru). Но зачем, если в интернете немало «облачных» сервисов, которые бесплатно эти услуги предоставляют.

Итак, чему отдать предпочтение?

Начну обзор с полностью бесплатных сервисов. Это www.subscribe.ru, www.content.mail.ru, www.maillist.ru – сервис рассылок, в которых Вы

сможете завести свою тему и собирать подписчиков. К сожалению, доступа к адресам подписчиков у Вас не будет. К тому же эти подписки существуют отдельно от Вашего сайта и раскрутка такой подписки –отдельная задача.

www.SmartResponder.ru. Самая распространенная на просторах СНГ – это, безусловно, Smart Responder. Пожалуй, 80% блоггеров пользуются именно ей. Достаточно умеренная плата за рассылку большого количества писем (от 10 евро), ряд дополнительных сервисов – рассылка по расписанию, отчетность по работе подписчиков с Вашими письмами, наличие партнерской программы – все это, видимо, и обусловило ее популярность. Есть бесплатный вариант использования сервиса, но его функционал все же значительно уступает такой программе, как mailchimp.

www.mailchimp.com. Недавно сервис установил рекорд – миллион пользователей. Понять причину популярности легко: здесь все настраивается под клиента – подписная страница, дизайн писем, отчетность. Есть широкий выбор шаблонов, вплоть до предложения цветовой гаммы писем, гармонирующих с дизайном Вашего сайта. Доступен широкий выбор функций: автоматическое и ручное сегментирование клиентской базы (например, Mailchimp определяет присутствие Ваших подписчиков в социальных сетях и серия писем может быть создана специально под них), есть рассылки по расписанию, сплит - тестирование рассылок, подробная отчетность о том, как пользователи читают Ваши письма (открывают ли, на какие ссылки переходят). Платный сервис начинается для рассылок от 2000 подписчиков. Есть одно маленькое «но»: интерфейс у программы англоязычная, хотя и все тексты для подписчиков настраиваются на русском языке. Именно поэтому я решил посвятить один из разделов темы подробному описанию возможностей mailchimp'a, тем более что это один из самых мощных сервисов. По распространенности в СНГ сервис уверенно занимает второе место.

www.unisender.com.ua. За рассылку сообщений 100 подписчикам до 1500 шт. в месяц не берет никаких денег. В остальном - достаточно простой и удобный интерфейс и среднерыночные цены.

www.liveresponder.ru. Декларируется как полностью бесплатный сервис, но настраивать в нем ничего нельзя (а готовые шаблоны содержали грамматические ошибки!), отчетности никакой, в общем, сервис на любителя.

www.feedburner.com. Это, фактически, приложение к Вашей RSS ленте. Если Вы хотите, чтобы новые тексты с сайта поступали к подписчикам прямо в почтовый ящик, а e-mail подписчика пополнил Вашу базу, - есть смысл обратить внимание на этот сервис.

www.constantcontact.com. Интересный сервис, который предоставляет возможность в течение 60 дней попробовать различные инструменты Email маркетинга, Event маркетинга, Online опросов. Есть еще marketplace, где собраны различные программы для связи с клиентами: они помогут работать меньше и эффективнее. Сервис англоязычный, но очень интересный!

www.epochta.com.ua. Это не сервис рассылок, а продажа удобных почтовых программ для отправки как писем, так и СМС, и программ с различными интеллектуальными функциями: для мониторинга рассылок, для «умного» автоответчика, есть даже профессиональный набор спамера (видимо, оставшийся еще с тех времен, когда спам не был уголовно наказуем)!

А вот еще несколько почтовых сервисов. Последнее время они размножаются в сети очень быстрыми темпами, поэтому можете полюбопытствовать:

www.send2u.ru, www.feedgee.com/ru, www.streamcontact.ru, www.mailigen.ru, www.emailserving.com, www.aweber.com, www.getresponse.com



P.S. Полезные советы

1. На серверах бесплатных рассылок (см. выше), а также на сайте www.SmartResponder.ru Вы можете сравнивать себя с конкурентами, пользуясь рейтингом рассылок.

Вы можете создать собственную рассылку. Если у Вас уже есть полезные и уникальные материалы (например, на Вашем сайте), Вы можете положить их в основание собственной рассылки на сервисах.

Лучше размещать не сами статьи, а лишь анонсы, ведущие на сайт. А уж на сайте подписчик и сам поймет, что ему еще интересно.

Сайт Subscribe.ru делает анонсы рассылок на своей главной странице. Это дает Вам возможность уже в первые дни существования рассылки набрать не меньше 100 подписчиков (конечно, если содержание рассылки людей привлекает...).

А еще один вариант - сотрудничество с авторами раскрученных рассылок. Многие из них предоставляют возможность создать новую тему. При соблюдении правил публикации в группе (обе эти кнопки находятся рядом) Вы сможете заявить о себе сразу большому количеству подписчиков. Задача остается только – выбрать рассылки, где находится ваша Целевая Аудитория.

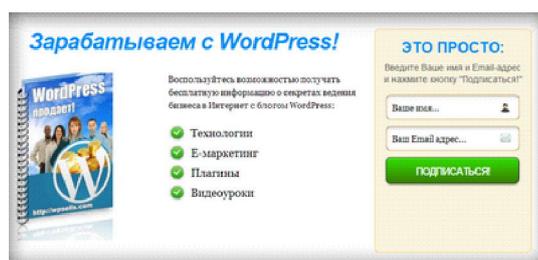
2. А пользуетесь ли Вы Твиттером? Сама по себе идея сервиса такова: Вы ищете интересных для Вас людей и подписываетесь на них. И к Вам в ленту начинают поступать авторские твиты; аналогично подписываются и на Ваши новости. Список подписчиков (фолловеров) является открытой информацией, и Вы можете подписываться на читателей Ваших конкурентов; в ответ часть людей подпишется и на Вас. А тех, кто не подписался, Вы сможете легко выявить и офолловить, например, с помощью сервиса <http://managetwitter.com>.

Создаем форму подписки на Вашем сайте

Как появляются на свет базы данных с электронными адресами клиентов (существующих и потенциальных)? Попросите своих покупателей заполнить регистрационную анкету в обмен на гарантийное обслуживание, купон на скидку, консультации по телефону. А своим потенциальным клиентам дайте полезную информацию в обмен на e-mail. Это могут быть полезные советы по выбору Вашего товара, уроки

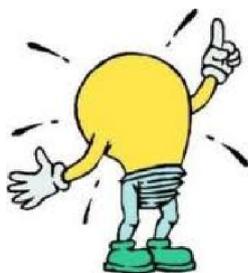
по его грамотному использованию, мини-курс Вашей макси бизнес - программы.

Примерная форма приглашения приведена на рисунке слева. Это скромная форма, оформленная в html – формате. На рисунке справа Вы видите форму, над которой поработал дизайнер. Как правило, такие формы оформляются в виде всплывающего окна, которое появляется перед глазами читателей через минуту после открытия страницы. Если Вы пользуетесь готовым почтовым сервисом, то скрипт формы уже предлагаются разработчиком. Вам остается только наполнить его содержанием.



Как ни странно, но, несмотря на навязчивость, эти формы работают эффективнее. Об этом говорит статистика, но лично я не пользуюсь этой возможностью: навязчивость раздражает. Поисковики тоже не любят подобных страниц со скриптами и, как правило, их не индексируют.

Ну и, конечно, поработайте над текстом Вашего послания к посетителям сайта. Ведь именно от того, насколько «цепляет» людей Ваше обращение, зависит его эффективность.



P.S. Полезные советы

1. Форма подписки может устанавливаться не только на Вашем сайте. Вы можете создать так называемые сайты-воронки, где размещается только информация о продукте с формой подписки. Полностью бесплатный сервис для создания минисайтов – <http://minisite.ru>, <http://nethouse.ru>, англоязычный <https://about.me>.

2. Обратная связь с клиентами – это не только подписная форма. Сейчас в сети появляется много сервисов (в том числе бесплатных), которые позволяют быстро нарастить базу подписчиков. Обратите внимание на <http://www.invitemaster.ru>: его установили у себя многие блоггеры, рекордсмены по количеству подписчиков в своей подписной базе. Смысл этой формы – замотивировать посетителей оставить в обмен на электронный подарок не только собственный электронный адрес, но e-mail своих друзей.

3. Я сталкивался с парадоксом: отличный материал, выложенный на сайте в бесплатном доступе, привлекает меньшее внимание, чем тот же, но объявленный платным, и

выложенный на торрентах. Попробуйте такой «вирусный» вариант распространения саморекламы. Ведь с этого начинал свой бизнес даже Билл Гейтс! Но в том же бесплатном материале обязательно должна присутствовать ссылка на Ваш сайт, желательно с меткой, которая позволит определить источник перехода. Вам ведь нужна аналитика для улучшения сайта?

4. Кстати, один из самых простых способов получить такую аналитику, - это воспользоваться сервисом [Http://goo.gl](http://goo.gl). Это сервис сокращения ссылок. Вы вводите ссылку на нужный раздел сайта и получаете ее краткий вариант. Теперь подставьте ее в нужное место Вашего продукта и ждите результат. Упомянутый выше сервис даст Вам статистику по переходам с этой ссылки.

5. Предлагаю пройти тест: умело ли Вы сделали Вашу подписную форму?

Вот статистика:

Конверсия самых эффективных подписных форм - около 50%. Хороший сайт в среднем собирает 10-30% имен и e-мейлов от всех посетителей. Если меньше 10% - что-то не в порядке с Вашим маркетингом...

Сколько подписчиков имеет хорошая рассылка?

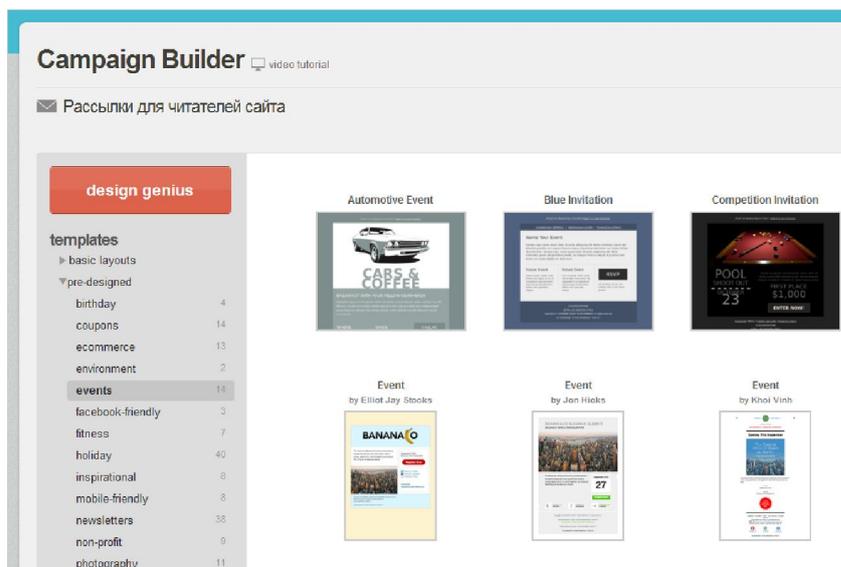
-Больше 100,000 – у рекорсменов;

-несколько десятков тысяч – у топовых подписок рунета;

-пополнение базы подписчиков на несколько тысяч за полгода-год – среднестатистический показатель хорошего сайта.

Работаем над рассылками вместе с Mailchimp

Создаем дизайн писем



От того, насколько привлекательно будет выглядеть Ваше письмо, зависит реакция на него Вашего потенциального читателя. Почтовик предоставляет в ваше распоряжение большой выбор оформительских шаблонов, которые Вы можете корректировать «под себя». Есть одно «но». Если в почтовой

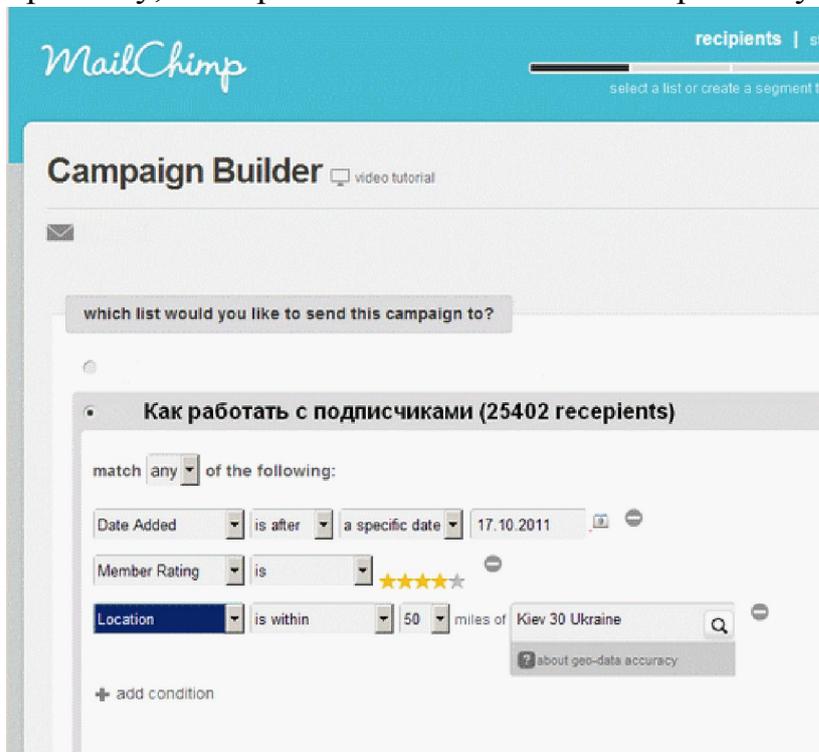
программе получателя отключен просмотр html текста, то лучше отправлять сообщение в простом текстовом формате. В программе Mailchimp Вам придется готовить и тестировать 2 варианта сообщений html и plain (программа сама предложит текстовое сообщение на основе html-варианта). Почтовик отправит пользователю сразу 2 варианта в формате Multipart/Alternative MIME, а серверное программное обеспечение на стороне получателя (сниффер) способно в этом случае самостоятельно определить, Александр Носырев

что показывать: красивые картинки или простой текст. В этом случае сушить голову над проблемой правильной доставки письма Вам не придется – аутсорсер эту проблему решил.

Лично мне красочные поздравления с праздниками нравятся куда больше!

Проводим сплит-тестирования

Вы можете выбрать клиентов вручную, по адресам, или по какому-либо признаку, и отправить письма только выбранному сегменту.



Есть таргетинг по реквизитам, которые заполняли подписчики на Вашем подписном листе, а также встроенные реквизиты: география, дата включения в подписку, предшествующая активность (рейтинг) пользователя. Такая сегментация позволит Вам тестировать Ваши тексты, отправляя разным группам разные послания.

Тестируем на спам

В платной версии программы есть тестирование на спам. Но даже без этого тестирования можем посоветовать учитывать политику антиспама, которой привержены отечественные сервера. Нужно избегать конструкций типа !!!, слов «бесплатно», многоцветного оформления текста.

Анализируем результат рассылки

Итак, мы отправили письмо, и программа выдала нам статистику. Примерно такую, как на картинке внизу.



Мы видим, сколько писем было открыто, сколько проигнорировано и сколько кликов по ссылке в письме было сделано (в абсолютном выражении и в процентах). Вы видите три диаграммы на каждом из показателей. Сравнение идет с результатами других издателей общей с Вами тематики и с Вашими же собственными историческими показателями. Таким образом, у Вас есть информация для раздумий.



P.S. Полезные советы

1. Подробная русскоязычная инструкция по работе с программой есть на этом сайте – <http://3wisemonkeys.ru/nachinaem-rabotu-s-mailchimp/>.

2. Для того, чтобы понять собственную квалификацию по работе с клиентами, стоит сравнить свои показатели со средними по отрасли.

Вот какую статистику приводит сервис Mailchimp, отправляющий ежедневно около 40 миллионов писем более чем 500,000 подписчикам.

	Процент открытия писем	Процент кликов по ссылкам	Мягкий возврат*	Жесткий возврат**	Процент жалоб	Процент «отписавшихся»
Сельское хозяйство и пищевая промышленность	23,94%	4,85%	0,97%	2,06%	0,10%	0,38%
Искусство	17,53%	3,54%	1,58%	2,54%	0,08%	0,25%
Косметология и личная гигиена	14,94%	2,65%	0,71%	1,54%	0,09%	0,28%
Бизнес и финансы	15,47%	2,77%	2,10%	1,57%	0,04%	0,21%
Компьютеры и электроника	15,51%	2,97%	1,12%	1,71%	0,08%	0,30%
Строительство	28,70%	8,01%	4,51%	5,81%	0,11%	0,35%
Консалтинг	16,32%	3,30%	2,50%	2,39%	0,03%	0,25%

	Прибыльные почтовые рассылки					
Творческий креатив: услуги / агентства	24,64%	3,08%	1,34%	2,05%	0,06%	0,25%
Электронная коммерция	14,98%	3,36%	0,74%	0,88%	0,08%	0,25%
Образование и обучение	16,64%	3,41%	1,42%	2,09%	0,06%	0,20%
Развлечения и event сервис	16,09%	2,98%	0,85%	1,55%	0,08%	0,19%
Правительственные	25,66%	5,37%	0,86%	0,89%	0,04%	0,20%
Здоровье и Фитнес	20,96%	5,73%	3,14%	6,30%	0,06%	0,30%
Хобби	18,45%	4,33%	1,13%	2,08%	0,12%	0,40%
Дом и сад	28,20%	4,38%	2,93%	2,68%	0,02%	0,41%
Страхование	20,91%	3,03%	2,37%	4,15%	0,10%	0,30%
Юридические услуги	17,34%	2,49%	0,79%	0,89%	0,02%	0,12%
Маркетинг и реклама	18,79%	4,13%	1,39%	2,50%	0,08%	0,23%
СМИ и издательское дело	18,43%	3,39%	0,48%	0,63%	0,03%	0,11%
Медицина, стоматология и здравоохранение	13,76%	2,59%	2,18%	4,09%	0,06%	0,18%
Музыка и музыканты	13,95%	2,43%	0,68%	1,07%	0,06%	0,18%
Некоммерческие	20,43%	3,54%	1,13%	1,51%	0,05%	0,17%
Прочие	33,52%	10,90%	0,83%	1,66%	0,09%	0,40%
Фото и видео	28,93%	5,70%	0,99%	1,34%	0,07%	0,26%
Политика	13,72%	2,58%	0,49%	0,78%	0,07%	0,15%
Профессиональные услуги	19,77%	3,71%	2,55%	3,57%	0,08%	0,45%
Связи с общественностью	14,81%	1,12%	2,07%	2,28%	0,03%	0,16%
Недвижимость	18,48%	3,44%	1,18%	1,67%	0,06%	0,25%
HR и работа с кадрами	15,31%	3,35%	1,37%	1,75%	0,07%	0,31%
Религия	23,04%	3,24%	0,52%	0,68%	0,05%	0,15%
Ресторан	20,07%	2,41%	0,70%	1,11%	0,09%	0,30%
Розничная торговля	17,80%	3,54%	0,61%	1,00%	0,08%	0,24%
Социальные сети и онлайн-сообщества	22,37%	2,85%	6,94%	5,44%	0,11%	0,74%
Программное обеспечение и веб-приложения	15,57%	2,49%	1,88%	3,06%	0,11%	0,39%
Спорт	19,54%	4,77%	0,86%	1,53%	0,08%	0,24%
Связь	21,20%	3,22%	1,60%	2,85%	0,10%	0,41%
Путешествия и транспорт	14,50%	2,71%	0,84%	0,83%	0,05%	0,17%

*Мягкий возврат – это когда письмо доставлено на сервер, но сервер его не обрабатывает, например, по причине «server temporarily unavailable». Впоследствии письмо может прийти до получателя.

**Жесткий возврат – сервер возвращает письмо по причине указания несуществующего адреса.

Самое главное: готовим тексты писем!

Я решил протестировать эффективность различных писем на самом себе. Для этого я выбрал около сотни рассылок, которые показались мне интересными, читал их внимательно в течение месяца, и после этого попытался разобраться, что мне понравилось у тех авторов, у которых я в конце концов сделал покупки.

И вот мои личные впечатления: как им удалось удержать меня как клиента.

Блоггеры оказались гораздо изобретательнее предприятий. От последних я получаю, как правило, только поздравления с праздниками и разный официоз, типа «Уведомляем Вас о грядущем повышении цен»... А блоггеры заботятся о том, чтобы общение было и интересным, и полезным.

Обучайте своих клиентов! Я получаю действительно очень много полезной информации через рассылки. Свежие фишки контекстной рекламы на YouTube от (даже не предполагал, что такая существует!), лучшие сайты по интернет-маркетингу в англоязычной сети от Павла Берестнева (я бы сам искал их намного дольше!). Иногда это целые мини-курсы – даже со свидетельством об окончании за 1\$ (для желающих) от Андрея Веселова! Спасибо авторам, они вложили свой опыт и труд...

Удивляйте своих клиентов! Мне нравится читать письма, в которых есть эмоции. Даже если они off-topic, например, о корпоративной вечеринке в честь дня рождения компании или о восторженной покупке носорога для собственной загородной усадьбы (сбылась детская мечта...).

Воодушевляйте своих клиентов! «На прошлой неделе я летал в Лондон на семинар Power to Achieve от Andy Harrington. Вот отрывки из его выступлений с английской транскрипцией и русским переводом»... Да, простой парень из Томска может себе позволить тратить на зарубежных наставников по \$20.000 ежемесячно. Это впечатляет. Особенно, если тебе говорят: «Вы тоже это можете!»

Общайтесь со своими клиентами! В самых интересных рассылках есть еще и форма обратной связи. «Я рассказал Вам о своих сценариях холодных звонков... А как это делаете Вы – поделитесь опытом!». «Собираюсь вывести на рынок новый продукт X. Вы бы его купили? Или мое намерение стоит разбить в пух и прах?». «Вы закончили мой обучающий курс. Есть ли от него результат в вашей практической работе? Если да, буду благодарен за Ваш развернутый отзыв». Кому-то я ответил, кому-то нет... Кому-то напишу позже. В любом случае, я благодарен им за приглашение к диалогу.

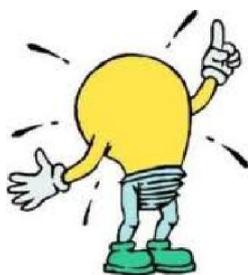
Устаивайте акции! Знаете, как набрал себе клиентов один из героев моего обзора? Коучинг-сессию стоимостью 100,000 рублей подарил тому, кто

разместил о ней в сети наибольшее количество ссылок. В акции участвовало несколько тысяч человек...

Гордитесь своими учениками и клиентами, которым Вы помогли подняться на следующую ступеньку в их жизни. Знаете, короля ведь создает свита... А то можно и совместные проекты раскручивать, как это принято у легендарного Андрея Парабеллума.

Развивайтесь сами и развивайте своих клиентов! За несколько месяцев я воочию увидел, какими быстрыми темпами развивается бизнес у нескольких авторов (всего у нескольких!): к примеру, от проведения вебинаров для нескольких десятков участников до создания целой online школы с тысячей учащихся по всему миру... Своим опытом эти люди щедро делятся со своими подписчиками. Это здорово...

Продавайте! И наконец, если Вы имеет целое сообщество лояльных к Вам подписчиков, для которых Вы – авторитет в своей области, Вы всегда сможете им просто ПРОДАВАТЬ! Стабильно, многократно, и как собственные продукты, так и продукты своих партнеров!



P.S. Полезные советы

1. Если Вы хотите провести опрос среди подписчиков, воспользуйтесь сервисом google docs. Он позволит Вам встроить форму опроса в свое письмо или на свой сайт без помощи программиста. Если окажется недостаточным инструкция разработчика (хотя сервис очень простой), поищите видеoinструкции на YouTube. Там их достаточно!

2. Как Вы думаете, сколько у Вашего клиента электронных адресов? Как минимум, несколько. Это почта, привязанная к номеру мобильного телефона; именно на нее приходят смс-ки; почта экаунтов в социальных сетях, скайп-номер, и обычный e-mail (личный и служебный). Попросите у Ваших клиентов информацию и разрешения на использование максимума каналов связи: клиент ведь не откажется, если через смс Вы отправите ему купон на скидку по товарам, которые он хотел купить?

3. Подпись в электронном письме может быть разной. Добавьте в нее все Ваши контакты, и может быть, краткие упоминание о своих продуктах. Примерно так:

Александр Носырев,

<http://newis.biz>,

http://twitter.com/newis_biz

<http://vkontakte.ru/id154465431>

Услуги раскрутки в социальных сетях.

И каков результат?!

Итак, у Вас есть несколько тысяч прирученных, доверяющих Вам подписчиков. Вы регулярно даете им насыщенную полезностями информацию: e-mail курсы, полезные советы, ссылки на интересные материалы сайта и интернета.

А что аудитория может дать Вам?

-Ну, конечно же, покупки! (по статистике, 80% потенциальных покупателей совершают покупки только после 5 контакта с продавцом);

-Обратную связь (если Вы обращаетесь за ней к своим подписчикам);
-Самые разные виды монетизации,
к примеру, такой: «Не хотите ли получить сертификат по окончании пройденного курса «Как повысить продажи на 20%?» – Высылаю электронное свидетельство после оплаты 1\$ на номер СМС!» – это уже для неисправимых халявщиков, которые за все время курса ничего так и купили! (а через курс по рассылке прошло без малого 20000 человек!).

Это один из нестандартных способов, которым пользуются люди, зарабатывающие в интернете **ОЧЕНЬ БОЛЬШИЕ** деньги.

А какой результат получили Вы? Проверяем свои показатели:

Сколько посетителей приходит на Ваш сайт ежедневно?

Какова конверсия посетителей в контакты?

Какова конверсия контактов в продажи?

Какая средняя сумма чека в этих продажах?

Вы должны увеличить показатели по каждому из этих пунктов. А результатом должно быть увеличение Вашей прибыли на 50%. Это среднестатистические результаты через месяц после внедрения описанных технологий.

Всегда на связи с клиентом

Вы узнали о нескольких способах, повышающих конкурентноспособность Вашего сайта. На самом деле их сейчас много, а в ближайшем будущем будет еще больше! Не отставайте от жизни, будьте с нами на связи!

Всегда Ваш,
NEWIS.BIZ