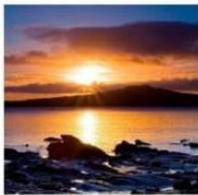
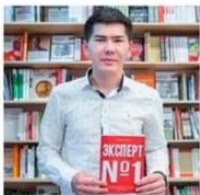


18+ Ербол Салимов



Заметки предпринимателя

101 пост из Instagram казахстанского писателя

Ербол Салимов
Заметки предпринимателя.
101 пост из Instagram
казахстанского писателя

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40489057
ISBN 9785449623409*

Аннотация

Эта книга – сборник постов из Instagram писателя и предпринимателя Ербола Салимова. Каждая статья является полезной, либо заставляет задуматься о жизни, бизнесе, достижении целей. Вы можете соглашаться с некоторыми мыслями или оспаривать их, но равнодушным точно не останетесь. Все написано простым языком, где-то совсем без цензуры. Все в лучших традициях Ербола. Особенно будет интересно для предпринимателей, студентов и тех, кто решил взять ответственность за свое будущее полностью на себя. Книга содержит нецензурную брань.

Содержание

Профессионализм	7
Как найти дело всей своей жизни?	8
Доброта – удел смелых	10
Как узнать истинные намерения человека?	13
Дело не в кризисе —	15
Чтобы что-то хорошо разглядеть – иногда нужно отойти немного назад	17
Бери ответственность	19
Снова в строй, снова в бой!	21
Рынок будущего	23
ТОП-100 книг по копирайтингу и маркетингу	24
Как написать действительно «убойный» продающий текст?	29
Как вызвать доверие потенциального клиента через текст?	31
Основные блоки при написании продающего текста	33
Как написать свою книгу за 3 недели?	36
5 мифов про написание книги	38
Как я стал книжным наркоманом?	40
Как написать книгу за 10 шагов?	42
Как массово и прибыльно продавать услуги через тексты?	45

Одна из самых больших ошибок людей	47
Доверие – как основа продающих текстов	48
3 причины, почему нужна рассылка в бизнесе	50
Что писать в рассылке?	52
Конец ознакомительного фрагмента.	54

Заметки предпринимателя 101 пост из Instagram казахстанского писателя

Ербол Салимов

© Ербол Салимов, 2019

ISBN 978-5-4496-2340-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вот что мне пожелали вчера участники тренинга! Огромное спасибо каждому! Это безумно приятно :)

27.08.2015г.

Plasa d'España, Barcelona

УМНЬКА

ХВАТКА
КЛЧЕНТ НЕ
СПОСОБНЫИ

УПОРНЫИ

НЕГР

УМНЬИИ

СКРОМНЫИ

СИЛЬНЫИ

ВЕНШАЛЬНОИ
МАСТЕР

КАКТОТО МАСТЕР!!!
ИНТЕРЕСНОИ

Борьба не ДЖА,
не борьба не
ДЖА

МОЗ ТОВАРИЩИ
ОК 'ИМАЯ'
И 'ПУНИ'!

УИДЕТ

Профессионализм

В последнее время я заметил за собой следующую привычку: выкладываться на результат вне зависимости от погоды, настроения, обстоятельств и мотивации. Даже прилете в другой город, я могу сразу после получения багажа начать что-то делать для достижения целей. «Хочу немножко отдохнуть», «Слишком жарко», «Слишком холодно», «Я думал, будет легче», – это все не про меня.

Причем совсем неважно, как сильно болит голова после вчерашнего вечера, сколько часов на сон у меня было, сколько минут у меня есть, чтобы собраться, – я просто иду и делаю. Если есть жгучая цель – все остальное становится деталями.

Практика показала, что единственное, что меня может остановить – это повышенная температура. И то на сутки-двое максимум. Потому что в этом мире есть стооолько интересных дел и вещей, что болеть просто некогда! И тебе каким-то образом становится лучше. Вот такая привычка помогает мне практически всегда. Говорят, это профессионализм. Добавлю, что каждый может достичь такого состояния.

14 августа 2016 года

Как найти дело всей своей жизни?

Меня в последнее время начали спрашивать об одном и том же: «Как тебе удастся много работать и получать удовольствие от того, что ты делаешь?» Немного предыстории. Уже в 2011 году, когда я заканчивал школу, я четко понимал, что не буду работать на кого-то. Я хотел иметь свой бизнес. При этом, чтобы бизнес не имел меня. Очень большая разница. Это важно.

Когда вы задумываетесь о том, кем вы хотите быть, самое первое – это постановка цели. Вы для себя определяете не сферу деятельности, а то, что вам по душе, что вам нравится делать. А потом выбираете работу или бизнес, исходя из ваших личных желаний и внутренних «хотелок». Например, если вы для себя решили, что хотите помогать другим людям, то выбор профессий или бизнеса заметно сократится. Вы можете заняться инфобизнесом, консультированием либо открыть благотворительный фонд.

Если же вы гипербобщительный человек, и очень любите общаться с людьми – то вам нужно идти в сферу, где требуется много общения с людьми. Например, продажи через выступления, организация праздников, путешествия и т. д.

Я для себя решил: хочу свободы и денег. А это может дать только свой собственный бизнес. И я начал искать, пробовать, ошибаться, снова искать, и в итоге нашел свое дело!

Кстати: никогда не выбирайте сферу деятельности, опираясь только на деньги. Работа только из-за денег в итоге вгонит вас в депрессию. Рано или поздно (и скорее, рано) вы начнете проклинать все на свете: начальника, подчиненных, клиентов, работу, страну, погоду и т. д. Те из вас, кто это уже пробовал, скорее всего, сейчас кивают головой и улыбаются :))

P.S. Если, читая этот пост, вы начали задавать себе вопросы – значит, вы на верном пути! Верьте в себя и достигайте своих целей!

30 сентября 2016 года

Доброта – удел смелых

Печально, когда в людях не видишь людей... Стоп. Давай сразу договоримся: то, что ты прочитаешь дальше – это не нытье. Это мои мысли касательно высоких и важных вещей в жизни. Поэтому тупые инстаграмные телки и быдло-люди могут дальше не читать. Вам это будет не интересно, а мне скучно. В последнее время я начал очень осознанно воспринимать фразу «не делай добра – не получишь зла».

С одной стороны, все так и есть. С другой стороны – лично мне хочется, чтобы мир был немного добрее, что ли. Потому, что я считаю, что люди должны оставаться людьми. Даже, когда это невыгодно. Даже, когда никто этого не видит. Я против насилия в любом его виде. Будь то физическое, эмоциональное или психологическое насилие (читай – мазохизм). Да, я вкладываюсь в людей, заранее не зная, ответит ли мне человек тем же. Я могу выслушать человека, поддержать, помочь. Но я никогда не навязываюсь сам. Потому, что, если человеку действительно нужна помощь – он об этом попросит.

И я никогда не знаю, поддержит ли меня этот человек в ответ, когда мне это понадобится. Главное – я сделал доброе дело, и мне от этого хорошо. Я получаю от этого кайф. Под-

нимается настроение, и появляется дополнительная энергия :) Самое главное – в глубине души я понимаю: я поступил так, как считаю нужным.

Кто бы что ни говорил, к примеру: «Ербол, с твоими ценностями – тебе бы в XIX век», «У тебя душа нараспашку», «Люди этого не оценят», «Нельзя быть таким добрым» и остальное бла-бла-бла. Я отвечаю: «Можно!» Потому, что я прекрасно понимаю последствия и не раз сталкивался с дерьмом человеческих пороков. Но я все равно остался верен своим принципам и ценностям.

Спасибо моим родителям за воспитание и правильные убеждения, заложенные в детстве. Кирпичик за кирпичиком. Я, правда, этим горжусь.

Сегодня у меня был шанс поддержать и помочь одному хорошему человечку:)) И я рад, что у меня получилось! Все будет хорошо. Я знаю. Других вариантов нет.

Что еще написать... Любите людей. Мир вашему дому. Здоровья вам и вашим близким. Одевайтесь теплее. И всегда оставайтесь человеком. Это главное.

P.P.S.: напишите в комментариях: что вы думаете насчет всех этих вещей? Мне, правда, интересно.

17 октября 2016 года

Как узнать истинные намерения человека?

Давайте сразу оговорюсь: я не практикующий психолог. Я ни разу не работал в силовых структурах. Более того, я даже не НЛП-практик. Но за последние 3—4 года я общался более чем с 1000 людей. И, чем больше я общаюсь с людьми, тем лучше я их понимаю.

А дело вот в чем: есть то, что человек ГОВОРИТ. И есть то, что он ДЕЛАЕТ. Это очень большая разница. Так вот: ВСЕГДА обращайтесь внимание на то, что люди ДЕЛАЮТ, а не на то, что они ГОВОРЯТ!

Например, девушка говорит: «Я очень хочу похудеть!» (слова). А на деле, занимает очередь в «Макдональдсе» (действие). Или другой пример: парень говорит своей девушке: «Дорогая! Я очень сильно тебя люблю! Жить без тебя не могу!» (слова). А на самом деле, он даже не помнит, когда в последний раз дарил ей цветы (действие).

Давайте представим какую-нибудь страну, где правительство говорит: «Давайте развивать малый бизнес! Малый бизнес – это поддержка экономики страны! Мы – за развитие

сектора малого бизнеса!» (слова). А по факту это государство придумывает десятки новых налогов, которые затрудняют вести малый бизнес (действие).

Понимаете, суть? Очень надеюсь, что да. С опытом это очень сильно доходит.

Так вот: я никогда не слушаю то, что люди ГОВОРЯТ. А молча наблюдаю за тем, что они ДЕЛАЮТ. И потом делаю выводы и принимаю решения. Что и рекомендую делать всем вам, дорогие друзья! Это очень важно! Так вы поймете истинные намерения человека.

P.S.: любые оправдания людей насчет их расхождения между словами и делами – это всего лишь оправдания. Вы-то знаете, что делать :)

P.P.S.: данная фишка поможет решить вам как минимум 20% проблем в отношениях между людьми. Если что, перечитайте пост еще раз.

27 октября 2016 года

Дело не в кризисе — дело в тебе!

В последнее время я часто слышу мессендж от руководителей бизнеса о том, что стало много конкуренции. Что реклама с каждым годом дорожает, и вести бизнес становится все сложнее. Что настал экономический кризис, и государство не помогает. Знаете, что? Более жалких изречений мне слышать не приходилось.

Почему? Да потому, что вести бизнес у нас в Казахстане В РАЗЫ проще, чем, допустим, в тех же Штатах. У нас налоговая часть занимает всего от 3 до 20% (я беру малый бизнес). Интернет-торговля практически ничем не ограничена. Цена за клик в Google Adwords редко достигает и 50 центов в очень многих нишах. Райские условия, не так ли?

Конкуренция стала жестче? Это же круто! Если конкурентов много – это говорит о том, что данный рынок готов платить. У рынка есть бабки. И единственная твоя задача – это забрать кусок побольше с этого рынка. А это решается умным маркетингом и хорошим (средним) продуктом. Вот и все.

Не знаешь, как привлекать клиентов? Пробуй разные варианты. Учись. Совершенствуйся. Получай обратную связь от рынка. Делай работу над ошибками.

Но, к сожалению, менталитет многих наших предпринимателей не позволяет им даже обучаться маркетингу. Когда в последний раз ты читал книгу по маркетингу? (даже хотя бы просто бизнес-книгу). Если ответ – не помню или больше 3—6 месяцев назад, тогда нехуй удивляться, что ты сидишь без клиентов и загоняешь свой бизнес в жопу.

Ответы на 90% твоих вопросов по привлечению клиентов уже ДАВНО есть в книгах и тренингах. Ты просто проебал (-а) эти возможности. Ведь твой бизнес же совсем другой. Уникальный. Не правда ли?

01 ноября 2016 года

Чтобы что-то хорошо разглядеть – иногда нужно отойти немного назад

Добрый вечер, народ)

Я, кстати, уже выздоровел и снова продолжаю пахать. Спасибо всем, кто меня поддерживал! Мои любимые клиенты – я снова на связи!

Совет дня, кстати: чтобы что-то хорошо разглядеть – иногда нужно отойти немного назад. (аналогия – когда вы внимательно рассматриваете картину на стене).

Недельный перерыв был для меня очередным испытанием. Зато я смог увидеть проблемные зоны своего бизнеса, которые требуют улучшения. Уже есть список на внедрение.

Без этого вынужденного перерыва я эти зоны не увидел бы вовсе, потому что в процессе пахоты «замыливается» глаз.

Поэтому рекомендую всем периодически делать паузы в работе, и вы наглядно увидите слабые места вашего детища, над которыми нужно обязательно поработать.

Всем прибыли и спокойной ночи!

08 ноября 2016 года

Бери ответственность в свои руки!

Меня бесят люди, которые постоянно ноют о том, что государство не помогает, на дворе кризис, работы нет и т. д. (важно: тут я не имею в виду инвалидов или людей, которые по состоянию здоровья не могут или не хотят работать и вести бизнес).

Да тебе никто ничем не обязан! В этой жизни никто тебе ничего не должен просто потому, что ты охуенен (охуенна). Внешнему миру плевать на то, станешь ли ты успешным или нет. Это одно из самых главных пониманий в жизни, на мой взгляд. И, чем раньше ты это поймешь, тем будет лучше. Для всех.

Если ты что-то хочешь получить в этой жизни и не можешь это сделать, то в этом виноват только ты сам! И никто больше. Ни твои родители, ни государство, ни президент, ни экономика, ни твои друзья и т. д. Просто ты сам проебываешь свои возможности. Каждый миг – это шанс. (Эминем).

Просто ты привык постоянно перекладывать ответственность за свою жизнь на других. Привык ныть о том, что

жизнь – говно, и все хуево. Но сам ничего не предпринимаешь, чтобы что-то исправить. Между диваном и жопой доллар не пролетит. (Билл Гейтс).

Возьми ответственность за свое здоровье, количество денег, друзей, качество жизни и прочее полностью на себя, и только на себя. И тогда твоя жизнь начнет меняться. В лучшую сторону.

И помни.

Кого ты обвиняешь – тому ты даешь силу (с).

P.S.: обвиняй во всем себя и только себя.

P.P.S.: друзья, что вы вообще думаете по этому поводу?

09 ноября 2016 года

Снова в строй, снова в бой!

Я снова в Астане, например.

Снова в строй, снова в бой))

И вот какие инсайты я получил благодаря короткой поездке в Алматы.

1. ЛЮБОЕ перемещение дает тебе плюсы. Ты видишь те вещи, которые ты никогда по-другому не увидишь. Поэтому любые поездки и путешествия дают тебе новые инсайты и взгляды на вещи. В этот раз я убедился в этом окончательно. Поэтому очень рекомендую периодически куда-то сваливать.

2. А еще с каждой поездкой куда-нибудь у вас сильно расширяется зона комфорта. Например, для кого-то поездка в Алматы – это целое приключение или мечта. Для меня – как пойти фильм посмотреть в кинотеатре. К слову, в этом году я был в южной столице 4 раза. И в кинотеатре тоже 4.

3. Больше бизнесовых инсайтов. Общение с рынком всегда должно происходить на территории рынка. Если вы хотите что-то продавать в рынок Алматы – вы просто должны пе-

риодически там быть и смотреть, что там происходит. При-
чем никакие рассказы, отзывы и другие источники никогда
не раскроют картину рынка лучше вашего личного присут-
ствия там. Особенно важен менталитет.

Думаю, эти инсайты будут полезными для вас.

28 ноября 2016 года

Рынок будущего

В будущем (читай, пару лет) на рынке останется два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса

Когда мне говорят, что интернет не нужен для развития бизнеса

Билл Гейтс бесконечно прав. «В будущем (читай, пару лет) на рынке останется два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса».

Особенное удовольствие – наблюдать за «крутыми» бизнесами, которые загибаются без Интернета. Причем, когда год назад ты предлагал им сделать хороший сайт – они говорили, что это дорого, некогда и незачем. Так вот: я бы пожелал вам удачи, но вы не знаете, что с ней делать (с).

01 декабря 2016 года

ТОП-100 книг по копирайтингу и маркетингу

Если вы хотите прокачаться в написании продающих текстов, эта подборка – самое то:

1. Парабеллум, Мрочковский, Бернадский – 42 секрета эффективной рекламы
2. Парабеллум, Мрочковский, Бенко, Белевич – Как писать продающие тексты
3. Парабеллум – 77 секретов копирайтинга
4. Парабеллум – Секреты почтовых рассылок
5. Парабеллум, Бенко – Продающий текст
6. Парабеллум, Зуборев, Дерк – Энциклопедия продающих страниц
7. Парабеллум, Мрочковский, Калаев – Социальные сети
8. Парабеллум, Бенко – 7 самых лучших продающих писем мира – Том 1,2,3,4,5
9. Парабеллум – Нужны деньги? Возьми и напечатай!
10. Тажетдинов, Мрочковский, Парабеллум – Как стать первым на YouTube
11. Кеннеди – Продающее письмо
12. Кеннеди – Умный маркетинг в жесткие времена
13. Кеннеди – Жесткий директ-маркетинг

14. Кеннеди – Секретное оружие маркетолога
15. Каплунов – Бизнес-копирайтинг
16. Каплунов – Эффективное коммерческое предложение
17. Каплунов – Копирайтинг массового поражения
18. Каплунов – Контент, маркетинг и рок-н-ролл
19. Котлер – Маркетинг от А до Я
20. Котлер – Основы маркетинга
21. Котлер, Картаджайя, Сетиаван – Маркетинг 3.0
22. Огилви – О рекламе
23. Огилви – Откровения рекламного агента
24. Чалдини – Психология влияния
25. Чалдини – Психология убеждения
26. Траут – Дифференцируйся или умирай
27. Траут – Маркетинговые войны
28. Манн – Маркетинг на 100%
29. Манн – Маркетинг без бюджета
30. Кот – Копирайтинг: как не съесть собаку
31. Кот – Руководство по e-mail маркетингу
32. Андерсон – Бесплатное
33. Андерсон – Длинный хвост
34. Карепина – Пишем убедительно. Сам себе копирайтер
35. Карепина – Искусство делового письма
36. Слободянюк – Клад для копирайтера
37. Слободянюк – Настольная книга копирайтера
38. Хэндли, Чапман – Грамотный контент
39. Хэдли – Пишут все

40. Вайнерчук – Информационный удар
41. Вайнерчук – Лайкни меня!
42. Беквит – Продавая незримое
43. Бакшт – Построение бизнеса услуг
44. Бернадский – Продающие тексты
45. Годин – Фиолетовая корова
46. Барден – Взлом маркетинга
47. Левитас – Больше денег от вашего бизнеса
48. Недякин – Искренний сервис
49. Шей – Доставляя счастье
50. Салимов – Клиенты на миллион
51. Парабеллум, Мрочковский – Инфобизнес
52. Парабеллум, Колотилов – Клиенты на халяву
53. Парабеллум, Колотилов – Малобюджетный маркетинг
54. Парабеллум, Колотилов – 100 секретов маркетинга без затрат
55. Парабеллум – Секреты прямого маркетинга
56. Парабеллум, Запиркин – Эффективный B2B маркетинг
57. Парабеллум, Кеннеди – Лучшие бизнес-стратегии
58. Парабеллум – Продавая воздух 2
59. Левинсон – Партизанский маркетинг
60. Серновиц – Сарафанный маркетинг
61. Хопкинс – Моя жизнь в рекламе
62. Питерс – Преврати себя в бренд
63. Ушанов – 12 шагов для создания действительно класс-

ного продающего текста

64. Шугерман – Искусство создания рекламных посланий

65. Энн Ламотт – Птица за птицей

66. Бьюзен – Учебник быстрого чтения

67. Зиглар – Секреты заключения сделок

68. Галь – Слово живое и мертвое

69. Роуман и Рафаэльсон – Как писать так, чтобы вам доверяли

70. Безруко – Без воды. Как писать предложения и отчеты для первых лиц

71. Репьев – Мудрый рекламодатель

72. Панда – Копирайтер, расти

73. Салливан – Анатомия рекламных объявлений

74. Дуглас ван Прает – Бессознательный брендинг

75. Паундстоун – Бесценное

76. Линдстром – Вынос мозга

77. Якоб – Завоеванное внимание

78. Уокер – Запуск

79. Шарп – Как растут бренды

80. Джанж – Клейкий маркетинг

81. Попки – Маркетинг через белый шум

82. Саттерфилд – Маркетинговый план за неделю

83. Джива – Различия

84. Макович, Петров – Сделай себе имя! Построение личного бренда

85. Холидей – Хакер маркетинга

86. Сирокер, Кумен – А/Б тестирование
87. Бруган, Смит – Агенты влияния в Интернете
88. Слонвайт, Сэведж, Гандия – Богатый фрилансер
89. Круг – Веб-Дизайн. Не заставляйте меня думать!
90. Броди – Продающие рассылки
91. Пулицци – Выдающийся контент-маркетинг
92. Коин, Бэббит – Мир, унесенный социальными сетями
93. Хайятт – Платформа
94. Киркпатрик – Социальная сеть
95. Мендельсон – Социальные медиа – это бред
96. Симмонс – Сторителлинг. Как использовать силу историй
97. Аакер, Смит – Эффект стрекозы
98. Брукс – Facebook маркетинг
99. Слова, которые изменили мир
100. Витале – Гипнотические рекламные тексты

18 декабря 2016 года

Как написать действительно «убойный» продающий текст?

Исходная точка. Вы сидите перед компьютером и хотите написать продающее коммерческое предложение. Открываете Ворд, и... происходит «затык». Вы не знаете, с чего начать.

В голове множество вопросов: «А какой заголовок придумать?», «А сколько страниц нужно написать?», «Как обратиться в тексте к читателю?», «Сколько должно быть разделов?», «Как правильно указывать цену, чтобы не отпугнуть клиентов?».

В целом Вы понимаете, ЧТО нужно писать, но не знаете, КАК это эффективно сделать. Чтобы решить эту проблему, Вы можете воспользоваться простейшей технологией написания коммерческого предложения. Она состоит из 5 простых шагов.

Шаг 1.

Определяем, КТО ваш клиент. Сколько ему лет, чем он занимается, сколько в среднем зарабатывает и сколько может потратить на ваши услуги или товары.

Шаг 2.

Определив, кто ваш клиент, вы выписываете ТОП-5 проблем, с которыми он сталкивается. Выбираем самые насущные проблемы.

Шаг 3.

Вы описываете, как с помощью ваших услуг (товаров) клиент может решить свои проблемы. Выбирайте самые лучшие решения.

Шаг 4.

Пишете 10 выгод, которые клиент получит, воспользовавшись именно вашим продуктом. Приводите больше фактов и цифр.

Шаг 5.

В конце КП необходимо указать Ваши контакты. Клиент должен четко понимать, как он может с вами связаться.

21 декабря 2016 года

Как вызвать доверие потенциального клиента через текст?

Зачем нужно доверие ваших клиентов? Все очень просто: чем больше Вам доверяют клиенты – тем больше денег готовы заплатить.

На самом деле, есть несколько технологий, как с помощью текста сделать так, чтобы клиент начал Вам доверять.

Во-первых, приводите точные цифры и факты. Да-да, они уместны всегда. Например, «мы работаем на рынке уже 7 лет», «у нас уже 4938 довольных клиентов», «у нас 4 филиала по стране», «у нас в штате 18 человек» и т. д.

Во-вторых, всегда показывайте результаты других клиентов от использования Вашего продукта. Это психологический прием, и он работает безотказно. Людям нужно показать, как «круто получилось у кого-то». Например, «выпускники наших тренингов в среднем увеличивают продажи на 30% после окончания курса», «93% наших клиентов говорят, что наша мебель служит им больше 10 лет» и т. д.

В-третьих, рассказывайте истории. На сегодняшний день

самая растиражированная книга в мире – это Библия. И это не случайно. Потому, что она состоит исключительно из историй. ВСЕ люди любят читать истории. Так расскажите им истории из своей жизни или из жизни вашего бизнеса!

В-четвертых, используйте отзывы. Тут к месту будет цитата одного из лучших маркетологов мира Дэна Кеннеди: «Отзывы других людей работают в 1000 раз сильнее, чем Ваши слова. Даже если Вы в 2000 раз красноречивее». И я с этим абсолютно согласен.

22 декабря 2016 года

Основные блоки при написании продающего текста

Когда вы продаете свой продукт (товар или услугу) вашим клиентам через текст – обязательно делайте структуру текста. То есть весь ваш текст должен состоять из последовательных продающих блоков.

Итак, вот 10 основных блоков, которые помогут Вам продать:

1. Заголовок.

Основная цель заголовка – привлечь внимание и «зацепить», каким бы ни был ваш заголовок.

2. Подзаголовок.

Это продолжение заголовка. Цель – «провалить» человека дальше в текст и заставить читать хотя бы первый абзац.

3. Выгоды клиентов.

В этом блоке вы расписываете минимум 7 выгод, которые получит ваш клиент при покупке. Есть очень большая разница между характеристиками продукта и его выгодами.

4. Описание вашего продукта.

Тут вы расписываете как раз характеристики вашего продукта: его свойства, пользу, цвета, форму, формат и т. д.

5. Процесс работы.

Здесь важно указать процесс того, как клиент может начать с вами работать. Укажите 5 простых шагов, как именно вы работаете.

6. Блок «Часто задаваемые вопросы».

Цель этого блока – выписать ТОП-5 возражений ваших клиентов и обработать их.

7. Специальное предложение (offer).

Придумайте такое предложение, от которого клиенту реально тяжело будет отказаться.

8. Ограничение (deadline).

Всегда ограничивайте ваше предложение. С точки зрения психологии: дефицит всегда привлекает больше внимания, чем избыток.

9. Призыв к действию.

Напишите подробную четкую инструкцию, что именно нужно сделать клиенту, чтобы осуществить покупку.

P.S. (постскрипtum)

Этот блок обычно является самым читаемым. Тут можно указать последнее «добивающее» предложение. Так, чтобы у клиента не осталось иного выбора, чем купить.

27 декабря 2016 года

Как написать свою книгу за 3 недели?

О, да! У вас есть уникальный шанс написать собственную книгу!

Это тот самый вебинар, который я думал провести много времени. И все-таки я на это решился. Я готов выдать все свои секреты по написанию книги в открытый доступ. Потому что, как истинный книголюб, я хочу, чтобы в мире стало еще больше полезных и хороших книг! И одну из них можете написать Вы.

И, прежде, чем вы зарегистрируетесь на этот бесплатный вебинар, посмотрите, какие выгоды даст вам ваша собственная книга:

1. Мощнейший инструмент для привлечения клиентов и продаж, работающий несколько лет подряд.
2. Автоматический поток прибыльных VIP-клиентов, которые по-другому о вас никогда не узнают.
3. Лучшее коммерческое предложение, которое только может быть.

4. Повышение стоимости ваших услуг или товаров в несколько раз.
5. Прокачка личного бренда и экспертности в нише.
6. Победа в конкурентной борьбе и билет в команду лидеров рынка.
7. Приглашения в качестве эксперта на телевидение, СМИ и отраслевые конференции и выставки.
8. Выгодные и интересные партнерские отношения.
9. Особый авторитет среди клиентов.
10. Признание вас окружающим миром.

А самое главное – это ЧУВСТВО, когда Вы держите в руках собственную книгу. Это незабываемые ощущения, о которых Вы никогда не забудете! Только ради этого момента стоит жить. Впрочем, это можно только прочувствовать. И, чтобы это сделать, – бегом на вебинар! Вы узнаете там все тонкости написания своей книги.

23 января 2017 года

5 мифов про написание книги

1. Чтобы написать книгу, нужно потратить на это 5—10 лет.

Абсолютный миф! Главный секрет в написании книги — это скорость. Чем дольше Вы ее пишете — тем меньше вероятности ее закончить. Например, знаменитый роман-бестселлер Рея Бредбери «451 градус по Фаренгейту» был написан всего за 9 дней. Или вот вам другой пример: Сара Груэн написала основную часть своего романа «Воды слонам» всего за 4 недели, и потом эта книга стала бестселлером во всем мире.

2. Нужно хорошо знать русский язык и быть журналистом. Давайте не будем далеко ходить. Я, Ербол Салимов, не являюсь журналистом. В ВУЗе я обучался по специальности «Транспорт, транспортная техника и технологии». А русский язык не является моим родным языком. Тем не менее, это не помешало мне написать уже 5 книг. И в будущем я планирую их написать еще больше.

3. Чтобы написать книгу, я должен иметь 813 сертификатов.

Нет, не должны. Наличие дипломов, сертификатов и других регалий вовсе не обязательны для того, что написать

книгу. Единственное, что Вам потребуется для этого – желание рассказать миру о какой-либо сфере жизни.

4. Чтобы выпустить книгу, нужно много денег.

Вовсе нет. Для начала Вы можете обойтись электронной версией книги в формате PDF. Для Вас это будет бесплатно. Позже можете выпустить и бумажный вариант. В среднем печать одной книги с твердой обложкой и объемом 150 страниц будет стоит всего 1000—1500 тенге.

5. Я не умею грамотно излагать свои мысли письменно, и у меня нет своего фирменного слога.

И это тоже вовсе не обязательно. Вы можете все свои мысли записать на диктофон и позже все это расшифровать в текст. Или попросить кого-нибудь это сделать. И потом просто подправить текст в электронном виде. Так сделать книгу гораздо проще.

P.S. (постскрипtum)

Если Вы хотите подробнее узнать, как написать свою книгу и получить секретную технологию быстрого написания книги плюс заряд мотивации – у Вас есть такая возможность.

24 января 2017 года

Как я стал книжным наркоманом?

Вспомнил одну интересную историю из подросткового возраста.

Мне было 12 лет, и я учился в школе. В силу переходного возраста мои амбиции были выше небес. Как и все в этом возрасте я хотел быть круче всех. На тот момент мне хотелось обновить свою одежду и обувь.

Так получилось, что наша семья в тот момент переживала не самые лучшие времена. На дворе был 2007 год. Кризис. Самый бедный город Казахстана (Тараз). Многодетная семья...

И я помню, как сейчас, ссору с мамой насчет новых кроссовок. Она пыталась объяснить мне, что сейчас не самое лучшее время для покупок. А я настойчиво этого не понимал. И в самый разгар нашей ссоры к нам в гости пришел мой дядя. Я ушел в свою комнату и заперся там. И полдня я провёл в мыслях: «почему же так несправедлива жизнь» Позже выяснилось, что дядя в курсе моих финансовых проблем.

И буквально через неделю он снова пришел в гости. На этот раз он подарил мне книгу Р. Кийосаки «Богатый па-

па, бедный папа» и просто сказал мне: «Эта книга поможет решить твои проблемы». Тогда я еще не понимал, о чем он говорит. Неужели какая-то умная книга поможет мне заработать?

Это была первая бизнес-книга, которую я прочитал в своей жизни. Осилил я ее только за неделю. Но эта неделя была лучшей инвестицией в моей жизни.

После этого в течение следующих 7 лет мой дядя приносил мне целую пачку книг и материалов на флэшке, за что я ему бесконечно благодарен. Так я подсел на @parabellum07 и других авторов, и, сам того не подозревая, раз и навсегда в своей жизни полюбил книги.

Какую первую бизнес книгу Вы прочитали?

25 января 2017 года

Как написать книгу за 10 шагов?

1. Выбор темы для книги.

Все начинается с идеи. Вы должны решить, о чем будете писать.

2. Создание скелета книги.

Задача – выписать 8—10 заголовков, то есть самые ключевые пункты, про что будете писать. Другими словами – тему книги нужно разбить на 8—10 основных подразделов.

3. Каждый заголовок разбиваете на 5 подзаголовков, которые раскрывают суть более подробно.

4. К каждому подзаголовку пишете 5 главных тезисов. Получается своего рода «матрешка».

5. Дальше Вы на этот скелет нанизываете «мясо».

То есть, подробно раскрываете каждый из тезисов.

6. Расшифровка аудио в текст.

На этом этапе Ваша задача – преобразовать готовое аудио в текст. Самый простой вариант: отдать Ваши mp3-файлы фрилансерам или студентам, которые за копейки все сделают.

7. Редактура текста.

На этом этапе Вы дробите текст на предложения, абзацы, исправляете ошибки, расставляете верно знаки препинания и т. д. Тут можно прибегнуть к помощи профессионального редактора или журналиста. Или можно все сделать самостоятельно.

8. Добавляете в книгу «специи».

Что такое специи? Это могут быть интервью с разными экспертами в Вашей области, шаблоны, инструкции, схемы, чек-листы, таблицы, картинки и т. д. Таким образом, Ваша книга станет гораздо интереснее.

9. Выбор названия и обложки.

Тут Вы выписываете 5 крутых названий для книги и проводите опрос. И Ваши подписчики, и друзья в соцсетях Вам в этом помогут. Как только утвердите название – пора заказывать обложку.

10. Печать книги и продвижение.

О том, как официально издать свою книгу, получить авторские права и продвинуть ее на рынке мы будем говорить на бесплатном вебинаре «Как написать свою книгу за 3 недели».

Также мы подробно рассмотрим процесс создания книги, максимально упрощая процесс. Потому что некоторые этапы можно и нужно делать параллельно.

25 января 2017 года

Plaza Espanya, Barcelona, Spain

Как массово и прибыльно продавать услуги через тексты?

Продажа услуг немного отличается от продаж товаров. И сейчас я хочу дать несколько практических фишек, которые вы можете использовать для продаж своих услуг.

Итак, как «упаковывать» услуги таким образом, чтобы клиенты бежали с деньгами наперебой, чтобы успеть их купить?

1. Придумывайте интересные и оригинальные названия для услуг.

Например, Вы можете написать просто «курсы английского языка для школьников», «курсы для бизнесменов», «курсы для начинающих». А можете написать «программа School», «программа Business», программа «Basic».

2. Пишите результаты от использования услуг, а не описание процесса.

Людам не нужны туристические продукты, им нужен отдых и фотки в инсту. Людям не нужен тренажерный зал, им нужно подтянутое тело и мышечная масса. И так далее.

3. Всегда давайте бонусы к основной услуге.

Бонусы всегда повышают ценность самой услуги в глазах клиента. Например, Вам ничего не стоит подарить Вашему клиенту 2 билета в кино, 500 тенге на баланс телефона и магнитик на холодильник. Это все обойдется Вам всего лишь в 2 500 – 3 000 тг. А что, если Вы продаете услуги салона красоты стоимостью в 25 000 – 30 000 тг? И такие клиенты расскажут минимум 10 людям о 3 бонусах, которые они получили от Вас.

4. Рисуйте в голове клиента картинку будущего.

Просто представьте – вы лежите на пляже бескрайнего моря, получаете крутой загар и просто наслаждаетесь жизнью. Вам не нужно ехать в душный офис и стоять в пробках. Пока вы ждете холодный мохито, у вас есть время сделать пару селфи и заставить ваших знакомых завидовать вам.

Так вот. Эти 5 предложений продадут ваш тур гораздо лучше, чем давно избитое «спешите, Турция всего за \$600»!

31 января 2017 года

Одна из самых больших ошибок людей

Люди либо говорят: как же вчера (раньше) было охуенно. Либо: как же завтра (в будущем) будет охуенно. И совсем не понимают, что ВСЕГДА есть только СЕГОДНЯ.

P.S.: все думают, что придет время, а оно только уходит (с).

04 февраля 2017 года

Доверие – как основа продающих текстов

Если Вы не можете составить из слов хорошее доверие – пиши пропало. Причем в прямом смысле :) Пиши: пропало. Продажи пропали. Это очень печально и явно не то, чего Вы ждете.

Поэтому учитесь вызывать доверие аудитории через текст. Тут есть несколько правил.

1. Никогда не врите.

Неправду в бизнесе можно написать только 1 раз. И после этого у Вас перестанут покупать раз и навсегда. Поэтому, очень рекомендую отказаться от звездных, но выдуманных результатов.

Например, когда люди пишут «мы заработали за год охулиард тенге», «мы барыжили франшизами по 517 странам», «у меня есть красный ламборгини» и т. д. Уж простите, не удержался :)))

2. Не выставляйте все отзывы напоказ.

Не надо тычить Вашими отзывами клиенту в лицо. Это сразу вызывает подозрение и мысль в голове клиента

«А не продажные ли это отзывы? И насколько они настоящие?»

Отзывы круто работают, когда клиент сомневается. И роль отзывов – «добивающая». И именно поэтому их стоит использовать ближе к концу текста или страницы сайта.

3. Пишите факты.

Факты, факты и еще раз факты. Факт – это то, что невозможно оспорить. Например, что планета «Земля» – шарообразная, а не квадратная. А те, кто думает, что Земля – не шарообразная, попробуйте уменьшить дозу. Вам, видимо, нехорошо.

Поэтому против фактов нет приема. И именно по этой причине их нужно писать больше. Например, «мы на рынке уже больше 4 лет», «я автор 5 книг», «у нас более 1234 благодарных клиента» и т. д.

4. Пишите больше примеров.

Когда Вы выдаете просто презентационные фразы и продающие уловки в тексте – это, конечно же, хорошо. Но куда лучше работают примеры. Показывайте примеры из жизни Вашего аватара. Так он гораздо лучше поймет суть Вашего предложения.

06 февраля 2017 года

3 причины, почему нужна рассылка в бизнесе

Рассылка – это обязательный элемент в вашей воронке продаж, без которого в принципе что-то продать через Интернет, через сайт очень тяжело. Или можно, но с очень маленькой конверсией. Рассылка очень важна. И сейчас мы рассмотрим функции рассылки, для чего она вообще нужна.

Функции рассылки.

Рассылка требуется по нескольким причинам, и сейчас мы их рассмотрим.

1. Формирование доверия.

С помощью рассылки вы формируете у людей доверие не только к вам, но и к вашей компании, к вашим услугам или товарам. Когда они в первый раз приходят к вам – им совершенно непонятно, кто вы такой, и почему вам стоит доверять, почему стоит покупать именно у вас.

Но, когда вы начинаете регулярно высылать потенциальным клиентам какую-то полезную информацию (это может быть видео, аудио, статьи по вашей теме и т.д.), то доверие к вам резко возрастает. В такой момент доверие превышает определенный критический порог, и люди что-то начинают

у вас покупать.

2. Напоминание клиентам о себе.

Когда человек подписывается и получает письма редко или же их вообще не получает, то он может забыть о вас и о вашей компании. И когда вы начинаете отправлять рассылку, то вы напоминаете клиентам о себе. Это основная причина, почему нужна рассылка.

Когда человек получает ваше письмо, он должен о вас вспомнить, и когда в следующий раз он захочет воспользоваться какими-то подобными услугами / товарами, то первым, кого он вспомнит, должны быть вы.

3. Продажи.

Вы всегда можете сделать анонс какого-либо вашего мероприятия или же анонс какой-то новинки. Если у вас появляется новый товар или услуга, какая-то акция или спецпредложение, или же у вас открывается новый филиал в каком-то городе, вы можете дать подписчикам знать об этом.

10 февраля 2017 года

Что писать в рассылке?

Есть одна очень хорошая формула «треть – на треть – на треть».

Треть текста вы пишете что-то в целом по своей тематике, то есть какие-то возможные изменения, новости, тренды на рынке, какие-то общие вещи, именно в вашей нише.

Вторую треть текста вы пишете конкретные рекомендации, конкретные фишки, которые человек может использовать и быстро получить пользу. Это обязательно должна быть полезная информация для ваших подписчиков.

И последняя треть – она самая неочевидная: вам необходимо писать о себе, какие-то личные вещи. Где вы побывали, какие у вас идеи, мысли и т. д. Это должен быть личный раздел. Почему нужно делиться личным? Казалось бы, вы человек, который занимается бизнесом, у вас своя компания. Но делиться личным нужно по следующей причине: люди вообще любят следить за чужой жизнью.

Эту формулу можно использовать в рассылке следующим образом. Первое письмо – это ваш front-end, который вы высылаете людям. Второе письмо – это могут быть какие-то но-

ности, тренды в вашей нише и т. д.

Затем следующим письмом вы можете выслать какие-то конкретные рекомендации, фишки, полезные статьи. Следующим письмом вы можете выслать, например, какие-то фотографии, и людям в любом случае это будет интересно.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.