

Большая книга 18+ об АиМаркетинге

ОЛЬГА ПОПОВА



Ольга Попова

Большая книга об АиМаркетинге

«Издательские решения»

Попова О.

Большая книга об АиМаркетинге / О. Попова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-568767-8

Большая книга об АиМаркетинге — это, основанный на личном опыте, пошаговый путь с нуля к потрясающим результатам и заработкам на интернет-рекламе. Причем получать прибыль можно даже во время технических работ! Пойдемте к миллиарду вместе? Легко, драйвово и воодушевленно, рядом с близкими по духу людьми.

ISBN 978-5-00-568767-8

© Попова О.
© Издательские решения

Содержание

Часть вторая. Внутренняя кухня АиМаркетинга	10
Выбирай любимый	20
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Большая книга об AiМаркетинге

Ольга Попова

© Ольга Попова, 2022

ISBN 978-5-0056-8767-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Глава 1. Максимум пользы уже из первой главы, или Почему Вам стоит прочесть эту книгу?

Эта книга – абсолютно честная, можно даже сказать... обнаженная моя личная история о том, как во время пандемии, перетекшей в мировую войну, себя потерять и феерично себя найти.

Если вам понравятся какие-то технологии и роботы, о которых написано в этой книге – вы можете начать их применять. А если нет, то моя история по шагам – это классный путь, контурная карта, которую можно «содрать» и применить в любом Вашем проекте.

А зачем эта книжка мне? Многие, не разобравшись, выставят вердикт: ты продаешь свой AiМаркетинг.

Друзья, если вам комфортно – думайте так.

Но, на самом деле, я прекрасно, быстро и массово продаю AiМаркетинг и без этой книжки.

А книга мне нужна для двух целей. Во-первых, это рефлексия: когда обдумываю пройденные этапы, я всегда четче вижу ошибки и новые возможности, которые можно применить прямо сейчас. А во-вторых, изданием этой книги я проверяю несколько социальных гипотез, которые нужны для моего нового проекта.

Почему я так открыто и щедро делюсь всеми находками, которые обнаружила на своем пути в AiМаркетинге?

Меня партнеры часто спрашивают: Ольга, зачем ты рассказываешь, где есть теплые клиенты? А что будешь делать, если все туда пойдут?

Мне не страшно. Потому что способов успешно развивать бизнес AiМаркетинга столько, что мне хватит больше, чем на жизнь.

И еще, когда множество партнеров построят свой успешный бизнес, они не только найдут море своих полезняшек и мы сможем ими обмениваться, но и автоматически создадут классный ореол вокруг AiМаркетинга. А ведь когда AiМаркетинг станет таким же известным символом успеха и качества, как, например, Apple или Google, то и каждому из нас развивать его будет в разы проще.

Но это все уже послевкусие. А давайте вспомним, как история начиналась и какие лайфхаки мне удалось собрать по пути.

До пандемии я жила очень активной, насыщенной и абсолютно оффлайновой жизнью, с восторгом работала – мы организовывали международные бизнес-конференции на очень разные темы. По роду деятельности вокруг меня всегда было много интересных людей, будоражащих идей, бескрайних горизонтов и хороших бизнес-возможностей. Сверхзвуковой ритм, новое вдохновение каждый день, миллион дел в to do-листе и глубокое удовлетворение от их исполнения. И я совсем не задумывалась, что может быть по-другому.

Ковидная пандемия и я... выдохнула: фух, выплюсь, отдохну. С самого начала мне не хватило интеллектуальных способностей понять, что эта зараза изменила нашу жизнь навсегда, а не на несколько месяцев. Поэтому я не предпринимала активных действий, отдыхала, читала, училась. Всякие болячки были очень далеко и не каждый верил в существование этой заразы.

Но уверенность в завтрашнем дне таяла невероятно быстро, вместе с деньгами и вчерашними возможностями в бизнесе. С каждым днем становилось все понятнее, что конца и края этого безумия не видно.

А чем питаться завтра? Как помочь близким? Чем заняться дальше? Как презентовать себя? Кто я? Как можно общаться со своим прошлым окружением, которое было в большинстве своем очень успешным? В какой новой роли предстать? О чем мечтать? К чему стремиться? На что надеяться? Где найти выход?

Результат – паника? Естественно!

Что делать? Об этом, конечно, можно было бы спросить у Google. Но я не относилась к продвинутым интернет-пользователям и была наполнена убеждением, что все предложения в открытом доступе – либо обман, либо вчерашние, либо с длинным сроком окупаемости. А решение нужно было срочное, здесь и сейчас. Как и всегда во время паники.

Поэтому вместо Google я решила полагаться на свое воображение. В течение года попробовала 11 проектов в разных сферах: от розничной торговли до создания СМИ. Каждый из них приносил колоссальное количество контактов, опыта, но не денег.

Тогда я их абсолютно искренне считала неудачными. А параллельно с тяжелым сердцем одну за другой вычеркивала мысли и подходы к решению жизненных проблем, которые до этого всегда работали. Внутренних опор становилось все меньше. И слава Богу! Потому что тогда я начала цепляться за вообще неизвестные раньше предложения.

Подруга познакомилась с какой-то коллегой, а та предложила невнятный проект, в который я погрузилась. От безысходности. Проект оказался мутный, но это я поняла позже и покинула его. Хорошо, что без потерь для себя и окружающих.

А дальше в моей жизни начал складываться очень непредсказуемый и вообще непонятный мне узор из людей, роботов и крушения минимум 50% убеждений, который жили во мне. Здесь было еще очень далеко до хеппи-энда. Я мало понимала происходящее, просто пыталась идти вперед.

Почему это был скорее узор, чем тропинка?

Потому что в мою жизнь начали совершенно непредсказуемым для меня образом влетать люди из недавних казавшихся неуспешными проектов, будучи филологом я вдруг нечаянно овладела азами программирования и построения экономических моделей.

Знаменательной стала дата: 16 апреля 2021 года.

Предложение присоединиться к AiМаркетингу я приняла просто... от усталости. Пятница, поздний вечер, я выжатая, как лимон. И когда мне позвонил знакомый с предложением к чему-то подключиться, я нажала кнопки, которые он говорил просто на автопилоте, чтобы как можно скорее закончить последний на тот день разговор и отдохнуть.

Сделав это, я совершенно забыла.

А вот через несколько дней удивлению моему не было предела! Я вдруг начала каждый день видеть деньги, веселых, талантливых, неугомонных людей, бескрайние горизонты для бизнеса, кураж и драйв. Все это становилось частью моей жизни. Которая, как будто сама собой, наполнилась искусственным интеллектом, неординарными решениями человеческого интеллекта, глубокими связями с людьми и... нестерпимым желанием простить все пережитые раньше обиды и разочарования. Для них мне как-то резко стало жалко место в душе и в голове – появилось, чем наполнить ее, новым, незабываемым и скоростным.

Была ли это взлетная полоса с безукоризненным покрытием? Конечно же, нет!

Море препятствий, от которых люди очень часто стонут, заболевают, отчаиваются. Но я бросить этот путь уже не могла, потому что видела частью какого огромного, всемирного и многолетнего процесса я стала. На фоне такого задела и необъятного горизонта жаловаться на сиюминутные кочки и ссадины – было бы просто глупо.

И еще одна очень важная веха – в этот момент со мной случилось то, о чем миллионы людей мечтают: чтобы хобби превратилось в бизнес, в работу. Делать то, что любишь, и чтоб это приносило деньги.

У меня есть хобби – изучать иностранные языки. Причем не только говорить на них, а учить – сам процесс доставляет мне оргазменное удовольствие!

Помню, когда-то давно знакомый астролог, заглянув в мою карту, сказал именно об этом: твой язык – твой рубль.

Хорошо бы, – недоверчиво подумала я. Некоторое время спустя, я все-таки проверила, сколько зарабатывают переводчики, даже знающие самые экзотические языки. На хлеб с маслом, разумеется, хватит. Но самолеты-заводы-пароходы на такую зарплату, конечно, не купишь.

А вот ставший в моей судьбе переломным 2021-й дал возможность учиться – работая, а работать – отдыхая!

Не хочу, чтобы мой опыт построения бизнеса с AiМаркетингом звучал просто как буйный фонтан эмоций. Поэтому приведу несколько цифр, свидетельствующих о том, что в мою жизнь принесла феерия по имени AiМаркетинг.

Во-первых, в течение уже 1 года и 3 месяцев (это срок, в течение которого я работаю с AiМаркетингом. На момент написания книги) я занимаюсь ультра инновационным бизнесом, нахожусь на передовой технологий и делегировала значительную часть своей текущей работы роботам.

Во-вторых, у моей структуре более 10 000 партнеров из 31 страны мира. И каждый день количество партнеров растет. А я получаю колоссальное удовольствие, работая с ними, общаясь на разных языках и изучая все новые и новые наречия.

В-третьих, в каждой моей неделе от 14 до 20 часов посвящено изучению иностранных языков. То есть, хочешь – не хочешь, пришлось практически половину рабочего времени выделить на любимое хобби. Хотя слово «пришлось» в таком контексте звучит не совсем уместно:)

В-четвертых, мы с партнерами запустили вокруг AiМаркетинга уже 6 новых продуктов, которые необходимы и полезны его многомиллионным пользователям.

А ведь еще так много можно создать, лишь бы рук хватило!

В этой книге в разных главах я отдельно разберу свой бизнес по косточкам и покажу, как и что делается и во сколько результатов это выливается.

А в последней главе «Не AiМаркетингом единым жив человек» поделюсь своим пониманием и устремлениями, куда можно идти еще дальше.

Здесь же хочу оставить свои ключевые выводы из пройденного отрезка пути:

1. Никогда не говори «никогда».
2. Молоко взбивается в сметану при должном усердии. Всегда.
3. Уныние – огромный грех.
4. То, что ты делаешь и достигаешь, можно ускорить в 10 раз как минимум, а чаще – в 100 раз.
5. Чтобы получить масштабные результаты, впахивать и надрываться не обязательно.
6. Лучше меньше, да лучше.
7. Благодарность – самая ликвидная валюта.

Глава 2. Что такое AiМаркетинг и как в нем найти свои деньги и свою стаю

АиМаркетинг – это удивительный инновационный бизнес на интернет-рекламе и инвестициях в нее.

В АиМаркетинге несколько крупных бизнес-процессов. Для того чтобы читателям, которые только знакомятся с АиМаркетингом было легче разобраться, я разделила их на четыре части.

Часть первая. Что такое кэшбек и как он помогает снизить расходы на шопинг?

Все мы знаем, что в самых разных компаниях мира менеджеру по продажам выплачивают вознаграждение за каждого клиента, которого он привел. После того, как клиент купил какую-нибудь услугу или товар.

Некоторые компании и магазины также возвращают часть потраченных денег своим покупателям – это плата за лояльность. Потому что магазины сегодня находятся в условиях очень жесткой конкуренции друг с другом.

Формы, в которых магазин, отдает покупателю часть потраченных денег обратно, могут быть самыми разными. Это и скидки, и промокоды для будущих покупок, и подарки, и, в том числе кэшбек. В переводе с английского кэшбек означает «наличные обратно».

Например, вы пришли в какой-то магазин и потратили там 100 долларов, а потом магазин отправляет вам обратно на карту 5 долларов. И вы можете потратить их по своему усмотрению – это и есть кэшбек.

Причем эта технология используется и в оффлайн, и в онлайн-торговле.

Для того, чтобы выплатить вам кэшбек магазин должен иметь какой-то инструмент для учета, чтобы понимать, кому с какой покупки сколько выплатить. Во многих странах магазины выпускают собственные карты с уникальным номером для каждого покупателя. И при предъявлении такой карточки покупатель получает кэшбек. Заядлые шопоголики носят с собой десятки таких карточек. Но это не очень удобно. Именно от этой головной боли АиМаркетинг и избавил миллионы покупателей в разных странах мира. Потому что на платформе АиМаркетинга представлено более 20 000 онлайн и офлайн-магазинов.

Чтобы получить кэшбек от своей покупки, надо всего лишь:

- оплатить покупку картой;
- ввести в кабинете АиМаркетинга последние 4 цифры номера карты;
- сфотографировать и загрузить чек по покупке (важно: чек должен быть не старше 30 дней).

Что происходит за кадром? Благодаря чему человек может получить кэшбек от своей покупки?

Кэшбек в виде определенного процента будет начислен незамедлительно и человек увидит его в своем личном кабинете. Размер процента зависит от договоренности между АиМаркетингом, кэшбек-агрегатором и конкретным магазином. Обычно кэшбек составляет от 2% до 30%.

В течение 15 дней кэшбек в личном кабинете будет в статусе «в ожидании». В течение этих 15 дней система АиМаркетинга состыкуется с учетной системой кэшбек-агрегатора, магазина и от магазина будет получено подтверждение, что данная покупка с использованием указанного номера банковской карты действительно была совершена. В этом случае кэшбек станет доступен для использования владельцу кабинета и он может вывести сумму кэшбека на банковскую карту, электронный кошелек, криптокошелек или инвестировать. Но про инвестиции я подробно расскажу в части третьей и в главе четвертой этой книги.

Если человек осуществляет или хотя бы планирует свою покупку, то выгоднее это также сделать через кабинет АиМаркетинга, потому что здесь тоже можно получить кэшбек от своих покупок. Для этого надо:

- в личном кабинете в АиМаркетинге зайти в раздел «Онлайн кэшбек»;

- выбрать магазин, который вас интересует. Здесь можно настроить фильтр по странам, по сферам или по названию магазина;
- нажать кнопку «Activate the cashback and go» и совершить покупку, получив кэшбек.

Часть вторая. Внутренняя кухня АиМаркетинга

Сердцем АиМаркетинга является технология «МаркетБот» – это решение на основе искусственного интеллекта, которое позволяет предсказывать покупательский спрос на основе анализа этого спроса в прошлом и анализа поисковых запросов потенциальных покупателей.

Здесь нет никакой фантастики, каждый из нас чувствует применение этой технологии на себе каждый день.

Давайте рассмотрим это на простом примере. Бывало ли у вас такое, что в интернете вы ищете, например, авиабилеты, покупаете их в тот же день, а потом еще в течение недели видите рекламу авиабилетов на разных интернет-страницах и в различных соцсетях?

Это происходит постоянно.

Как это работает?

Поисковые гиганты «Google», «Yandex», «Yahoo» и другие знают о нас очень многое, потому что мы оставляем свои цифровые следы ежедневно. Неформально эту технологию иногда называют «большой брат», который следит за нами.

Используя наши ip-адреса, и информацию с наших аккаунтов в соцсетях, такие системы составляют наш портрет и предлагают нам товары и услуги в соответствии с нашими интересами и потребностями.

Некоторые люди выражают недовольство этим процессом, потому что видят в этом нарушение своих личных границ.

Другие – наоборот: радуются тому, что реклама становится более целевой и каждый из нас все чаще видит только то, что может ему пригодиться.

В любом случае, это реальность, в которой мы живем и с каждым днем данные технологии все более расширяются и совершенствуются.

Но давайте вернемся к МаркетБоту: анализируя спрос на различные продукты, МаркетБот предсказывает спрос в будущем. В соответствии с этими данными маркетологи АиМаркетинга настраивают рекламные компании продуктов, которые будут популярны.

Именно благодаря тому, что прогнозы МаркетБота обладают высокой степенью точности, люди на самом деле покупают рекламируемые товары и услуги.

После этого часть стоимости товаров, вознаграждение, тот самый кэшбек магазины выплачивают кэшбек-агрегаторам, кэшбек-агрегаторы часть средств переводят АиМаркетингу.

В конце этой книги есть ссылка на YouTube-канал, на котором вы можете наглядно в видео-формате посмотреть каждый из этих процессов и понять, как работает технология МаркетБот.

Часть третья. Как связан рекламный МаркетБот и инвестиции?

Думаю, из первых двух частей, в которых описаны бизнес-процессы АиМаркетинга, понятно, что МаркетБот – это инновационный и высоко технологичный инструмент заработка на рекламе. Но некоторые партнеры АиМаркетинга задают вопрос: причем здесь инвестиции?

Давайте подробно разберем этот вопрос.

Размещение рекламы является платным на большинстве интернет-ресурсов.

При настройке рекламных компаний АиМаркетинг вносит рекламный бюджет из собственных средств.

А также предоставляет инвесторам возможность поучаствовать в этом процессе и получить прибыль.

Желающие инвесторы предоставляют МаркетБоту деньги для размещения рекламы. А взамен инвесторы получают возврат своих инвестиций и доход на них.

Как это происходит?

Если рекламные компании настраиваются с использованием инвестиционных средств, то это учитывается в системе и отображается в личном кабинете каждого инвестора.

По истечении срока подтверждения покупок кэшбек-агрегаторами (в разных магазинах этот срок отличается: от 2 до 90 дней), кэшбек-агрегаторы выплачивают доход AiМаркетингу, а AiМаркетинг делится этим доходом с инвесторами – с теми людьми, которые сделали инвестиции в рекламный бюджет.

AiМаркетинг предлагает инвесторам инвестиционный доход от 25% до 35%, на практике иногда доход получается и выше.

Почему ставки дохода отличаются? Потому что невозможно предсказать доходность рекламных компаний с точностью до цента. Те, кто имеет опыт работы в рекламе, отлично это знают.

Но обычно, чем больше рекламный доход, тем выше доходность от инвестиций в рекламу. Почему так?

Для того, чтобы в этом разобраться, давайте на примере рассмотрим, как настраиваются рекламные компании.

Например, в преддверии 8 Марта МаркетБот показывает, что будет большой спрос на цветы, особенно в России и в странах СНГ.

Маркетологи, исходя из этого делают предположения, знают, где находится целевая аудитория и по каким запросам она обращается в интернет. К примеру предполагаемые запросы – это ключевые слова «цветы» и «букеты».

Далее маркетолог настраивает рекламные компании с использованием каждого из этих слов, и запускает тестовые рекламные компании. Что значит тесты?

Это означает, что деньги на рекламные компании будут потрачены и только потом станет понятно, по какому слову рекламная компания оказалась более успешной. Например, по слову «цветы» совершено 1000 продаж, а по слову «букеты» только 20 продаж. Соответственно, последующие рекламные компании будут настраивать по слову «цветы». Но рекламный бюджет был потрачен на тесты по обоим словам и составил, например, 10 000.

Соответственно, если рекламный бюджет составляет 100 000, то себестоимость теста составит 10% от размера рекламного бюджета. А если рекламный бюджет составит 1 000 000, то себестоимость теста будет 1% от размера рекламного бюджета, поэтому чем больше рекламный бюджет, тем выше получается доходность от рекламных компаний.

На этом примере мы разобрали, почему ставки вознаграждения могут отличаться.

Теперь подробно рассмотрим, откуда берется возврат инвестиций и доход на них.

По факту успешных продаж, которые произошли благодаря рекламным компаниям, магазины посредством кэшбек-агрегаторов (мы далее обсудим, что это за структуры) выплачивают вознаграждение AiМаркетингу, а AiМаркетинг большую часть этого вознаграждения: 55% выплачивает инвесторам.

Из искавшихся в системе AiМаркетинга 45% средств половина направляется в Protect fund, вторая половина покрывает затраты на организацию бизнес-процессов в AiМаркетинге.

Весь описанный процесс сам по себе является отдельным видом бизнеса и называется «арбитраж рекламного трафика».

Специалисты, которые умеют качественно работать на арбитраже рекламного трафика, получают доход и по 200%-400% в месяц. Поэтому AiМаркетинг, зарабатывая на арбитраже трафика, может позволить не только выплачивать высокий доход на инвестиции (35%), но и оплачивать услуги партнеров, которые занимаются активным продвижением технологии МаркетБот.

Но давайте вернемся к тому, кто такие кэшбек-агрегаторы. Это организации, которые профессионально работают в арбитраже трафика и являются посредниками между магазинами, рекламными площадками и специалистами, настраивающими рекламные компании. Как посредники в данном процессе кэшбек-агрегаторы заинтересованы защищать интересы всех участвующих сторон. Поэтому при финансовых расчетах, они могут от участников процесса требовать различные документы, верификацию рекламных кабинетов, подтверждение источников трафика и много другое.

Для людей, далеких от рекламного бизнеса, кэшбек-агрегаторов можно сравнить с банками, которые при проведении платежей могут требовать различные документы, а иногда и блокировать денежные операции до соблюдения участниками транзакции определенных условий.

Но всеми этими вопросами занимается AiМаркетинг, а инвесторы просто получают пассивный доход от своих инвестиций.

Однако для людей, которые хотят активно участвовать в бизнесе AiМаркетинга, есть такая возможность и мы подробнее обсудим ее в части четвертой.

Часть четвертая. МаркетБот: инвестировать или строить бизнес на нем?

У AiМаркетинга есть бизнес-партнер, который позволяет людям не только получать пассивный доход от своих инвестиций, но и дополнительно зарабатывать, активно продвигая технологию МаркетБот. Партнер AiМаркетинга, который это делает, называется Inb.network.

Inb.network – это компания, которая позволяет строить сетевой бизнес, делаясь с новыми партнерами реферальными ссылками на AiМаркетинг.

Зачем партнерам AiМаркетинга делиться реферальными ссылками с другими людьми?

Потому что в этом случае они смогут получать дополнительный доход от 5% до 15% от инвестиций приглашенных ими людей. Какой конкретно процент можно получать и как он увеличивается – подробно описано в маркетинг плане на сайте inb.network.

Построение сетевого бизнеса, связанного с AiМаркетингом, намного проще, чем во многих других сетевых компаниях.

Поэтому успешный бизнес и высокую прибыль здесь может получить не только профессиональный сетевик, но и любой новичок.

Вот несколько основных преимуществ на которые имеет смысл опираться:

1) в любом сетевом проекте партнеры продают какие-либо продукты людям. А что значит продавать? Это означает предложить человеку заплатить за продукт, то есть потратить деньги, а в AiМаркетинге наоборот – мы дарим подарки и вновь подключающему к системе человеку предлагаем получить деньги. Дарить подарки намного легче, чем продавать!

А вход в систему AiМаркетинга начинается с получения подарочного сертификата в 50 долларов. Именно благодаря этому подходу к продвижению AiМаркетинг развивается с турбо-скоростью. С одной стороны, это сильно облегчает работу партнеров AiМаркетинга. С другой стороны, это вызывает жгучее недовольство со стороны конкурентов, которые и распространяют всевозможные сплетни об AiМаркетинге.

2) основным продуктом AiМаркетинга являются деньги. А это самый ликвидный товар, поэтому многие представители других сетевых компаний присоединяются параллельно к AiМаркетингу, потому что зарабатываемые в нем средства позволяют им покупать больше и других продуктов.

3) при подключении к AiМаркетингу требуется минимум данных: имя, фамилия, электронная почта и пароль. Сегодня многие люди устали от разнообразных верификаций, удостоверений личности, поэтому такой упрощенный вход в AiМаркетинг является для них достаточным преимуществом.

4) вознаграждение от присоединяющихся партнеров начисляется со всей глубины и не лимитировано несколькими уровнями.

5) товарооборот считается за всю историю в компании и не обнуляется ежемесячно, поэтому бонусы достигаются быстрее.

В предыдущих четырех частях мы подробно разобрали, что такое AiМаркетинг.

Но почему же я берусь утверждать, что в нем возможно не только заработать денег, но и найти свою стаю?

Потому что делюсь именно своим опытом здесь. В первой главе я упомянула, что мое присоединение к AiМаркетингу выглядело как удачный случай чистой воды. Но вот была это случайность или не случайность – я поподробнее расскажу в последней главе этой книги.

В тот же момент я и предположить не могла, что в моей жизни начинается огромная новая эпоха, которая позволит не только найти свою стаю, но и очень быстро (менее чем за год!) научиться выбирать близких мне людей и создавать сообщества. Кстати, а может быть, это и есть один из принципов успеха – не нагнетать лишней важности на события и процессы и тогда они легче складываются в нужную стезю?.. Но как же! Тогда мне эта мысль даже не могла прийти в голову, потому что установка, что за все надо тяжело влюбываться, бежала впереди меня.

Мой мудрый наставник Максим (бесконечное спасибо Тебе, дорогой Максим, за эту революцию в моей жизни!) позвонил через пару дней и поинтересовался, зарабатывает ли робот для меня деньги.

«Что за бред?! Как может робот зарабатывать деньги? Тем более для меня, которая с этим роботом даже не знакома?» – внутренне ворчала я, пока заходила в свой кабинет в AiМаркетинге, а Максим терпеливо ждал на трубке.

И тут я вдруг увидела, что робот заработал для меня первые 6,06\$. Да, там так и было написано: долларов. Я прочитала, но не поверила, что это реальные доллары США. Да, и это не самые огромные деньги, даже если допустить, что они настоящие. Но после этого я начала каждый день с утра, в качестве приятной медитации, так, чтобы создать себе настроение – заходить в свой личный кабинет и смотреть, что же натрудоголил для меня робот.

Каждый день:

+6 \$

+2 \$

+4 \$

+5 \$

+8 \$

Так прошло примерно 3 недели. Мой робот потратил 50 \$, заработал для меня 77\$ и успокоился, остановился. В тот момент я узнала у Максима, что по правилам системы я должна вернуть 50 \$: ок, они пришли из ниоткуда и ушли в никуда. Так обычно и бывает в жизни.

А 27\$ – остались моими заработанными, но снять их было нельзя, потому что первое снятие или реинвестирование только от 100 \$. А чтобы робот заработал эти 100 \$, нужно было пополнить систему своими деньгами.

Но здесь вдруг возникло колоссальное сопротивление: я же знала, что халявы не бывает, вот сейчас, только внесу денег и система накроется медным тазом, ей же именно моих нескольких грошей для этого и не хватает! :)

Сегодня я смеюсь над теми сомнениями. Но тогда два дня продлилась внутренняя борьба жадности со страхом и первая все-таки победила. Зажмурившись, я внесла в систему 30 \$. Через пару дней робот легко продолжил зарабатывать для меня деньги, система не развалилась. В этот момент во мне впервые в жизни пошатнулась уверенность, что все кругом пирамиды и что деньги даются только надрывным потом и кровью.

Через месяц с небольшим я увидела, что робот заработал для меня 101 \$, отправила эти деньги в банк и даже сняла, чтобы подержать в руках. Потому что не верила своим глазам, как можно внести 30, а получить 101? Оказалось, что я просто ничего не знала о бизнесе интернет-рекламы и доходности в ней.

Но какой же кайф! Тогда мне некогда было разбираться, как люди зарабатывают в интернете и из чего этот заработок складывается. Потому что меня распирало нетерпение делиться со всеми окружающими этой потрясающей возможностью. Я понятия не имела ни о сетевом маркетинге, ни о реферальных ссылках, высылала ссылку с горящими глазами, просто потому что, пусть всем будет хорошо! С друзьями и конкурентами, со знакомыми и незнакомыми, в очереди в супермаркете и на спортивной станции.

Конечно, мне даже в голову не могло прийти, что мое неумное желание делиться – это качественная работа, которая буквально через полтора месяца начнет оплачиваться роботом.

И только когда я случайно увидела дополнительные доходы в системе, то вдруг нашла в себе силы и способности разобраться в системе максимально быстро. Я поняла:

- как это работает;
- где люди зарабатывают;
- при чем здесь искусственный интеллект.

Я продолжала одновременно и знакомить людей с этим бизнесом, и разбираться сама глубже и глубже в том, что происходит. Дальше люди мне очень помогли в этом плане, потому что они задавали вопросы, на которые нужно было найти ответы. И я постепенно я нашла ответы на эти вопросы.

И все шло отлично: я уже активно продвигала МаркетБот, делилась со своими партнёрами ссылками, дарила подарки. Я очень люблю дарить подарки, а в AiМаркетинге не надо ничего продавать, надо отдавать каждому желающему по 50\$, которые ты берешь из системы. А это очень классно – делать то, что нравится, видеть, как ты приносишь людям пользу и это доставляет прибыль на твой банковский счёт.

В тот момент все было просто замечательно. На всех языках, на которых мало-мальски говорю, я рассказывала о МаркетБот партнёрам разных стран и делилась этой возможностью, потому что просто наслаждалась процессом и потому что даже мой абсолютно хаотичный процесс приносил весомые плоды.

Позже я расскажу о том, как сделать этот процесс структурным и во сколько раз больше становятся плоды, если ты занимаешься этим не от случая к случаю, а по четко продуманной бизнес-модели.

Но тогда мое неутомное развитие полноценного бизнеса с AiМаркетингом вдруг застопорилось из-за одной очень неприятной неожиданности. Российские органы власти в лице Центробанка и Роскомнадзора заблокировали AiМаркетинг на территории РФ.

Так как начинался бизнес AiМаркетинга именно с Украины и России, то эти блокировки потребовали от компании перестроить несколько ключевых бизнес-процессов. Об этом представитель компании и рассказал на брифинге партнерам. А также сообщил в течение месяца с 15 июля 2021 вывод дохода из AiМаркетинга будет невозможен и внесение новых инвестиций тоже нежелательно.

Это сообщение создало определённую панику у партнёров, потому что некоторые партнёры смотрели на ситуацию в компании с точки зрения своей прошлой боли: они где-то обожглись, потеряли свои деньги и поэтому напугались повторения своего опыта. Тем более, эти настроения активно подогревались конкурентами и завистниками AiМаркетинга.

Я же решила держаться подальше от этой истерии, потому что от моих переживаний лучше никому не станет. Но и связаны мои сомнения были совсем с другими фактами. Я на тот момент уже досконально разобралась в бизнесе интернет-рекламы, в арбитраже рекламного трафика, поэтому понимала, что AiМаркетинг может зарабатывать такую высокую (35%

в месяц) доходность на инвестиции. Но волновало меня другое – я хорошо знакома с уровнем бюрократии в российских органах власти и поэтому искренне сомневалась в том, что АиМаркетинг сможет решить проблему блокировок всего за 1 месяц. Это торпедически быстро.

Тем более, была очевидна истинная причина блокировки. Российские банки тогда выплачивали доход от 1% до 4% в год, на фоне этого доходность АиМаркетинга 35% в месяц была более, чем привлекательной. Инвесторы стали забирать деньги с депозитных счетов в банках и вкладывать их в АиМаркетинг. Очевидно, что российским властям такая ситуация пришлась не по нраву. А дальше был просто найден повод для блокировки.

Мне стало понятно, что АиМаркетинг не сдаётся, а значит, они найдут возможность обойти блокировки, рано или поздно.

А пока они справляются с этой задачей, у меня есть возможность навести порядок в собственном бизнесе, максимально помочь партнерам разобраться в бизнесе интернет-рекламы и заработать на этом.

Поэтому в тот тревожный месяц, когда многие люди с 15 июля 2021 года по 15 августа 2021 года переживали, будут ли возобновлены выплаты АиМаркетинга, пугали себя сами: «а вдруг это рестарт», а вдруг это еще какие-то процессы», которых они насмотрелись в на самом деле мошеннических, пирамидальных компаниях – я решила этот месяц потратить на углубление в тему арбитража трафика, который может приносить доход по 200% – 400% и попробовала поработать в этой сфере собственными руками.

Мне очень захотелось поделиться полученными результатами со своими партнерами и поэтому я создала простой и быстрый курс из 5 занятий «AdMoney», в котором каждый желающий мог научиться и начать зарабатывать деньги на арбитраже рекламного трафика.

Наполненный этими процессами месяц пролетел незаметно и когда 15 августа вечером на брифинге объявили, что АиМаркетинг закончил перестройку своих бизнес-процессов и можно продолжать работать на полную мощность, то 16 августа я снова пополнила систему на 30 \$, чтобы робот включился.

Все отлично работало и я продолжила получать прибыль от своего бизнеса и в сентябре, и в октябре.

На фоне происходящего я искренне не могла понять, почему некоторые из партнеров АиМаркетинга жалуются на эту систему, при том, что технические проблемы в АиМаркетинге возникали и раньше и так же доблестно решались, как и в этот раз? Но об этом мы поговорим подробно в главе шестой «Блокбастерная история АиМаркетинга». А сейчас я хочу вернуться к вопросу, почему я так убежденно, говорю что АиМаркетинг – это ещё и возможность найти свою стаю?

Вот этот процесс блокировок и последующие перенастройки бизнес-процессов стали лакмусовой бумажкой, которая очень явно показала, кто из партнеров АиМаркетинга, что из себя представляет. Люди повели себя по-разному: кто-то продолжил активно работать и развивать бизнес с АиМаркетингом, кто-то предпочел отдохнуть, раз уж выдался такой месяц, другие бросились искать, где трава зеленее, иные предпочитали фонтанировать негативом.

Я тогда поняла, что если бы в АиМаркетинге не было периодических трудностей и сбоев, то их нужно было бы создать. Потому что они выполняют супер-функцию – фильтруют близких тебе по духу людей от случайных персонажей в твоей судьбе.

В результате сегодня я работаю с очень приятными мне людьми, построение бизнеса напоминает весёлую игру. Потому что вокруг партнеры с горящими глазами, которые не просто зарабатывают большие деньги, но успевают наслаждаться жизнью и не перестают хотеть большего.

Помню, как однажды знакомый таргетолог спросил меня, кто для меня идеальный партнер, чтобы настроить рекламу, которая будет автоматически приводить ко мне новых партнеров.

Спойлер: да это возможно и подробнее о том, как это делается я расскажу дальше. Коротко замечу, что алгоритмы большинства соцсетей анализируют портреты людей, которые подписаны на вас и на которых подписаны вы, и предлагают вам установить контакт с другими, похожими на них друзьями.

В тот момент вопрос таргетолога поставил меня в ступор и он, видя это, предложил мне посмотреть, кто из имеющихся у меня партнеров ближе всех к идеальному образу.

Я выбрала два критерия: количество получаемой мной прибыли и легкость работы. После анализа всех имеющихся партнеров я заметила странную закономерность: мои идеальные партнеры чаще всего в качестве хобби или профессионально увлекаются экстремальными видами спорта... А ведь и сама такая. Разгадка простая: подобное притягивает подобное. Это люди с высоким уровнем риска, со стремлением к адреналину, а значит, они не боятся пробовать все новое и радостно тестируют современнейшие технологии и инструменты. AiМаркетинг – одна из таких технологий. Поэтому его выбирают открытые люди. Тем не менее, когда у вас большое количество партнеров, то вы выбираете тех, с кем хотите развивать бизнес, дружить, развиваться и рассматривать новые горизонты.

Глава 3. Куда катится мир? И кто его катит?

Дорогие читатели, вначале при чтении этой главы, вам может показаться, что я забыла об AiМаркетинге и рассуждаю о совершенно других вещах. Но это совсем не так. Просто хочу обратить внимание на несколько тенденций, которые уже сегодня активно развиваются и определяют будущее AiМаркетинга и каждого из нас.

У Вас уже есть аватар. А Вы не знали?

У каждого из нас цифровое, виртуальное тело уже есть. Отчасти. Но в последние два года мы начали и в ближайшие пару-тройку лет продолжим очень быстро оцифровываться. Причем по собственному желанию.

И сделают это с нами ни через вакцину от коронавируса, как некоторые пытались предполагать, а через... скорость жизни.

Количество информации вокруг нас зашкаливает давно. Мы не успеваем ее не только обдумывать, но даже воспринимать. А темпы будут только наращивать.

В связи с этим мы пытаемся оптимизировать свою жизнь. Как нам кажется. Настраиваем автоответы, чтобы они отправлялись на часто повторяющиеся сообщения, когда нам не до этого. Включаем папки «спам», баним. Выбираем хэштеги, чтобы регулировать процесс поступления информации о себе.

Все это цифровая кожа, которая призвана наш организм защищать.

Реагируем паттернами – одними и теми же способами, которые мы выбрали, или нам показалось, что мы выбрали. Поскольку реакции эти автоматические, запрограммированные внутри, то это не иначе как цифровое тело внутри нас, рулящее коммуникацией.

Только подумайте: в голове среднего достаточно развитого человека за 1 (!) день пролетает около 60 000 (!) мыслей и 95% из них повторяющиеся!

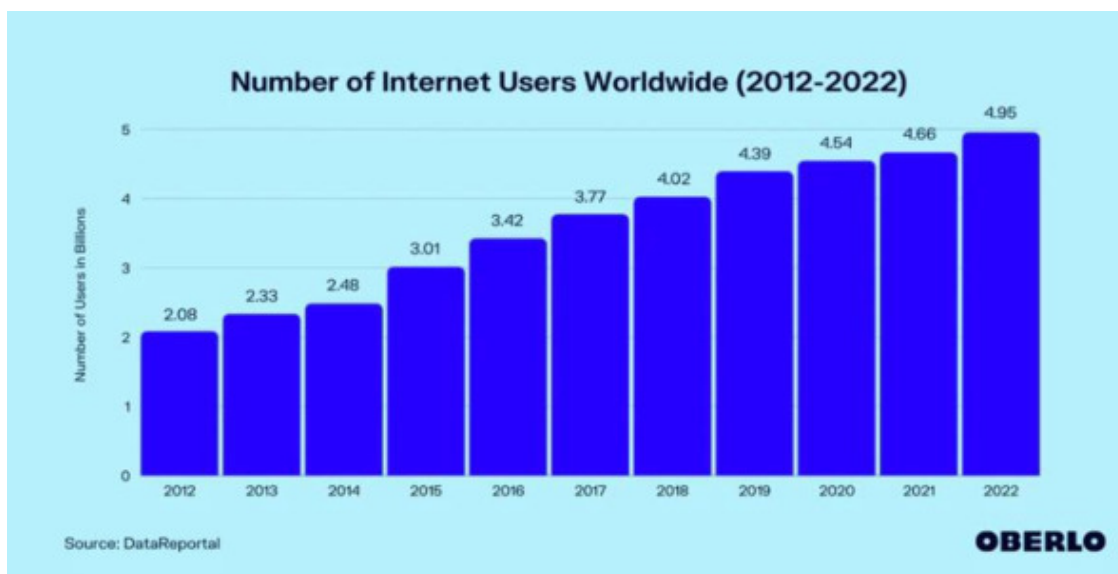
И это лишь небольшая часть того, что в нас уже внедрено. Посмотрите вглубь себя, сколько еще там цифровых процессов?

А то ли еще будет!

Интернет вездесущ? Нет, все только начинается

В интернет придет еще больше людей.

Большинство из нас, людей, которые используют интернет ежедневно, уверены в том, что выход в сеть есть у каждого. Но на самом деле это большая ошибка. Я привожу здесь данные, по которым видно, что сегодня интернетом пользуются около половины населения планеты:



А это означает, что с каждым годом все большее количество людей будет приходить в интернет. Откуда эти данные? Во-первых, увеличивается количество станций повсеместно. Во-вторых удешевляется связь: то, что мы не могли себе позволить раньше, уже возможно всё чаще и больше. Соответственно, сейчас интернет будет доставлен не только в самые труднодоступные регионы, но и начнет использоваться людьми с очень небольшим достатком.

Когда новые люди приходят в интернет они начинают там потреблять информацию и покупать различные товары и услуги.

Более того, пандемия, продолжительные локдауны и возникающие то тут, то там военные конфликты перекрывают многие привычные каналы шопинга и заставляют людей переходить в онлайн. А онлайн-шопинг – это и есть поле AiМаркетинга.

Больше людей в интернете = больше онлайн-торговли = больше онлайн-рекламы. И выигрывать в этой ускоряющейся конкуренции будет тот, кто позволит покупать быстрее и выгоднее. Соответственно, представление бонусов, скидок, кэшбеков – это те способы, которые сегодня активно используют наиболее продвинутые продавцы во всём мире. И компьютеризация планеты усиливает этот тренд.

Также есть ещё несколько очень важных психологических факторов, которые сопровождают любой процесс покупки. Люди покупают либо у знакомых людей, либо знакомый товар. Естественно, когда человек видит реферальную ссылку на тот магазин, который он знает, ему проще её нажать и там купить.

Второй момент – мы все живем в колоссально насыщенном информацией поле. И зачастую количество информационного шума вокруг настолько огромное, что мы уже вырабатываем в себе рекламную слепоту. То есть очень часто мы проходим мимо счетов с рекламой, пропускаем невидящим взглядом какие-то ролики на YouTube, на телеканалах. И пробиться сквозь эту рекламную слепоту очень сложно.

Но гораздо проще это сделать, используя какие-то необычные, неожиданные подходы. Поэтому вход к вам через ваших друзей (приносящих реферальную ссылку), которых вы знаете, мнению которых доверяете – будет приносить больше результатов тем, кто пытается вам продать тот или иной товар или услугу.

Третье – очень многие нейробиологи говорят сегодня о том, что сейчас резко снизилась способность человека концентрироваться. Насколько мне известно, по последним данным подсчитано, что человек концентрируется в среднем не более, чем на 3 секунды. Такая кликабельность мышления дает, с одной стороны, очень высокую скорость транзакций: чело-

век принимает решение о покупке-продаже быстро и так же быстро оплачивает ее, используя современные технологии.

С другой стороны, такому человеку сложно предложить что-то новое, потому что он уже с вихревой скоростью купил то, что ему было известно. Это приводит к сегментации людей на определённые группы и небольшие сообщества, несмотря на кажущуюся глобализацию, внутри которой каждый из нас и проживает свою жизнь. Подробнее мы об этом поговорим в главе 10, где разберем сообщества и AiМаркетинг как одно из огромных сообществ, в котором можно продавать свои товары, услуги, даже если они пока ещё никак не связаны с AiМаркетингом. Это просто аудитория, на которую можно выйти.

В интернете сильно не хватает данных!

Хотя мы уже давно захлебываемся в той информации, что есть, и нам кажется, что в сети можно найти все, что хочешь, на самом деле, процесс только начинается.

Потому что в самом зачатке находится интернет вещей. Если вы еще не знакомы с этим термином, то под интернетом вещей понимается подключение к сети множества традиционно оффлайн-механизмов и передача ими информации в сеть.

Например, при внедренном интернете вещей ваш холодильник будет способен самостоятельно анализировать ваши вкусовые предпочтения и количество продуктов на внутренних полках, а после этого передавать информацию системе «умный дом» или напрямую системе поставщика продуктов, оплата за продукты спишется с вашей карты и автоматизированные курьеры доставят продукты вам домой.

Кого-то такой сценарий очень радует и вдохновляет, кого-то пугает. Но здесь я хочу обратить внимание на другую сторону. При всем этом взаимодействии в рамках интернета вещей в сеть начнет поступать огромное количество новой информации, которой там еще нет. Разумеется, вырастет потребность в ее структурировании и аналитике, а человек будет снова упираться в свою лимитированную способность эту информацию обрабатывать.

И что мы получим на фоне этого? Такие системы, как AiМаркетинг, будут предоставлять людям более персонализированные предложения по разным покупкам, а значит, обретут новую скорость развития.

А причем здесь шеринговая экономика?

Многие экономисты утверждают, что у нас не будет ничего своего. Причем не будет очень скоро. Кстати, поэтому можно не торопиться затариваться квартирами, машинами, дачами и прочим, если на это нет крайней необходимости.

Так как мы уже вошли в широко открытые двери шеринговой экономики. Это от английского слова «to share», которое означает «делиться».

Вы все знаете примеры, когда мы делимся недвижимостью – это отели – места, которыми люди не владеют, но пользуются по графику.

В последние годы стал популярным «каршеринг» – мы можем не иметь собственных автомобилей, а просто пользоваться арендуемыми, тоже по графику.

В разных странах много «шеринговых» вилл, яхт и др.

И дальше все будет развиваться именно по этому сценарию.

Пандемия коронавируса показала, что многие люди нашли возможность работы из любой точки мира и иногда с удовольствием меняют эти точки. А зачем им тогда иметь квартиру в одном месте?

Сервисы, программы и приложения, которые позволят эти вещи удобно, быстро и просто делить, будут все больше размножаться и расти в цене. Уже есть миллион успешных примеров: uber, hotels.com, blablacar и другие. В это и надо вкладываться.

Что подорожает в ближайшее время?

Реклама.

Во многих деревнях разных стран есть технологическое отставание от городов лет на 20—30. И там до сих пор реклама почти бесплатная: просто люди угольком или мелком на воротах пишут «Молоко» и успешно это молоко продают. Нам же, чтобы быть услышанными, чтобы о своем товаре заявить, приходится платить сотни-тысячи долларов. И дальше эти чеки будут только расти.

Время.

Торговля временем – это производная от экономики внимания. Времени слышать, смотреть, читать, знать все – не хватает уже давно. Попытки его купить, делегируя что-то людям или машинам, отчасти выручают, но тоже продолжают расти в цене.

Право выбора.

Мы живем в иллюзии, что мы покупаем то, что выбираем, делаем то, что хотим. На самом деле выбираем мы только из того, что есть на витрине. Во всех смыслах этого слова. А решают те, кто нам на витрину жизни все это выложил. И нет, это не повод расстраиваться – можно жить и получать удовольствие от этой жизни и при таких заведомо определенных кем-то для нас условиях.

Каждый из описанных выше трендов – это огромный повод задуматься, о том, как строить свою жизнь и развивать бизнес дальше.

Описать все возможности в одной книге – невозможно физически. Поэтому я хочу сузить свой фокус внимания до того, как эти тренды повлияют на развитие AiМаркетинга и других аналогичных систем? Они, конечно, же приведут к этим системам больше пользователей, а значит, и денег.

Сам принцип шопинга испытывает такие метаморфозы, что у каждого из нас есть только один путь на выбор:

- организовывать этот процесс, инициировать новые бизнесы, выстраивать бизнес-модели нового времени;
- встроиться в эти новые системы (например через участие в программах лояльности), получая от этого дополнительный доход или другие бонусы;
- не замечать веяний нового времени и тогда вне зависимости от своего желания быть просто поставщиком данных (а значит, и денег) для других людей и компаний.

Глава 4. Разные варианты заработка в AiМаркетинге.

Выбирай любимый

Итак, в АиМаркетинге существует несколько способов заработка.

И это очень удобно, что мы имеем дело с системой, пользуясь которой каждый человек может выбрать себе то, что ему больше по душе, к чему у него больше предрасположенность.

Вы экстраверт или интроверт?

Вы человек творческий или системный?

Вам больше нравится начинать или заканчивать?

Есть ли у вас свободное время?

О каких деньгах вы мечтаете в идеале (сумма)?

Вам интересно работать или строить бизнес, или инвестировать?

Ответьте себе на эти вопросы. Потому что АиМаркетинг позволяет получать высокий доход человеку любой из этих категорий.

О возможных видах дохода и пойдёт речь в этой главе.

1. Шопоголик

Получите часть своих денег обратно. Особенно, если вы совершаете дорогие покупки

Очень многие люди в самых разных уголках Земли ежедневно используют АиМаркетинг для умного шопинга. Если вы покупаете что-то онлайн или офлайн в более, чем 20 000 магазинах по всему миру, то вы можете от этих покупок получать кэшбек (часть потраченных на покупки денег обратно).

Для этого надо бесплатно зарегистрироваться в АиМаркетинге и заглянуть в разделы «Онлайн Шопинг» и «Офлайн Шопинг».

Зайдите и проверьте по категориям товаров или по поиску те товары и услуги, которые вы привыкли покупать или мечтаете приобрести.

От небольших или дешёвых покупок кэшбек может быть не очень существенным. Тем не менее, это ваши деньги, которые нет смысла терять.

А вот когда вы приобретаете что-то дорогостоящее, например, мебель или технику, то сумма кэшбека очень приятно порадует.

Отдельно обращу ваше внимание, что речь идёт не только о товарах, но и об услугах. Кэшбек возможен при покупке и авиабилетов, и страховок, и оформлении виз, и многих других услуг.

Чтобы получить кэшбек в онлайн магазине, надо пройти по ссылке соответствующего магазина в разделе «Онлайн Шопинг». Причём и сумму кэшбека, и особые условия, предоставляемые магазином, вы будете видеть до (!) покупки.

Что же касается офлайн-покупок, то перед началом шопинга имеет смысл ознакомиться с перечнем магазинов, доступных на вашей территории в разделе «Офлайн Шопинг».

Важно: кэшбек можно получить только по товарам и услугам, оплаченным банковской картой.

В разделе «Офлайн Шопинг» надо будет ввести 4 последних цифры из номера вашей карты, которой вы оплачиваете покупки.

Это безопасно, потому что это не CVV-код, а 4 цифры номера карты.

Это необходимо, потому что такие данные наряду с загружаемым вами чеком позволяют роботу связаться с магазином и подтвердить факт вашей покупки, чтобы начислить кэшбек.

Внимание: к аккаунту можно привязать не только вашу карту, но и карту члена вашей семьи. Но при этом к одному аккаунту привязывается максимум 2 банковские карты. Если вам надо привязать третью и последующие карты, то вы можете это сделать в своем другом аккаунте в AiМаркетинге.

При оплате наличными кэшбек не начисляется.

И еще одно ограничение: получить кэшбек можно, только если вы загрузите чек в систему AiМаркетинга не позднее 30 дней с даты покупки.

Итак, процесс получения кэшбека выглядит так: выбираете из списка магазин, который посетили вводите сумму покупки, дату покупки и загружаете фотографию чека. Кэшбек будет вам начислен в тот же момент. А получить вы его сможете через 15 дней – за это время робот свяжется с магазином и подтвердит вашу покупку.

Если вы сделали много покупок, чек слишком длинный и не умещается на фотографии, то его следует аккуратно разрезать и сложить так, чтобы все части были видны, а потом отсканировать или сфотографировать и загрузить в систему.

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.