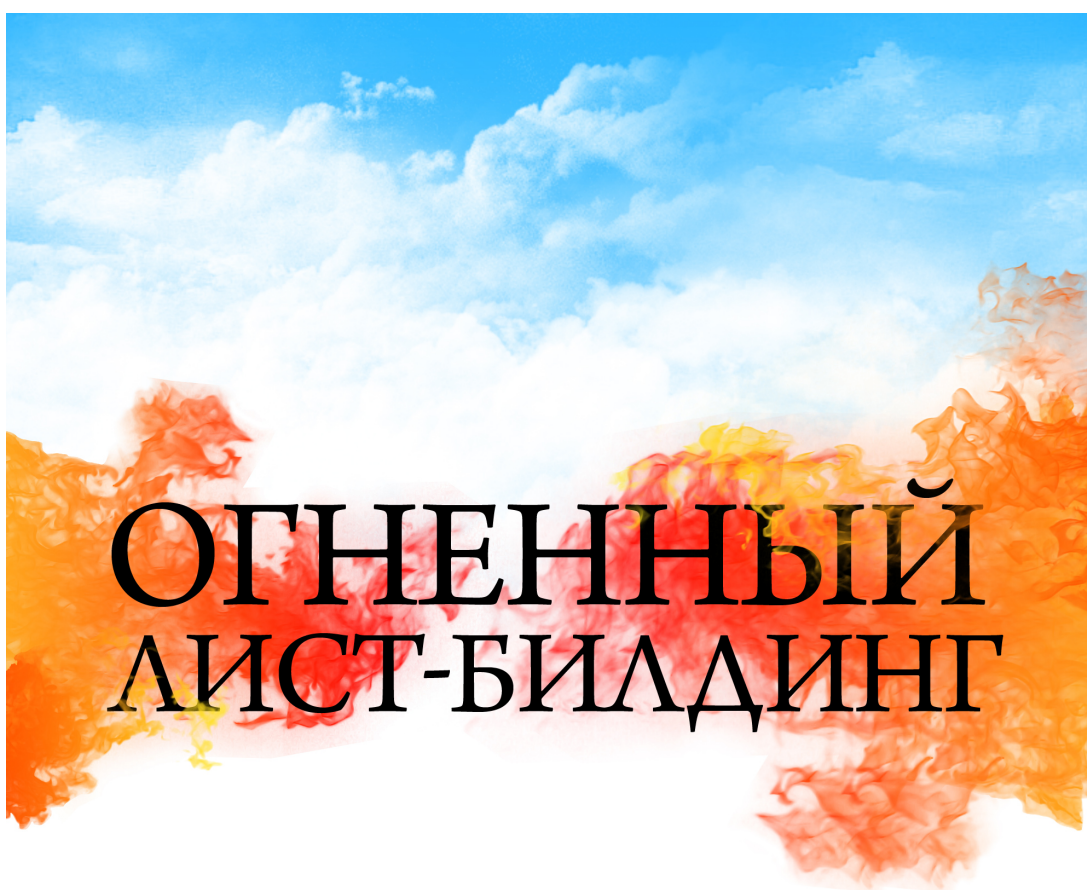




«Библиотека Интернет-Бизнесмена»

<http://OnlineBizLibrary.ru>

представляет бесплатный спец-отчет по увеличению подписной базы в Вашем Интернет-Бизнесе:



**50** действенных  
**способов**  
**увеличить**  
СПИСОК ВАШИХ ПОДПИСЧИКОВ  
**ДО ТЫСЯЧ!**

Публикация спец-отчета в свободном доступе минуя подписной мини-сайт <http://onlinebizlibrary.ru/olb/> **запрещена!** Если Вы хотите поделиться спец-отчетом со своими читателями, подписчиками и/или посетителями сайта, то сделайте это цивилизованно без нарушения прав, а также получите возможность заработать на рекомендации данного бесплатного электронного издания. Для этого зарегистрируйтесь в нашей партнерской программе и получите специальную ссылку на мини-сайт «Огненного Лист-Билдинга»: <http://onlinebizlibrary.ru/partner.htm>

## **Разъяснительное замечание**

Эта электронная книга была написана, чтобы рассказать об интернет – маркетинге. Были затрачены все усилия на то, чтобы информация была максимально полной и точной. Тем не менее, могут встречаться ошибки в типографии или содержании. Кроме того, информация в книге актуальна на дату размещения. Поэтому, эта книга должна быть использована как справочник, а не как единственно верный источник информации об интернет - маркетинге.

Цель книги - обучение. Автор и издатель не заверяют, что информация в этой книге полная и совершенная, и не берут на себя ответственность за ошибки или упущения. Также они не берут на себя ни обязательства, ни ответственность перед человеком или группой людей за их неудачи или потери, вызванные или предположительно вызванные этой книгой прямо или косвенно.

## Введение

Если у вас нет списка рассылки, вы многое теряете. Неважно, что именно вы продаете или продвигаете, подписчики - это основной инструмент маркетинга. Список подписчиков создает ваш личный круг общения из сотен или тысяч людей, которые понимают в вашем бизнесе, и интересуются им. И этот список рассылки позволяет вам легко и прибыльно взаимодействовать с ними ежедневно.

Коротко говоря, если у вас нет списка рассылки, он вам нужен. А если у вас он есть, но некачественный, со слабой обратной связью, вам нужно приступить к созданию лучшего списка и работать с теми, кто на данный момент уже в вашем списке.

Но эта задача не из легких. Если бы это было так просто, огромные списки рассылок были бы у всех. К вашему счастью я написал книгу для таких, как вы - людей, которые знают, что это необходимо, и которым просто осталось создать крепкий, прибыльный список подписчиков.

В книге я рассмотрю 50 различных способов, которыми можно построить список. Надеюсь, вы остановитесь на нескольких приемах, и тут же примените их в деле. Если вы сможете это сделать, увидите, как вырастет и сам список, и число откликов.

## 1. Используйте Ad Swap с другими людьми из вашей сферы бизнеса.

Если вы не слышали об Ad Swap (обмен рекламами), суть довольно проста - взамен на то, что кто-то размещает свою рекламу в вашей рассылке, они согласны принять в свой список рассылки вашу. Обычно это делают с теми, у кого бизнес в вашей нише или схожей, но не конкурирующей.

Правильно настроенные ad swap могут быть и простыми и прибыльными. Настроить можно так: находите сайт с высоким трафиком в своей сфере или сходной. Подписываетесь на рассылку. Следите за содержанием приходящих писем и решайте, будет ли это хорошей идеей. Когда определитесь, свяжитесь с владельцем списка и предложите обмен. Дайте ему/ ей знать, что вы - их подписчик, а затем предложите им свою идею. Используйте этот метод каждые 2-3 недели, и увидите, как число подписчиков скакнет вверх.

## 2. Присоединитесь к спискам безопасности.

Список безопасности - это список рассылки с адресами тех, кто согласился принимать почту от других людей в вашем списке. Присоединившись к спискам

безопасности, вы сможете получить доступ к большой группе людей, которая может заинтересоваться подпиской в ваш список.

Конечно, это как и любой другой маркетинговый ход - когда определенный предел рекламы достигнут, отклики на рекламные письма упадут. Поэтому ожидайте, что отзывы у ваших реклам будут сравнительно немногочисленные.

Но если вы присоединитесь к релевантным спискам, и ваши рекламы будут не постоянными, а периодическими (чтобы не показаться спамером), запустить нескольких хороших клиентов проблемы не составит.

### **3. Поместите в вашем блоге форму opt-in.**

Еще один хороший способ занять подписчиков - просто поместить форму для заполнения у себя в блоге. Если людям нравится читать ваш контент, и они возвращаются на блог снова, они, возможно, решат подписаться на рассылку. В конце концов, почему бы не подписаться и не получать больше интересующей информации ежедневно?

### **4. Создайте публичную страницу на Фейсбуке.**

Если вы - пользователь Фейсбука, вы, без сомнения, видели бесчисленные публичные страницы различного бизнеса. Огромное число бизнесменов хотят заявить о своем бизнесе в соцмедиа. Это вам нужно почерпнуть, если хотите привлечь соцмедиа и увеличить список рассылки.

В двух словах, создать фан-страницу на Фейсбуке не сложнее, чем создать там аккаунт. Просто не забудьте выложить все нужную информацию, вместе с ссылками на ваш список и бесплатные предложения. Также предоставляйте людям, кто нажмет "Мне нравится" на вашей фан-странице, скидки или купоны на различные товары и услуги.

### **5. Используйте рекламные баннеры (названия некоторых сетей баннеров).**

Баннерное рекламирование долго оставалось в приоритете у вебмастеров. Хотя новичкам это сделать сложно, это может хорошо окупиться, если потратить время и 1) сделать хороший баннер, и 2) найти правильные сети.

Чтобы получить хороший баннер, приготовьтесь выложить не меньше 50 долларов на elance.com. Далее, поместите свой рекламный баннер в последовательный показ (и подтвердите код для остальных баннеров на вашем сайте), как тут: <http://www.nuacco.net/>.

Или же, не теряйте из виду один из двух нижеследующих сайтов, которые позволят вам купить место под меняющийся баннер на разных сайтах: <http://www.adwords.com> или

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

## 6. Создавайте видео.

Когда нужно привлечь людей в ваши подписчики, хороший способ - наполнить видеоконтент и использовать его для продвижения вашего сайта. Например, можно запустить серию видеоинструкций по чему-то, связанному с вашей сферой, и включить их в контент, доступный только подписчикам. Более того, вы можете повысить ценность этого предложения, разместив пару бесплатных примеров этих видео на Youtube или ещё где-то.

## 7. Ведите телесеминары/ вебинары.

Семинары - ещё один многообещающий способ увеличения числа подписчиков. Всё, что вам нужно сделать, это выбрать дату для конференции (лучшее время - вечер, когда люди свободны) по вашей сфере бизнеса. Сначала это может выглядеть пугающе, но после того, как вы проделаете это какой-то отрезок времени, все будет получаться естественно. Можете использовать GoToMeeting или GoToWebinar (<http://www.gotomeeting.com>), чтобы проводить телесеминар или вебинар.

Конечно, перед началом конференции нужно потратить время на разработку её наполнения. Убедитесь, что знаете, что вы будете говорить и как. Во время разговора и в конце него, прорекламируйте людям подписку на вашу рассылку (и для начала объясните, что это бесплатно).

Может, вы подумаете, что телесеминары - слишком долгий путь к привлечению подписчиков, но не забывайте, что эти новоиспеченные подписчики скорее всего будут наиболее активными по сравнению с уже имеющимися. Они будут ощущать личную связь с вами, поговорив (или, по крайней мере, услышав ваш голос) по телефону. Это легко преобразовывается в большее количество продаж на каждого человека, который станет вашим потенциальным клиентом.

## 8. Используйте совместные предприятия.

Ещё одним хорошим способом увеличения списка являются совместные предприятия. Это создание рабочего партнерства между двумя владельцами бизнеса. В вашем случае, у вас получится что-то вроде взаимовыгодного обмена, увеличивающего список. Например, вы можете создать товар, который принесет прибыль вам обоим, а ваш партнер в свою очередь

согласится взять на себя все обязанности по созданию, продвижению и увеличению списка подписчиков.

## **9. Увеличивайте число подписчиков с помощью партнерского маркетинга.**

Партнерский маркетинг обычно используется при прямых продажах, но также он может быть полезен как инструмент создания списка. Суть в том, что вы создаете какой-либо продукт, правильно размещаете в нем ссылки, предлагающие читателям подписаться на ваш список, затем позволяете партнеру продавать его за небольшой взнос. Они заработают, вы получите подписчиков.

## **10. Платите за реферальные ссылки.**

Лучше, чем использовать не прямые партнерские продажи, вы можете прямо платить за реферальные ссылки. Можно сделать это, формально покупая подписчиков, или найдя вебмастеров, которые направят трафик на ваш сайт. Конечно, если вы выберете второй вариант, вам нужно будет установить достаточно прозрачную систему, чтобы ваше предложение выглядело правдоподобным. В частности, нужно будет установить легко проверяемую систему учета трафика, которая позволит вашим реферерам проверить, сколько трафика вы получаете от них. Также вам надо будет заплатить взнос за реферальные ссылки.

## **11. Добавьте фото на вашу продающую страницу.**

Один из методов увеличения числа подписчиков – увеличить вашу статистику посещений. Есть старый трюк, чтобы сделать вашу продающую страницу более персонифицированной. Новичкам нужно поместить на неё свою подпись. И более того, затем поместить в правом верхнем углу своё фото. Выросшая статистика посещений с 1% до 2% значит, что за данную неделю у вас появится в два раза больше подписчиков.

## **12. Сделайте сплит-тестинг продающих страниц.**

Ещё один важный фактор при увеличении подписчиков - тестирование вашей существующей системы. Если ваша система плохо работает, нужно её улучшить. Можно сделать это сплит-тестингом. Это направление идентичных потоков трафика (возможно, с помощью Google AdWords) на различные продающие страницы. Затем вы проверяете, какая продающая страница привлекает более высокую конверсию, и воспользоваться ею на будущее.



### 13. Создайте squeeze page.

Если её до сих пор у вас нет, очень важно её сделать, чтобы завладеть контактами для вашего списка подписчиков. Squeeze page- это короткая продающая страница с менее чем одним абзацем текста, или, ещё чаще, всего с несколькими ключевыми моментами. После текста добавьте вашу подпись и поля для ввода имени и мейла. Сведите отвлечения к минимуму, и попытайтесь сделать новости цепляющими, не используя много слов.

### 14. Воспользуйтесь Google AdWords для привлечения потенциальных клиентов.

Как я уже говорил, одним из хороших способов привлечения потенциальных клиентов является Google AdWords: <http://www.adwords.com>. Если вы не знакомы с этой программой, это система оплаты за клики. Вы создаете рекламный текст, находите подходящие для него ключевые слова, и платите только тогда, когда кто-то кликает по нему.

В основном, этот метод считается лучше в отношении целевой аудитории и экономически эффективнее, чем другие источники генерирования трафика.

Этим я хочу сказать, что использование Google AdWords для увеличения числа подписчиков равняется созданию кампаний, сплит- тестингу и анализу трафика на squeeze page.

### 15. Бесплатные электронные книги.

Часто привлечь подписчиков легко, правильно их мотивируя. Если вы просто скажете людям подписаться на вашу рассылку, потому что контент интересен, они не будут знать, верить вам или нет. А если вы подарите им электронную книгу, после того, как они подпишутся, они сделают это с большей охотой. А сейчас вы, возможно, думаете: «А почему бы им тогда просто не отписаться от рассылки после подарка?». И в действительности, многие так и сделают. Но вы должны сконцентрироваться на привлечении внимания людей, показать им ваш контент, и затем попытаться добавить их в список. Если у вас не получится привлечь их изначально, добиться остальных целей надежды нет.

### 16. Бесплатные статьи.

Как и подарки в виде бесплатных книг, размещайте бесплатные статьи. Сделать их выходит обычно дешевле, но эффект они имеют тот же. Лично я предлагаю использовать какую-то особенную тему или создавать статьи «как сделать...» на вечные темы.

## 17. Наполняйте контентом ваш сайт.

Одна из самых важных вещей в увеличении списка подписчиков - размещение opt-in формы там, где есть трафик. Создать его можно, наполняя контентом сайт.

Например, можете нанять писателя: <http://www.elance.com>, чтобы затем иметь несколько дюжин статей с ключевыми словами. Затем добавьте эти статьи на сайт с формой opt-in либо сбоку, либо в самих статьях, либо во всплывающем окне при попытке ухода с сайта.

Чем больше статей вы размещаете, тем больший трафик создаёте, и больше возможностей появится для увеличения числа подписчиков.

## 18. Сохраняйте информацию о пользователе конфиденциальной.

Посетители боятся, что вы перепродаете их информацию третьим лицам, или начнёте спамить. Поэтому важно, чтобы вы поместили под вашей формой объявление, которое объяснит, что вы никогда не продадите информацию пользователя и никогда не будете рассылать спам подписавшимся. Это должно помочь в увеличении конверсии.

## 19. Неожиданно награждайте подписчиков.

Приобретая подписчиков с внешних ресурсов, нужно продолжать увеличивать ваш список, вдохновляя уже существующих подписчиков, и давая им повод продвигать вас.

Один из способов достижения этого - неожиданно наградить подписчиков. Получив услугу или товар, который не ожидали, они будут приятно удивлены и простимулированы, чтобы расширять ваш список (хотя бы даже для того, чтобы их друзья тоже смогли извлечь выгоду).

## 20. Производите полезный товар или услуги.

Во многих случаях, самая важная вещь, которую вы можете сделать как владелец бизнеса - это обеспечить потребителей полезными товарами и услугами. И неважно, продаёте ли вы свой личный товар в вашей рассылке или вы ссылаетесь на партнеров по маркетингу, убедитесь, что товар качественный. Если у вас появится репутация того, кто продвигает продукт не очень качественный, но приносящий вам прибыль, вы быстро потеряете взаимопонимание с подписчиками, и в результате, они не будут привлекать новых посетителей и делать дополнительные покупки.



## 21. Купите solo ad в электронном журнале.

Электронные журналы предлагают широкий выбор различных рекламных инструментов, но многие из них - это покупка меньшей или большей порции от всего контента. В случае с электронным журналом и solo ad, вы в действительности покупаете права на весь контент одного письма.

Теперь, вы, наверное, рвётесь к ближайшему брокеру по solo ad в электронном журнале, покупаете несколько solo ad, и посылаете первый же текст для почтового робота, который только можете написать, но это определенно не лучший подход. И, в действительности, большинство тех, кто так поступают, имеют почти нулевой трафик.

Поэтому, вместо этого я посоветую - начните с хорошего копирайтера. Он сумеет написать короткую solo ad, которая не будет дорого стоить (сравните с материалом в 15 страниц). Работая с копирайтером, подумайте над всеми своими преимуществами, и тем, что вы сможете предложить читателям, и подкрепите хорошим материалом.

Как только материал у вас в руках, начинайте методично просматривать совпадения в электронных журналах. Начните с подписки на подходящие электронные журналы, и делайте заметки по стилю контента. Например, загружен ли он рекламой? И как часто посылает solo ad? И наконец, хорош ли его обычный контент?

Ответ на эти вопросы - важная часть выбора ваших электронных журналов. Когда он сделан, либо совершайте покупку (если опция доступна), либо свяжитесь с владельцем списка и узнайте, хочет ли он/ она разрешить вам купить рекламную рассылку solo ad.

В заключении хочу предложить, чтобы вы пользовались только одну solo ad за один раз, а потом ждали результата, чтобы понять, стоит ли продолжать с solo ad.

## 22. Взаимное продвижение.

Если у вас нет ресурсов, чтобы утонуть в дорогих формах рекламы, взаимное продвижение может быть как раз тем, что надо. В своей неформальной форме, взаимное продвижение- это поиск других владельцев списков рассылок или других вебмастеров; и заключение соглашений о взаимном продвижении ваших сайтов у своих посетителей.

В дополнении к этим неофициальным соглашениям, есть ещё формальные способы. Например, обмен баннерами: <http://www.neobanners.com/>, который продвигает вас, когда вы продвигаете кого-то ещё (добавив баннер в свою

систему). В основном, взаимное продвижение - дешевая альтернатива остальным способам создания списка.

## **23. Держите вашу форму opt-in в верхней половине экрана.**

При привлечении подписчиков важно не просто заманить тысячи посетителей на ваш сайт. Это включает в себя привлечение трафика и стратегии по увеличению конверсии. Одна такая стратегия - поместить вашу форму над «полосой»- или линией, которая отделяет контент, который при загрузке страницы увидят посетители от того, который они не сразу увидят.

Когда форма размещена над полосой - в верхней половине экрана, посетители скорее всего её заметят, перед тем, как покинуть страницу, и, соответственно, скорее всего воспользуются ею, чтобы подписаться на ваш сайт.

## **24. Используйте гостевые посты.**

Ещё одна стратегия для удержания ваших подписчиков активными, воодушевленными и заинтересованными в распространении информации - это периодически добавлять гостевые посты в свои новости. Вы можете выбрать известных личностей из вашей сферы или аутсайдеров, у кого есть подходящая информация. Что бы вы не сделали, пусть это будет интересным и вовлекающим, и это привлечет читателей к вашим новостям, заставит их к ним возвращаться в поисках более подробной информации, и рассказывать о них своим друзьям.

## **25. Вместе с партнерами дарите подарки.**

Бесплатный товар - это всегда хороший способ привлечь внимание, улучшить отношения с имеющимися подписчиками и заполучить новых. Все, что вам нужно сделать - это найти в вашей отрасли кого-то, у кого много замечательных старых товаров. Потом послать письмо этому человеку, и предложить обмен подарками для ваших подписчиков. Он/ она может дарить ваши товары, а вы - его товары.

Если вы хотите увеличить шансы на прибыль, можете запрашивать у людей «передать другу», чтобы получить доступ к странице загрузки продукта. Это значит, чтобы получить доступ к загрузке ссылки, им нужно послать мейл другу, и рассказать о вашем списке рассылки.

## 26. Реклама сарафанным радио.

Платное рекламирование и официальные методы взаимного продвижения - отличные способы расширить подписку, а неофициальное сарафанное радио часто – источник жизненной силы как для малого, так и для большого бизнеса.

И к счастью, множество довольных подписчиков, которые хотят рассказать друзьям о вас, это все, что нужно. Как это сделать? Первое, убедитесь, что подписчики довольны. Спросите себя, что вы для них в последнее время сделали. Далее, 1) не напрямую предложите им продвигать ваш список рассылки, и 2) дайте им повод это делать.

## 27. Попросите ваших читателей пересылать ваши письма.

Каждые несколько писем, предлагайте читателям переслать понравившиеся новости друзьям. К тому же, убедитесь, что в этих письмах есть ссылки, которые понадобятся людям, чтобы подписаться на вашу рассылку. Если читателям нравится новость, и они пересылают письмо своим друзьям, вы легко найдете новых читателей, при этом сильно не утруждаясь.

## 28. Используйте страницу благодарности.

Ещё один хороший способ установить хорошие отношения с подписчиками, чтобы у них возникло желание рассказать о вас - пересылать новых подписчиков на страницу благодарности. На ней должен содержаться бесплатный, не рекламированный бонус в виде статей, аудио и видео. Такой неожиданный водопад выгод за простую подписку воодушевит ваших новых подписчиков отплатить вам продвижением.

## 29. Добавьте больше форм для подписки.

В основном, большее количество форм для подписки дает посетителям больше путей, по которым они придут к вашему списку и вступят в него. Так что потратьте время, поработайте над сайтом, и решите, сможете ли добавить ещё форм opt-in. Чтобы сэкономить время, можно разместить их на одном и том же месте на каждой странице (например, сбоку).

## 30. Исключите все барьеры, мешающие подписке.

Во многих случаях мы сами создаем барьеры от подписки. Сложными формами opt-in, плохо написанным материалом, неправильным размещением полей для контактных данных мы усложняем людям их задачу - подписаться. Помните, после заполнения списка (или любого другого маркетингового хода),

воронка продаж образуется сама по себе. Так что концентрируйтесь на том, чтобы все ваши посетители стали вашими подписчиками. Как только они оказались в вашем списке, дайте им решить, оставаться в нем или нет, и покупать ли что-либо у вас или нет.

## **31. Предложите бесплатные пробники.**

Перед тем, как кто-то подпишется на рассылку, он захочет хотя бы отдаленно понять, во что он ввязывается. Это значит, что они захотят узнать, подписываются ли они на легальный спам или все-таки будут получать регулярную, вдохновляющую, интересную и качественную информацию, которая внесет позитивный вклад в их жизни.

Один способ устранить все сомнения людей о вашей рассылке - предоставить им бесплатные образцы. Например, можно создать архив с вашими прошлыми материалами с бесплатным доступом. Посетители могут скачать этот архив и увидеть, как часто вы рекламируете продукцию, как часто дарите подарки, и какого качества ваш контент.

## **32. Заведите партнерство с другими владельцами списков.**

Как я упоминал ранее, методы взаимного продвижения - самые недорогие из всех способов промоушена. И, хотя для достижения эффекта потребуется время, этими методами всегда можно достигнуть потрясающих результатов, и вырастить число подписчиков.

Один особый тип взаимного продвижения - совместное предприятие - партнерство. Сюда входит поиск многочисленных владельцев списков, которые могут быть полезны в этом случае. Ниже я написал некоторые типы партнерства:

### **1. Партнерство по товару**

Очень часто два партнера совместно работают над созданием одного продукта, который они потом будут продвигать в своих рассылках, и в чужих. Сначала вы подумаете, что это- продажа товара, а не увеличение списка, но подумайте лучше.

Даже если ваш партнер продвигает свой товар, с ним по-прежнему ассоциируется ваше имя. Отчего у его/ её читателей появится доверие к вам, а чтобы добиться его самому, можно потратить годы.

С таким типом партнерства, чем больше партнеров, тем лучше. Потраченное время на каждого из ваших партнеров, на добавление новых товаров и промо-

событий в ваш календарь, только поможет вам увеличить свою сферу влияния, и завоевывать подписчиков.

## 2. Промо - партнерство

Вместо сотрудничества в создании продукта, вы можете сотрудничать в создании маркетинговой схемы. Это значит, что вместо того, чтобы просто продвигать друг друга в своих списках рассылки, вы можете договориться о продвижении в более широком смысле. Это могут быть реферальные ссылки друг на друга клиентам и разным личностям в ваших бизнес - сферах.

## 3. Специализированное партнерство

Вместо того, чтобы использовать какую-то из вышеупомянутых стратегий, вы можете применить более специализированную модель партнерства. Суть в том, что вы можете сфокусироваться на создании продукта (и тем самым продвижении вашего сайта), в то время как ваш партнер сфокусирован на продвижении продукта с помощью своего списка рассылки.

Этот тип партнерства имеет потенциал привлечения и быстрой прибыли, и, в конечном счете, долгосрочных подписчиков, покупающих товары неоднократно. Как бы там ни было, в основном, достичь этого будет сложно, только если у вас нет партнера, которому вы можете доверять и работать с ним.

## 33. Разрешите перепечатку.

Многие владельцы сайтов и списков видят в перепечатывании угрозу снижения их ценной «уникальной информации». К сожалению, смотря на это так, они сами отрицают возможность увеличения своего влияния и привлечения дополнительных подписчиков.

В частности, перепечатка позволяет владельцам списков расширить доступ к их контенту, увеличить свое влияние и вдохновить людей подписаться. Более того, это достаточно просто сделать: когда пишете статью (в ваших новостях или ещё где-нибудь), просто включите ресурс бокс снизу (или заголовок сверху), который позволяет перепечатывать контент, но при условии его неизменности и ссылки на вас.

В дополнение к простому разрешению на перепечатывание, вам нужно активно пытаться сделать так, чтобы ваши статьи перепечатывали. Ищите подходящие сайты, и пытайтесь разместить там ваш контент.

Как бы там ни было, правильная стратегия – это поиск среди интернет-журналов с хорошим трафиком и придание вашей работе уникальности, как и вашей статье.

### **34. Добавьте рекомендации на вашу squeeze page.**

В деле привлечения подписчиков нужно увеличивать свою конверсию. Почему? Потому что это быстрый и легкий способ добавить людей в ваш список, не изменяя стратегии трафика вообще.

Один из способов, как можно это сделать, это добавить рекомендации на вашу squeeze page. Конечно, в фокусе должна быть форма для подписки, и вам нужно избегать отвлечения от неё. В любом случае, неплохо было бы добавить рекомендательные отзывы сбоку или после формы opt-in. Это построит хорошие отношения с вашими посетителями, и убедит их доверять вам и рассылке.

В дополнении к печатным рекомендациям, неплохо будет добавить аудио или видео рекомендации. Их, конечно, сделать дороже, но наличие их на сайте намного улучшит впечатление, которое создастся о вас у посетителей.

### **35. Добавьте форму «Рассказать друзьям».**

Как я говорил ранее, реклама с помощью сарафанного радио встречается очень часто и является жизненной необходимостью для бизнеса. Устоявшемуся бизнесу она поможет расшириться, и обычно она приносит качественных потенциальных покупателей, так как близкие друзья рассказывают им, что они могут доверять вашему бизнесу. Проще говоря, это эффективный метод рекламы.

Возможно, вы заметили, как бы там ни было, что немногие советуют сфокусироваться на нем. Во-первых, потому, что сплетни обычно распространяются потребителем, и таким образом, это рассматривают как массовый способ рекламирования. Во-вторых, многие люди, которые рассказывают о своей рекламе, большей частью пытаются убедить вас использовать их конкретные методы, поэтому последняя вещь, которую они хотят, чтобы вы сделали - это сфокусировались на создании лучших товаров и на сарафанном радио ваших клиентов.

Важно понимать, что сарафанное радио не должно быть совсем пассивным. Вы, естественно, можете воодушевить ваших подписчиков рассказать друзьям и рассказывать о вашей рассылке на форумах.



Один из способов запустить кампанию по сарафанному радио- использовать скрипт «рассказать друзьям», например, вроде этого: <http://www.freetellafriend.com/>.

Он должен быть доступен на вашем сайте и возможно его использование в ваших рассылках иногда. Для подписчиков это простой способ рассказать друзьям о чем-то хорошем или интересном, что вы сделали.

Более того, вы можете придумать более агрессивное их воодушевление. Например, провести какие-либо массовые события по раздаче подарков, но для доступа к бонусам и подаркам запросить у подписчиков рассказать как минимум одному другу о вашем сайте.

### **36. Создайте такой список, в который вступили бы сами.**

Как я уже упоминал, сплетни - сильный и эффективный способ заполнения подписчиков, но в любом случае, сложно их запустить, так как на это нужны усилия по большей части ваших подписчиков, нежели ваши.

У вас по-прежнему есть множество возможностей простимулировать сарафанное радио. В частности, я бы предложил вам это сделать, улучшив качество вашего содержания рассылки. Вы можете начать, перебирая архивы и спрашивая себя, подписались бы вы на эту рассылку, не будь она вашей. Попытайтесь быть настолько честными, насколько это возможно с собой.

В основном, конечно, сложно оценить свою работу, и понять, как оценивают её другие. Поэтому, хорошая идея - просмотрите архивы, чтобы вы почувствовали дистанцию, и оцените их с точки зрения постороннего человека.

Наконец, сравните ваш контент с другими контентом в вашей сфере. Задайте себе следующие вопросы и ответьте честно о своем списке и чужих:

1. Как часто рассылается реклама?
2. Как много места занимают рекламные объявления?
3. Много ли там solo ads?
4. Есть ли там привлекающие к себе внимание гостевые писатели?
5. Есть ли там интервью с экспертами в вашей индустрии?
6. Как часто дарятся статьи и электронные книги?
7. Как часто дарятся аудио и видео?

Если чувствуете, что не можете ответить объективно, обратитесь за помощью к другу. Конечно, это может быть слишком резко, когда кто-то близкий критикует вашу работу, но в конечном счете, он будет очень полезен, когда ваш список резко вырастет, благодаря сарафанному радио.

### **37. Создайте короткий онлайн - курс.**

Для построения качественной базы подписчиков, одного привлечения новых недостаточно. Не менее важно удерживать и подбодрять уже существующих. Если они перестали быть активными или отписались, вам придется перекрыть отток новыми подписчиками.

Что мы можем сделать? Моё предложение - познакомить новых подписчиков с вашим контентом с помощью онлайн - курса. Это значит, что просто добавляя их и снабжая тем же материалом, что вы посылаете другим подписчикам, включая рекламу и другие вещи, которые могут отвернуть новых подписчиков, предложите им подготовленный курс.

Курс не только поможет подписчикам извлечь какую-то пользу из подписки (и таким образом построить хорошие отношения), но даст им шанс узнать лучше вас и ваш бизнес. С помощью курса они могут понять, что вы из себя представляете, и они больше не будут настолько недоверчивы, чтобы ничего не купить у вас и не подписаться на ваш контент.

Коротко говоря, создание онлайн - курса, чтобы отвлечь новых подписчиков от обычного потока рекламы и специальных новостей может быть началом долгого пути построения связи между вами и читателями, и доказательством, что они не покинут список рассылки.

### **38. Придумайте хорошую «фишку».**

Когда дело касается маркетинга, фишки необходимы. И это вдвойне верно для интернет- рассылки. Если нет видимого, отличающего вас от остальных плюса, все пройдут мимо вас. Зачем подписываться и быть атакованным посредственным контентом, если можно просто покинуть страницу и поискать в Google что-нибудь лучше?

Поэтому потратьте время на фишку. Подумайте, как отделите себя от других сайтов? Вы будете самым первым быстрее всех размещать новости и комментарии о трендах в своей сфере? Или вы будете выкладывать поздние, но обширные и вдумчивые комментарии о важных событиях вашей ниши? Или же вы станете первым тестировать новые товары и услуги и размещать их обзор в ваших новостях?

Что бы вы ни делали, убедитесь, что делаете это лучше конкурентов. Если у вас действительно есть важные особенности, отличающие вас от других владельцев списков в вашей отрасли, вашим посетителям нужно об этом знать, когда они будут решать, подписываться им или нет.

### **39. Постоянно улучшайте ваш контент.**

Подход многих людей к содержанию и росту их бизнеса обычно постоянен и неизменен – лишь время от времени они решают, что пора все переделать и внести глобальные изменения. Как бы там ни было, во многих ситуациях, это не лучшая политика - особенно когда дело касается ведения списка подписчиков.

Вместо этого следует применить более активный подход. Ежедневно думайте, что бы вы могли изменить, чтобы улучшить ваш контент. Запросите отзывы от читателей, и используйте их конструктивно. Изменения к лучшему улучшат опыт ваших читателей, и обязательно помогут вам в деле создания сплетен-сарафанного радио и уменьшения отказов от подписки.

### **40. Сократите количество рекламы.**

Если ваш сайт постоянно переполнен рекламой, подумайте о сокращении всего этого шума и фокусировке на том, что важно, т.е. на вашей opt- in форме. Хотя прямые продажи или оплата за клик выглядят привлекательно - ведь они приносят наличные уже сегодня, тем не менее, большинство продаж делается на 5, 6 или 7-й контакт, так что остановитесь и подумайте о более долгосрочном сотрудничестве.

Поэтому сегодня начните с обдумывания, как улучшить ваш сайт. Избавьтесь от блоков рекламы, баннеров, и других отвлечений, замените их формами opt- in, продающим текстом, и другими инструментами привлечения подписчиков. В конечном счете, когда вы будете снова и снова продавать что- либо одним и тем же людям, вы будете рады, что не зарубили это на корню, выбрав оплату за клик или прямые продажи.

### **41. Добавьте всплывающую рекламу.**

Некоторые уверены, что она вышла из моды. В действительности, разные браузеры защищают от всплывающих окон, поэтому многие верят, что этот способ теперь неэффективен. В любом случае, это утверждение неверно. Многие сайты используют разные варианты всплывающих окон (нависающие и застывшие объявления сверху страницы или появляющиеся посреди страницы объявления), которые не могут быть заблокированы и могут послужить хорошей службой в привлечении подписчиков.

Если вы ещё не добавили всплывающие окна на ваш сайт, начните с одной страницы. Возьмите существующую squeeze page, например, и продублируйте её. Но когда продублируете, добавьте всплывающее окно на одну из получившихся страниц. После этого, воспользуйтесь Google AdWorks, чтобы направить идентичный трафик на две squeeze page. Затем вы сможете определить, улучшили ли всплывающие окна вашу конверсию.

Кроме того, если обнаружите, что улучшили вашу конверсию на одной странице, возможно вам понадобится сделать сплит- тест две разные версии всплывающего окна, чтобы вы могли продолжить увеличение списка подписчиков.

## 42. Улучшите заголовки ваших рассылок.

Легче впасть в погоню за новыми подписчиками, оплачивая большой трафик, нежели чем лучше использовать существующие контакты. Один из способов, как можно это сделать- начать писать лучшие названия. Интересные заголовки в письмах привлекут большее количество прочтений, оживят существующих подписчиков и создадут большой трафик с помощью сарафанного радио от оживленных подписчиков.

Я предлагаю применить один или более из существующих трюков, чтобы улучшить ваши заголовки:

1. Персонализируйте ваши заголовки. Используйте макрос, который автоматически вставит имя читателя в заголовок письма. Даже хотя это уже не такой эффективный способ, каким был когда-то, он по-прежнему может привлечь внимание, повышая чувство персонализации и, таким образом, уровень обратной связи
2. Избегайте словечек спама. Такие слова как «бесплатный», «секретный, тайный» и «ошеломительный» могут хорошо сработать как психологические крючки в рекламных письмах, но в заголовках используйте их осторожно. Не только фильтр от спама может зацепиться за них, но и они могут выглядеть слишком по- рекламному в вашей рассылке.
3. Проведите сплит- тестинг разных заголовков. Если планируете рассылать одинаковую информацию каждому новому подписчику, это может быть одно и то же письмо, но с разными заголовками. Проверьте, создают ли конверсию определенные заголовки.

В основном, найдя пути увеличения количества открытий ваших писем, вы сможете удержать и оживить подписчиков. Это будет означать, что вы сможете получать большую прибыль от меньшего числа подписчиков, вместо того, чтобы

бешено продвигать ваш список, и терять этих подписчиков из-за неэффективной системы удержания подписчиков.

### **43. Удерживайте ваших подписчиков.**

Как упоминалось ранее, удержание подписчиков - важнейший компонент в создании и управлении хорошим списком. Думая о списке, нужно концентрироваться не на поиске новых подписчиков, а на создании «сети подписчиков». Подумайте о разнице в потере и приобретении. Если вы просто сможете удержать лишних 50 человек в неделю, это будет не хуже добавленных 50 человек.

Поэтому, создавая письма рассылки, помните об этом. Думайте не только об увеличении трафика, но и о сохранении имеющихся подписчиков. Дайте им стимул не отписываться, остаться энергичными и вовлеченными и продвигать вашу рассылку остальным. Вкратце, затрачивайте столько же энергии на поддержание и удержание подписчиков, сколько тратите на поиск новых.

### **44. Используйте вирусные электронные книги.**

Создать вирусные электронные книги - хороший способ привлечь подписчиков, используя их в дальнейшем для продвижения вашего сайта. Есть несколько путей, как вы можете это сделать, но лично я предлагаю придерживаться этого подхода:

1. Составьте набросок подходящей книги. Убедитесь, что контент содержит новые идеи в вашей работе, которых нигде не найти.
2. Найдите писателя и графического дизайнера на: <http://www.elance.com>. Свяжитесь с ними, чтобы они завершили книгу по вашему наброску.
3. Работайте и с тем, и с другим, чтобы проверять, что проект идет по плану.
4. Вставьте ссылки в книгу, которые приведут на ваш список рассылки. Только делайте это не так, что это сможет обесценить книгу, а наоборот, улучшить её. К тому же, включите ссылки на бесплатные товары на вашем сайте, которые связаны с материалом, так что вы сможете направлять людей по большим местам, где они смогут подписаться на вашу рассылку.
5. Создайте книге такие права, которые обеспечат ей наибольший охват аудитории. Вы можете это сделать, подарив книгу, и затем, разрешив кому угодно тоже дарить её. Также можете дать кому-то право перепродать её, что даст человеку ещё больший стимул циркулировать книгу.
6. Свяжитесь с другими владельцами списков, чтобы расширить циркуляцию вашей вирусной книги. Дайте им право дарить её их уважаемым подписчикам.

В большинстве случаев, владельцы списков изголодались по бесплатному контенту. И, если он хорош, они ухватятся за него и раздадут подписчикам. Коротко говоря, ваша цель - создать качественную книгу, разместить в ней ссылки на форму opt-in, и запустить эту книгу в самые широкие круги читателей. Чем больше людей увидят и передадут книгу, тем лучше. Если ваше начинание пройдет успешно, оно окупится на долгие годы вперед в виде новых подписчиков и продаж.

## 45. Делайте аудио- интервью.

Многие владельцы списка рассылки удачно прикрепляют ленту новостей на свой вебсайт. Таким образом, они постоянно либо используют эту ленту, для ссылки на что-то особенное на своем сайте, либо с помощью неё информируют подписчиков об обновлениях на сайте.

Этот подход имеет множество плюсов. Среди них: вам не придется все время использовать только тексты. Вместо этого можно применять другие медиа, которые воспринимаются лучше, например, аудио контент. Если вас устраивает ваш голос и ваши навыки интервьюирования, вы можете записывать интервью с важными людьми в вашей отрасли, и затем привязать их к вашей ленте новостей.

Это не только увеличит не прямой трафик, с помощью хорошего контента, воодушевляющего людей на рассказы друг другу о нём, но также можно применять подход для привлечения более прямого трафика. Вы можете использовать архивные аудио интервью в виде контента, чтобы превратить гостей в подписчиков.

## 46. Продвигайте вашу рассылку на форумах.

Еще одним способом продвижения вашего списка подписчиком являются регулярные посты на форумах. Начните с поиска большого количества форумов, связанных с вашей конкретной сферой. Поищите нужные форумы здесь: <http://www.big-boards.com/> . Когда найдёте, составьте список их адресов и основных тем обсуждений. Также учитывайте, сколько трафика и подписчиков есть у каждого из этих форумов.

Вашей конечной целью является выбор форумов с высоким трафиком, с большим числом активных подписчиков. Затем вы станете завсегдатаем этих форумов и будете постить в них всегда, когда представится возможность. Сделайте сверх усилие, чтобы демонстрировать свои знания, где только возможно, и быть полезным.

По истечении какого-то времени вашего участия в форумах, добавьте к своим постам вашу ссылку и подпись, что и поможет вам продвигать ваш список



рассылки. В дополнении к ссылке на форму opt-in, добавьте короткую рекламу на 5-10 слов, которая привлечет внимание читателей, чтобы они хотя бы кликнули на ссылку.

Конечно, на этом ваши усилия не заканчиваются. После появления подписи и хорошей репутации, нужно продолжать строить отношения на форумах, постить регулярно, и находиться там, где огромное число посетителей, увеличивая тем самым шанс вашей подписи быть замеченной.

## **47. Дайте читателям стимул для реферальных ссылок.**

Как упоминалось выше, жизненно необходимо вовлечь ваших читателей в процесс продвижения. Если у вас уже огромный список, это верно вдвойне. Это не только позволит вам привлечь незнакомых людей, но и тех, кто услышал о вас от друзей, а значит, будет более восприимчивым.

Стимул для реферальных ссылок начинается от низких цен и доходит до простого признания. Например, вы можете разрешить тому, кто соберет больше всех реферальных ссылок, послать свою solo ad вашему списку рассылки. Или, можете провести соревнование и предложить денежные призы победителям.

Что бы вы ни делали, чтобы вдохновить читателей добавлять реферальные ссылки, помните о том, что они хотят больше всего - может, это деньги, может, место для размещения своей рекламы, или товары. Если не можете предложить им то, что они хотят, или в чем нуждаются, вряд ли у них появится интерес продвигать ваш список.

## **48. Изучите свою аудиторию.**

Одна из важных частей в увеличении подписчиков - знать свою аудиторию. Если не знаете тех, кому продаете («тип» человека, который интересуется вашей рассылкой и бизнесом), вам будет трудно не только найти их, но и убедить в том, что они должны подписаться.

Коротко говоря, если вы не знакомы с «типичным» покупателем или подписчиком в вашей сфере, пришло время узнать его лучше. Ищите их на форумах, взаимодействуйте с ними в блогах, и делайте все возможное, чтобы лучше их понять. В конечном счете, вы будете рады, что потратили на это время.

## 49. Улучшайте целевой трафик.

В прошлом пункте мы говорили о том, что нужно знать свою аудиторию, но это только половина. Как только вы это выполнили, вам нужно будет найти эффективные пути нацеливания на них ваших рекламных кампаний.

Теперь, после сказанного, некоторые из этих путей очевидны. Например, запустить кампанию Google AdWords и включить туда целевые ключевые слова, которые будут искать. Нужно начать с таких кампаний нацеливания на подписчиков.

Другой подход к этому - опрос.

Например, вы можете воспользоваться <http://www.surveymonkey.com>, чтобы собрать данные у ваших нынешних подписчиков. Вы можете узнать их возраст, заработок, профессию, и сайты вашей тематики, которые они посещают. Можете спросить у них, как они нашли ваш сайт изначально.

Когда эти данные собраны, можете проанализировать ваши стратегии поиска целевой аудитории. Например, если вы обнаружите, что форум- маркетинг более ценен, вы можете потратить больше времени на постинг и подарки для посетителей форума. Наоборот, если поймете, что AdWords более эффективен, можете поднять ежедневные пределы в ваших кампаниях.

## 50. Сделайте форму opt- in более заметной.

В заключительную очередь сделайте вашу форму более видимой. Пока многие владельцы сайтов скрывают её внизу длинной продающей страницы в самом низу меню, измените ваш подход, чтобы ваши формы были сразу заметны.

Для начинающих - если какие-то из ваших форм находятся ниже середины страницы, то есть не видны, когда загружается сайт, измените их местоположение. И вообще, когда решаете, делать более заметную рекламу или форму opt- in, выбирайте форму. Пусть ваши формы будут заметными и доступными, и в результате, вырастут подписки и ваши продажи.

## Заключение

В этой книге мы прошли по обширному полю различных стратегий, которые вы можете использовать для привлечения большего числа подписчиков. Как бы там ни было, проходя через них, мы заметили, что многие общие темы повторялись. Ваша цель как владельца списка использовать оба момента: основной, и индивидуальные тактики, чтобы увеличить ваш список, удержать подписчиков, которые будут активными и будут хотеть покупать.

Так куда же двигаться сейчас? Начните с того, что поставьте свой список подписчиков в приоритет. В вопросах видимости и заметности - список в приоритет. В усилиях по продвижению – на первом месте снова список, и даже не прямые продажи. И когда дело касается создания качественного, притягивающего контента, список рассылки – опять в приоритете.

Если вы будете хорошо управлять своим списком, следовать всем вышеперечисленным стратегиям, упорно работать, удерживая подписчиков, вы поймете, что иметь список рассылки и рекламировать в нем – прибыльнее любого другого вашего начинания. У вас не только увеличатся шансы продать что-либо каждому данному посетителю вашего сайта, но и возможность продавать одному и тому же посетителю многократно. И со всем этим я оставляю вас, чтобы вы занялись списком рассылки. Применяйте методы в деле, привлекайте подписчиков и начинайте продавать!



Лист-билдинг, блоггинг, запуск инфо-продуктов и другие темы Интернет-Бизнеса — в «Библиотеке Интернет-Бизнесмена»: <http://onlinebizlibrary.ru>  
Перейдите прямо сейчас и получите доступ к свежим знаниям зарубежных практиков Онлайн-Бизнеса!