

Создание и Продвижение коммерческого проекта в русскоязычном сегменте Интернета

Подготовка проекта

- Общая идея
- Анализ спроса и существующих предложений
- Создание информационного наполнения
- Дизайн и верстка сайта
- Подбор и регистрация доменного имени

Публикация ресурса

- Определение наиболее важных поисковых слов и фраз
- Анализ позиции сайта после индексации (доработка акцентов)
- Анализ статистики
- Доработка сайта и добавление новых возможностей
- Прием платежей

Взаимодействие с клиентами. Методы привлечения

- Создание шаблонов
- Создание рекламных текстов для каждого предложения (Sales letters)
- Отзывы покупателей
- Разработка специальных «горячих» предложений, скидок и бонусов
- Стимулирование продаж
- Поддержание связи с клиентами

Рекламная стратегия

- Контекстная реклама на поисковых серверах
- Реклама в почтовых рассылках
- Баннерная реклама
- Форумы
- Создание партнерской программы
- Публикация статей и пресс-релизов

Дополнение

- Эмоциональная окраска и благозвучность текста
- Побуждающие мотивы, вызов эмоций у клиента

Подготовка проекта

Общая идея

Самым важным действием для начала любого дела, конечно же, является планирование. Определите свои возможности или какие услуги вы можете оказывать другим. Обычно, мы не замечаем того, что хорошо умеем делать, хотя из этого вполне можно извлекать прибыль!

Подумайте, чем вы можете заняться? изготовлением предметов, перепродажей товаров, продажей информации или оказанием услуг? Если вы специалист по ремонту видеомagneтофонов - создайте руководство «устранение неисправностей» и продавайте его! Вы даже не можете представить, сколько людей будут готовы заплатить за вашу книгу!

Электронные руководства набирают все большую популярность и вы сможете заработать, если ваша книга будет интересна и востребована. А может у вас есть возможность приобретать товары со скидкой или вы знаете каналы поставки от производителя, или вы просто хотите создать представительство своего магазина в Интернет? Конечно, делая торты и пирожные, открытие сайта в сети может оказаться бесполезным, но если у вас большой город, почему бы не рискнуть?! Определите - возможно ли осуществлять вашу деятельность в Интернет и если ответ положительный - действуйте!

Анализ спроса и существующих предложений

Итак, Вы определились со своей деятельностью, поняли, что ее вполне можно осуществлять в сети и теперь нужно определить спрос и изучить предложения конкурентов.

В этом нет ничего сложного - определите ключевые слова своей деятельности, зайдите на 2-3 самых известных поисковых сервера и наберите эти слова! В результатах вы сразу увидите похожие предложения. Конечно, если вы изобрели уникальную услугу или товар и подходящих предложений не оказалось - это почти фантастика, в основном же, вы получите внушительный список результатов по вашему запросу. Независимо от географии - изучите основные сайты похожих предложений, проанализируйте качество информации, определите уровень услуг и т.д. Если ваша деятельность будет осуществляться только в определенном городе (например доставка пиццы) - ограничьте свой поиск по географии - предложений будет меньше на порядок.

Второй этап - найдите форумы по соответствующей теме. Почитайте высказывания или предложения других пользователей. Посетите сервера почтовых рассылок и поищите подходящие рассылки. Если вы нашли подобные рассылки - обязательно подпишитесь и вы будете в курсе новостей и предложений. К тому вы сможете обнаружить конкурентов, т.к. многие компании и частные предприниматели дают рекламу в рассылках, схожих с типом их деятельности и услуг.

Наиболее известные службы почтовых рассылок: www.maillist.ru | subscribe.ru

Создание информационного наполнения

Итак, первый этап пройден, надеемся, вы определились с видом своей деятельности, изучили рынок и захотели создать свое представительство в сети. Тогда приступим к подготовке информационного наполнения вашего будущего сайта.

Вы уже изучили сайты и форумы по вашей тематике, наверняка нашли много интересных ресурсов и закатали все эти тексты к себе на компьютер. При анализе статистики посещений, я каждый день вижу обращения к счетчику со страниц на жестком диске и даже с дискет. Конечно сохранять тексты полезно для дальнейшего чтения и изучения в офлайне, но крайне НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ использовать чужие материалы на своем сайте без уведомления и указания ссылки на первоисточник.

Опубликовав ворованную информацию на своем сайте, вы мгновенно «убьете» свою репутацию в сети и потеряете клиентов, ведь вполне возможно, что они посещали тот сайт, с которого вы своровали информацию... К тому же авторские материалы являются интеллектуальной собственностью и вы вполне можете создать себе реальные проблемы. Ну не будем о плохом, а продолжим создание Собственного и Уникального материала для наполнения вашего будущего сервера.

Конечно, без изучения страниц конкурентов почти не обойтись (это называется изучением аналогов) и начитавшись текстов, вы вполне сможете создать свое собственное содержание для сайта.

Например, продавая информационные услуги, при заключении договора с поставщиком, вам наверняка предоставят шаблоны рекламных текстов, а при продаже электроники - самое главное характеристики товара, которые можно Легально взять с сайта производителя. Поэтому создание информационного наполнения не такое страшное занятие.

И самое главное - проверяйте свои «шедевры» на наличие ошибок. В любом текстовом редакторе есть функция проверки орфографии. Ничего не может быть хуже, чем ошибка или опечатка на коммерческом сайте. Как вы думаете, захочет ли клиент сделать заказ на сайте, полным ошибок? так что тогда говорить о качестве услуг или товаров этой компании...

Дизайн и верстка сайта

Здесь также хватает своих тонкостей и если у вас нет художественного образования, или просто «вкуса» и вы плохо владеете программированием на языке HTML - тогда вам крайне рекомендуется обратиться к услугам специалиста или дизайн-студии. Ведь вы создаете не домашнюю страничку «о себе», а сайт коммерческого проекта, где ошибки недопустимы.

Не будем углубляться в тонкости графического оформления и программирования - для этого созданы сотни интересных и специализированных книг. Поищите на поисковых серверах сайты по словам «дизайн, оформление, веб дизайн, вебмастерам, юзабилити, html, графика и т.д.»

Ну а если вы все-таки решили создать сайт своими силами, держите в уме несколько рекомендаций из книги [«37 советов для вашего сайта»](#):

• Используйте как можно меньше графики

Чем больше графики, тем дольше грузится страница и вы вполне можете потерять клиента, который не захотел дожидаться окончания загрузки вашего сайта. Ограничьтесь изображением логотипа и иллюстраций вашей продукции. Нет ничего хуже коммерческой страницы с яркой-бесполезной графикой и бестолковыми java скриптами. И самый большой минус - использование бесплатной графики (clipart) и анимированных, неуместных изображений. Так же постарайтесь не использовать

чрезмерно «громоздкие» скрипты и flash ролики. Даже баннеры должны использоваться скупно.

Ваш сайт должен продавать, а не мигать, как новогодняя елка! Пользователю не нужны ваши декоративные картинки и «объемные кнопки со звуковым эффектом нажатия», пользователь пришел на ваш сайт за информацией и ничто не должно отвлекать его внимание!

- **Короткие и содержательные параграфы**

Обычно мы бегло просматриваем большинство страниц. Типичный экран вмещает около 50 строк. Поэтому, предложения должны быть не длиннее 12-15 слов, а параграфы должны состоять из трех-пяти предложений.

- **Указывайте контактную информацию**

Ничто не расстроит ваших клиентов, как невозможность связаться с вами. Обязательно укажите свой email, почтовый адрес, номер факса и телефона (если требуется). Даже можете порекомендовать клиентам наиболее подходящее время для связи с вами по телефону.

- **Создайте страницы пожеланий и часто задаваемых вопросов (FAQ)**

Это наиболее удачный способ отслеживать интересы ваших посетителей. Предлагайте подписаться на вашу рассылку, чтобы посетители были в курсе новых поступлений или обновлений. Обеспечьте доступ к архиву электронного журнала или рассылки. Тот факт, что вы не проявляете интереса к email адресу посетителя является главным грехом сетевого маркетинга. Если вы этого не сделали, посетитель может никогда к вам не вернуться.

Подбор и регистрация доменного имени

Здесь все легко: Определите ключевые слова своей деятельности. Еще лучше, когда они присутствуют в названии фирмы. Выбрав наиболее точные и весомые слова - придумайте название домена, например - www.pizza-man.com или www.amazing-cookies.com. Желательно составить несколько вариаций.

Примечание: Соблюдайте права на торговые марки. Использование названия чужой торговой марки в своем домене может принести вам проблемы. И еще один важный совет - не используйте для своего коммерческого проекта бесплатные домены - это выглядит смешно и непрезентабельно. Неужели вам жалко 10 уе в год за домен в зоне .com ?!

Итак, вы придумали классное название своего домена и осталось завершить два шага. Проверьте домен на доступность, так как наиболее привлекательные и короткие имена уже давно заняты. Если это произошло - используйте другой вариант имени. Найдя свободное имя - регистрируйте!

Теперь осталось подобрать качественный хостинг. Сейчас имеются сотни компаний, предоставляющих хостинг. Просто наберите запрос «хостинг» или «hosting» и выберите наиболее подходящее предложение. Главное - компания должна предоставлять такие сервисы как cgi-bin, php и ssi. Остальные сервисы зависят от рода вашей деятельности и думаю, вы лучше определите сами, что вам нужно :)

Публикация ресурса

Вы создали интересный контент, спроектировали удобный сайт, получили хорошее доменное и нашли супернадёжную компанию хостинга за 1 доллар в месяц :), но никто не узнает о вашей странице до тех пор, пока вы не зарегистрируете ее в поисковых системах и она не будет видна в результатах поиска.

Определение наиболее важных поисковых слов и фраз

Перед регистрацией в поисковиках необходимо определить наиболее важные слова и фразы относящиеся к вашей деятельности. Так называемое семантическое ядро сайта.

Например, - занимаясь книгами, ключевые слова и сочетания должны включать в себя слово «книги». Если у вас специализированные книги по истории - делайте акцент на фразы «исторические книги» и «книги по истории». Если вы предоставляете услуги в каком-то определенном городе, укажите это в заголовке сайта, например «Доставка пиццы по Москве».

Статистику по словам и фразам предоставляют почти все поисковые системы:

- На Яндексе имеется сервис Яндекс.Директ (**direct.yandex.ru**).
- На Апорте, сервис «Бегун» (**begun.ru**).
- Рамблер выводит синонимы слова внизу страницы результатов поиска

Чем точнее вы подберете слова, тем больше людей найдут и посетят вашу страницу, поэтому очень серьезно относитесь к определению ключевых слов.

ВАЖНОЕ ПРИМЕЧАНИЕ: не занимайтесь «поисковым спамом» и подобными хитростями - насыщая свою страницу всевозможными популярными словами и синонимами. Это легко обнаруживается поисковыми роботами и вместо «результатов в первой десятке» вашу страницу удалят из базы вообще!

Так же можете зарегистрировать ваш сайт в каталогах, таких как Mail.ru, List.ru и т.д. Для получения подробного списка, просто зайдите на любой поисковик и наберите «каталоги».

Анализ позиции сайта после индексации (доработка акцентов)

Прошло некоторое время и вы обнаружили свой сайт в результатах поиска. Но радости это не вызвало, т.к. ваш сайт появился, например под 76 номером... Вот теперь самое время определить недоработки и исправить ситуацию, т.к. позиции в первой десятке после первичной публикации сайта мало кто добивается.

Посмотрев «свежим взглядом» на свои страницы, вы наверняка увидите недочеты или у вас появятся новые идеи по изменению и улучшению информационного наполнения. Например - уберите «пустые» фразы, не несущие никакой информации, а только увеличивающие объем текста. Попробуйте разбить одну большую страницу на несколько маленьких. Постарайтесь убрать лишние предлоги и прилагательные. Вы удивитесь, сколько недочетов вы обнаружите при повторном чтении и анализе страниц своего сайта.

Закачайте новые страницы на сервер и дождитесь очередной переиндексации, если вы сделали все правильно, позиция должна улучшиться.

Анализ статистики

Сейчас, когда ваш сайт зарегистрирован и к вам заходят посетители, необходимо проанализировать статистику посещений. Существует множество скриптов учета статистики и бесплатных сторонних сервисов (таких как **hotlog.ru** и **spylog.ru**), к тому же, почти все хостинг-компании предоставляют программу статистики своим клиентам «по умолчанию».

Определите среднее количество посетителей, с каких городов больше всего, в какие дни и часы наблюдается большая посещаемость. Обратите **особое** внимание на referer строку, чтобы понять, с какого ресурса к вам заходят. Анализируя рефстроку вы узнаете, какие поисковые машины дают больше всего посетителей. Изучив положение страницы на определенном поисковике вы сможете доработать ее содержание для лучшего ранжирования именно на этом сервере. К тому же сервисы статистики предоставляют возможность узнать ключевые слова, по которым посетители пришли на ваш сайт. Изучив наиболее популярные запросы - сделайте на них акцент в содержании своего сайта.

Так же определите точки входа и пути посетителя по сайту, для определения наиболее посещаемых страниц и дальнейшего их улучшения.

Доработка сайта и добавление новых возможностей

Заранее предусмотрите в структуре сайта возможность расширения разделов и продумайте использование cgi скриптов (например форма подписки\отписки на рассылку, автоматизация платежей, рассылка уведомлений, возможность использования email автоответчиков и т.д.). Обязательно используйте возможности SSI.

Прием платежей

Если ваш сайт имеет коммерческую направленность и вы продаете разнообразные товары или оказываете услуги, без систем приема платежей вам не обойтись. В надежде на то, что вы уже знакомы с этими системами, мы не будем подробно рассматривать каждую систему и описывать что это такое, а просто приведем ссылки на самые распространенные сервисы:

Российские: www.webmoney.ru | yandex.money.ru | www.eport.ru | www.assist.ru | www.cyberplat.ru | www.rupay.com

Зарубежные: www.e-gold.com | www.2checkout.com | www.ibill.com | clickbank.com

PS - При оплате через банк, обеспечьте возможность автоматического формирования квитанции. Никто не любит заполнять банковские квитанции "руками".

Взаимодействие с клиентами. Методы привлечения

Каким бы красивым не был ваш сайт, вы не получите много продаж, если не продумаете стратегию маркетинга и взаимодействия с клиентами. Бывали случаи, что сайт с превосходным дизайном за несколько тысяч долларов не продавал ничего, а одна страница с хорошо написанным рекламным текстом и продуманной рекламной кампанией производила десятки продаж каждый день.

«Навороченный» дизайн не будет способствовать продажам, этот миф распространяется только полусамопальными дизайн-студиями, которые мнят себя спецами на все руки, в том числе и экспертами в рекламе/маркетинге, а на деле полные дилетанты, которые хотят получить с клиента больше денег. «Мы сделаем вам супер Flash ролик за 700 долларов и любой человек захочет купить ваш продукт...»

PS на форуме virturoff.com/forum почитайте топик о препарировании рекламы – «**как не надо писать рекламу**».

Навороченная анимация должна использоваться только если она ИЛЛЮСТРИРУЕТ товар, например, flash-ролик показывает внутреннее устройство в движении – как крутятся шестеренки итп. Ламеров и “креатинов” посылаем к отцу Нильсену :)

Посмотрите на зарубежные сайты - почти все они спроектированы в виде таблиц, используют не больше двух гарнитур (шрифт) и имеют только изображения логотипа компании, подписи директора и фотографии товара. ***В бизнесе нужна качественная и интересная информация, а не красивое оформление.***

Создание шаблонов

Работа над Интернет проектом требует столько же времени, сколько и реальный бизнес, поэтому автоматизация действий является главной задачей успешного ведения электронного бизнеса. Вы каждый день получаете и отвечаете на письма клиентов, ведете базу покупателей и т.д. Не организовав свою работу и не поставив возможные действия на «автопилот» вы будете вынуждены ежедневно тратить на несколько часов больше времени, не лучше использовать это время для отдыха или занятий любимым делом?

- Получая повторяющиеся вопросы - создайте специальную страницу «Вопросы и Ответы»
- Подготовьте текстовые шаблоны для переписки. Например - инструкции оплаты или благодарность за покупку.
- Используйте email автоответчики. Например когда пользователь захочет узнать о вашей услуге или товаре подробно, - он введет свой email и получит подробный текст. Самое главное - не создавайте «бездушных» текстов. Обязательно персонализируйте письма. Получатель должен почувствовать, что это письмо адресуется лично ему, а не соседу с улицы. Не забывайте поблагодарить за покупку. Ведь самое главное для вас и вашего бизнеса это ваши клиенты - цените их.

Создание рекламного текста для ваших предложений

Если вы когда-либо покупали закуску через торговые автоматы, то знаете, что за чувство появляется при покупке через Интернет. Все съедобные продукты находятся за стеклом. Вы видите вкусные конфеты, но не можете ни потрогать, ни понюхать и даже не имеете возможности проверить срок годности, до тех пор, пока вы не купите понравившуюся конфету.

Помните, что дисплеи ваших покупателей имеют тоже свойство, что и торговые автоматы. Основная страница, несколько картинок и описание товара - вот все, что покупатели могут узнать о нужной вещи, только после покупки они смогут потрогать свое приобретение. И пока покупатели решаются вступить в эту азартную игру, полагаясь только на вашу обрывочную информацию о товаре, они не будут тратить

деньги до тех пор, пока вы не обеспечите комфортность и чувство надежности в вашем предложении.

Да, искусство написания рекламных объявлений действительно является искусством, но которое возможно изучить в достаточно короткий срок. В зависимости от типа вашей деятельности, хорошо написанное объявление может упрочить ваш бизнес и увеличить количество продаж.

Приведем несколько советов из книг

«Искусство создания рекламных объявлений»

«Как делать деньги на онлайн аукционах»

• **Слова должны убеждать**

Для начала, лучшим способом написания объявления является безразличие к его объему. Просто пишите все, что может привлечь внимание читателя. Покажите читателю выгоду от покупки, дайте возможность представить - какую пользу принесет ваш товар, что можно ожидать от использования вашего товара, как с его помощью жизнь станет комфортнее и т.д.

Вероятно, к концу написания, ваше объявление будет занимать несколько страниц. Теперь пришло время определить объем. Что выделяется? Что самое лучшее в вашем товаре? Чем он может служить читателю, который потратит свое время на запрос большей информации? Чем может помочь ваш товар? Научит ли он, как заработать деньги, обеспечит ли он какие-либо удобства, может ли помочь достичь чего-нибудь значительного?

Выбирайте заголовок, указывающий на самые значительные аспекты или черты вашего товара. Продолжите несколькими словами или подробностями, а заканчивайте фразой «пришлите запрос для получения дальнейшей информации». Самое желанное слово - «БЕСПЛАТНО», но вы должны соблюдать свои обещания при использовании этого слова.

- Пишите информационно-насыщенные заголовки
- Пишите подробные описания
- Прилагайте качественные изображения
- Используйте профессиональный макет страницы (форматирование текста)
- Знайте, когда возможно использование дополнительных элементов - как жирный шрифт и привлекающие внимание изображения

• **Привлекающие внимание заголовки**

Ваши заголовки должны быть интересными, информативными и привлекающими взгляд. Несколько словами вы должны обратиться к покупателю, который уже знает, что ищет и привлечь покупателя, который может не раздумывая купить вещь.

Заглавие должно начинаться названием продаваемой вещи. Не забудьте включить в описание обычное название товара. Оно должно быть очевидным, но многие авторы совершают ошибки замещая серьезные слова пустыми прилагательными в превосходной форме. Например: «Невероятно РЕДКАЯ. С Трудом Найденная Классика Диснея» не является удачным заголовком, если вы пытаетесь продать старенький томик Диснея. Ваше заглавие должно привлечь взгляд и интерес читателей Диснея, но не должно заставлять коллекционеров мультфильмов выискивать определенные фразы.

Расширьте значимость своего заглавия для возможности большего получения ставок от большего числа покупателей.

Заглавие можно выделить подчеркиванием. Пользуйтесь таким описанием как «первое издание», «подписанное», «оригинальное», чтобы дать покупателям ту информацию, которую они желают знать.

• **Будьте изобретательны**

Выбирайте для заглавия интересные слова вместо обычных, но не жертвуйте точностью. Например слово «редкий» обычно используется слишком часто и неправильно. Действительно ли ваш товар редкий? Или он редкий для вас? Используйте «необычный» или «уникальный». Описывая товар как «редкий», если он таковым не является вы можете заставить покупателя два раза подумать, прежде чем купить. И захочет ли он с вами иметь дело в будущем? Доверие покупателя - вещь хрупкая, обращайтесь с ней осторожно. Лучше быть точным на 100%, чем вводить в заблуждение своих покупателей. Выбирайте интересные и точные слова, чтобы привлечь ставки и вызвать доверие.

• **Создание описания товара для привлечения покупателей**

Хорошо составленное описание не только привлекает потенциальных покупателей, но так же может сделать ваш товар индивидуальным и желанным среди остальных. Умно составленный текст в сочетании с драматическими элементами может «поймать на крючок» даже недоверчивого клиента.

• **Легкость прочтения**

Разделяйте текст на блоки. Чрезмерно большие и «плотные» параграфы могут утомить глаза ваших покупателей. Вы же не хотите, чтобы серьезные покупатели пропустили важную информацию из-за слишком плотного форматирования текста.

• **Излагайтесь кратко**

Не пишите больше трех параграфов. Сообщайте максимум информации в минимальном объеме текста. Используйте сравнения с обычными товарами для выявления достоинств вашего товара. Например, опишите ваш суперплоский карманный фонарик как «размером с кредитную карту» или старинную брошь размером «с пятирублевую монету».

• **Показывайте свои знания**

Покупатели полагаются на экспертов - установите мнение, что вы специалист в своей области и покупатели будут приходить к вам снова и снова. Показывайте свою квалификацию, обращая внимание серьезных покупателей на различные детали. Четко понимайте тему разговора. Если не понимаете, не пытайтесь врать - вы только потеряете клиентов и их доверие.

• **Ограничьтесь в использовании жаргона и сокращений**

Желательно не использовать различные «модные выражения» и аббревиатуры. Не все ваши клиенты это поймут. Пишите описания, понятливые всем посетителям. Определите список всех особенностей вашего товара. **Поставьте себя на место покупателя** и определите, что бы вы хотели узнать о данном товаре.

Отзывы покупателей

Чтобы лучше узнать интересы ваших клиентов - создавайте специальные опросы. Общими вопросами могут быть - возраст, интересы, желаемые цены на ваши товары и

т.д. Введите страницу комментариев и предложений, где посетители смогут высказать свои пожелания, критику, идеи и т.д. Подумайте о создании страницы отзывов где будут публиковаться отзывы ваших клиентов.

Разработка специальных «горячих» предложений и акций

Вы встречали человека, который не любит скидки и подарки? Вы видели недовольного покупателя, который получил бонус или скидку? Наверное нет... Поэтому одним из лучших способов привлечения клиентов являются предложения скидок и подарков. Здесь все зависит от вашей фантазии и типов ваших товаров. Приведем некоторые примеры:

- Первым 50 покупателям дополнительный бесплатный подарок
- Купите две и получите третью бесплатно
- Два по цене одного
- Только на этой неделе скидка 20%
- При сумме заказа свыше 50 уе доставка бесплатно
- Только в феврале скидка 10%
- Купите кофеварку и получите набор чашек в подарок
- При покупке свыше 100 уе скидка 10% на ВСЕ последующие покупки
- Укажите специальный промо код и получите подарок
- ...

Так же подумайте о создании дополнительных скидок и поощрений постоянным покупателям. Нет ничего лучше постоянного клиента, который вам доверяет!

Используйте особые предложения в канун праздника. При приближении праздника придумайте маленькие сюрпризы для привлечения внимания покупателей. Если близко Рождество, положите в посылку какую-нибудь маленькую вещицу, напоминающую о нем. Если вы продаете кухонную посуду, приложите интересный рецепт приготовления блюд и дайте понять, что вы цените их участие в вашем бизнесе. Займитесь таким творчеством и это вернет вам ваши усилия сторицей.

Эти маленькие знаки внимания не составляют большой материальной ценности, но устанавливают дружеские отношения с покупателями. Персональные отношения - единственное, что отсутствует в онлайн продажах. Чем больше вы сделаете, чтобы напомнить о себе покупателю, тем больше они вознаградят вас в вашем непрерывном бизнесе. Относитесь к своим покупателям как к желанным гостям и они будут чувствовать себя как дома на странице вашего сайта. Ваш доход будет возрастать - и вдобавок, вы найдете много друзей.

Придумывая необычные вещи, вы доставите радость своим покупателям и превратите их в своих постоянных клиентов.

Стимулирование продаж

Вы наверняка столкнетесь с так называемыми «пустыми» заказами - когда клиент оформил заявку, но не оплатил. Здесь работают много факторов, например - может просто передумал, нашел дешевле или случились непредвиденные обстоятельства в семье, а может ваша информация не вызывает доверия? Но не будем о плохом, надеюсь у вас все отлично и давайте подумаем, как же заставить посетителя произвести оплату как можно быстрее? Все также зависит от вашей фантазии, но вот некоторые идеи:

- Предложение ограничено! Осталось только XXX копий. Торопитесь!

- Цена действительна до 20 марта
- Оплатите сегодня и получите подарок
- Оплатившим заказ в течении X дней - дополнительный подарок
- При сумме заказа больше XX уе - скидка 10% (или подарок)

...

PS - нет ничего лучшего, чем ограничение во времени, в количестве и призыва к немедленному действию.

Поддержание связи с клиентами

Одним из важных моментов является поддержание контакта с вашими покупателями. Оплата и отправка товара совершенно не означает завершение вашего сотрудничества. Спрашивайте у покупателей отзывы о ваших товарах, интересуйтесь их увлечениями, узнавайте комментарии и пожелания о вашем сайте и сервисе.

Зная интересы своих клиентов вы сможете разослать уведомления о поступлении новых, подходящих для них товаров или о появлении новых услуг.

Рекламная стратегия

Почти любая коммерческая организация и частные предприниматели тратят определенную сумму от прибыли на рекламу. Есть компании, отдающие более 60% своей прибыли на рекламу. Конечно, занимаясь исключительно электронной коммерцией вам не потребуется давать рекламу на ТВ и размещать рекламные щиты по городу, но даже виртуальное пространство Интернета требует реальных затрат. И не малых...

Контекстная реклама на поисковых серверах

Самый современный и интересный вид рекламы, при умелой «настройке» и применении может принести значительную прибыль. Это реклама на поисковых серверах, прямо в результатах поиска! Здесь вам совершенно не потребуется переживать о «реальном» положении своей страницы в поисковых результатах, т.к. пользователь всегда будет видеть вашу страницу в самом верху страницы.

Принцип действия: Вы указываете поисковые слова или словосочетания. Когда кто-либо введет одно из указанных слов, в результатах поиска, на самом верху будет ваша страница. При умелом подборе слов вы можете добиться успешных результатов. Узнать подробности и цены вы можете здесь:

- Yandex.ru: **direct.yandex.ru** - оплата за показы, минимальный контракт - 10 уе.
- Aport.ru: **begun.ru** - оплата за клики, минимальный контракт - 5 уе, стоимость клика от 0.05 уе
- **Google.ru**

Реклама в почтовых рассылках и электронных журналах

Интернет является самым большим рынком в человеческой истории. Как суметь достучаться до всех этих миллионов людей и ваших потенциальных покупателей?

Ответ можно найти в электронных журналах - E-zines. Их иногда называют «opt-in» страницами, потому что все, кто их получает, делает этот выбор осознанно и по своему желанию. И вот именно поэтому объявления в электронных журналах приносят

результат. Люди читают журнал и заодно видят ваше объявление. Если ваша реклама соответствует направленности журнала и интересам аудитории - успех обеспечен. Что бы вы ни продавали, реклама в е-журналах и рассылках наиболее вероятнее донесет ваше объявление до аудитории. Такие объявления не только эффективны, но и дешевы.

Ваше сообщение в пять строк увидят от 3000 читателей, при стоимости от \$3 до \$15 за публикацию. Как правило, вы всегда, по крайней мере, окупите затраты на рекламу и даже больше.

Но есть несколько полезных советов для успешной рекламы в электронных журналах (советы взяты из книги [«37 советов для вашего сайта»](#)).

Первое и самое важное правило: **Отслеживайте свои объявления!**

Скажем, вы разместили свою рекламу в пяти различных электронных журналах и получили сотню откликов. Если вы не отслеживаете свое объявление, то не узнаете какие журналы притягивают читателей, какие нет.

Но как отследить свои объявления?

Самый простейший метод - поместить код в теме электронного адреса:
yourname@yourdomain.com?subject=ezoneA

При получении запроса с ezoneA в тематическом поле вы сразу определите из какого электронного журнала пришел ответ.

Этот же принцип подходит и для URL:
<http://www.yourdomain.com?ezoneA>

Однако, если вы намерены кодировать свой URL, вам необходимо иметь хороший CGI скрипт статистики для отслеживания закодированных URL.

- **Работайте с целенаправленной аудиторией**

Это кажется очевидным, но многие рекламодатели упускают данный пункт. Если вы продаете курс по сетевому маркетингу, не помещайте такую рекламу в е-журнале, имеющим дело с оптовыми продажами: вашим объявлением там не заинтересуются. Используйте тот журнал, который соответствует продаваемому вами товару.

- **Как только вы выбрали подходящий журнал с целевой аудиторией, подписывайтесь на него и тщательно изучите**

Если вы видите объявление, которое постоянно печатается в каждом выпуске, вы можете быть уверены, что это дает свой результат. Вы нашли хороший журнал для своей рекламы!

- **Небольшие журналы против Больших**

Больше - не всегда лучше. Большой e-zine с тысячами подписчиков имеет больше рекламных объявлений, чем маленький журнал. С другой стороны, маленький журнал, имеющий несколько сотен подписчиков, зачастую имеет более целевую аудиторию, чем большой.

• Создавайте короткие и насыщенные объявления

Даже если у вас еще осталось несколько десятков слов в лимите. Короткие объявления читаются с большим желанием. Предложения старайтесь делать также короткими: они должны содержать больше энергии. Используйте слово «Вы». Не описывайте свой товар, но сообщите читателю, что товар может сделать для него.

Баннерная реклама

Кто-то говорит, что баннерная реклама «отжила свое», другие говорят, что при умелом использовании и качественном баннере вы получите результаты. Поэтому, никого не слушайте, а убедитесь в правильности какого-либо высказывания на своем опыте. Все таки баннерные показы не так дороги и за 10-20 уе вы вполне сможете приобрести несколько тысяч показов в определенной сети. Так как мы делаем коммерческий ресурс, то и баннерные сети нужно использовать соответствующие, ниже даны некоторые из них: wmbn.ru | rusweb.ru | bbn.ru | tbn.ru | rle.ru | ir.ru

На сайте **webrating.ru** вы найдете список всех баннерных сетей Рунета, узнаете специализацию, условия, цены и отзывы.

PS - В пособии «[37 советов для вашего сайта](#)» вы узнаете отличные советы по созданию баннеров

Форумы

не только место для повседневного и бесполезного общения. Качественные и специализированные форумы со знающей и серьезной аудиторией помогут вам установить деловые контакты и получить клиентов. К тому же, вы обязательно узнаете что-то новое и полезное. Создайте свою электронную подпись с описанием ваших услуг или деятельности, укажите адрес сайта и Email. Только соблюдайте правила сетевого этикета - не «забывайте» каждую тему форума своим рекламным сообщением, от этого вам будет только хуже.

Создание партнерской программы

Хороший способ увеличить продажи и посещаемость своего сайта - создание партнерской программы. Ваши партнеры будут бесплатно рекламировать ваш товар на своих сайтах! Вдобавок, у вас будет **большой Индекс Цитирования**, необходимый для более высокого позиционирования вашего сайта в результатах поиска.

Все, что от вас требуется - выплачивать проценты за каждую продажу, осуществленную через партнерскую ссылку. Чем больше процент, тем охотнее и лучше будут работать партнеры. Бывают случаи, когда комиссионные доходят до 60% !

Тип партнерской программы зависит от рода ваших услуг или товаров. Например, вы можете платить за визиты на ваш сайт, за новых подписчиков или выплачивать проценты за осуществленную продажу (чаще всего).

Публикация статей и пресс-релизов

Какова самая мощная техника маркетинга на Web?

Позиция поискового сервера? Возможно.

Но знаете ли вы, что самые удачливые специалисты по маркетингу на Web даже и не беспокоятся по поводу своих позиций на Поисковом Сервере! Большую часть своих

усилий они вкладывают в другую технику, которая также мощна и более находится под их контролем... Они пишут статьи для электронных журналов.

Ежемесячно публикуются десятки тысяч электронных журналов с миллионной аудиторией. И издатели большинства этих журналов ищут качественное содержание для своих выпусков. И, если вы овладели этой техникой, то вполне можете предложить свой URL на странице публикации тысячам и даже миллионам читателей. Даже сейчас электронным журналам не хватает материала. Вот поэтому вы постоянно видите одни и те же статьи, опубликованные в различных сетевых изданиях.

Так что, если вы хорошо пишете и знаете, как сделать изыскания в Интернет, вас ждет огромный рынок

PS - В книге «[37 советов для вашего сайта](#)» вы узнаете отличные советы по созданию статей для электронных журналов

Дополнение

Текст взят из книги «[Искусство создания рекламных объявлений](#)»

Эмоциональная окраска и благозвучность текста

Научитесь создавать свои рекламные тексты с восторгом и воодушевлением, чтобы они оказывали действие в течение первых двух минут, но не создавайте ощущения давления. Предоставляйте материал в восторженном, реалистичном тоне. Ваша цель привести читателя в состояние «возбуждения», чтобы он был готов отдать свои деньги с радостью. Не вводите читателя в состояние заблуждения, создайте ощущение доверия. Это работает!

Пишите текст в манере, как если бы вы писали письмо другу, - обращайтесь непосредственно к покупателю и в дружеской манере. Представляйте свой товар как нужный, желанный и честный.

В начале рекламного текста напишите функциональный и информационный заголовок. Эффективный заголовок усиливает и подчеркивает преимущества товара и указывает на привлекательные стороны. Не используйте два или три обращения в одной строке. Выберите самое удачное и приберегите остальные для других параграфов.

В описании важно подчеркнуть - ПОЧЕМУ товар необходим. Акцентируйте его ценность для читателя. Создайте атмосферу доверия. Сделает ли товар меня лучше, богаче или даст мне чувство защищенности? Можно ли с его помощью избавиться от беспокойства, болезни? Почему кто-то хочет его приобрести? Вы должны признать и то, чего ваш товар не обеспечит, затем описать положительные аспекты. В последующем разделе текста следует упомянуть стоимость и сообщить о возможной гарантии возврата денег.

И наконец, вновь сформулируйте важные преимущества или выгоду от приобретения товара. Если вы предлагаете специальный приз за немедленный заказ, напишите об этом. Найдите убедительную причину, почему нельзя откладывать покупку вашего товара, а нужно ЗАКАЗАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС.

Побуждающие мотивы, вызов эмоций у клиента

Затрагивайте чувства

Помните, что громадной помехой при покупке является невозможность потрогать и реально осмотреть вашу вещь. Попытайтесь компенсировать данную проблему, добавляя в описание ваши собственные ощущения от контакта с товаром. Тяжелый, легкий, мягкий, душистый... Варьируется ли цвет при рассматривании с разных сторон?

- Как выглядит вещь?
- Сколько весит?
- Чем пахнет?
- Как ощущается?
- Большая или нет?

Затрагивайте воображение

Основные факты наиболее важны - в конечном счете полагаясь на них, покупатель решает купить вашу вещь. Но возможная фантазия может помочь достигнуть более высоких результатов продаж. Опытные продавцы знают, что нужно обратить внимание покупателя на его счастливые воспоминания, задуманные желания, или на мечту, которую можно осуществить.

- Напоминает ли она о каком либо месте и времени?
- Затрагивает ли эмоции?
- Вы приобрели эту вещь при необычных или таинственных обстоятельствах?
- Вы когда-либо видели что-то подобное?

Старайтесь профессионально излагать вашу речь и держать интонацию. Ваш «голос» должен быть дружелюбным (но не слишком болтливым), обаятельным, но в то же время чрезвычайно знающим свое дело. Избегайте чрезмерной легкомысленности, бесцеремонности или фамильярности. Перед отправкой, обязательно проверяйте ваши письма на возможное наличие ошибок. Завершайте письмо фразой - «Спасибо за внимание» или «не стесняйтесь мне писать по возможным вопросам». Дайте понять покупателям, что вы их цените, и старайтесь делать все возможное для проведения удачной сделки.

Что предпринимают другие торговцы? Какие стимулы они используют? Отслеживайте своих конкурентов. Возможно то, что принесло успех им, принесет и вам. Какое «специальное» предложение вы можете выдвинуть, чтобы получить большее количество заказов?

Заголовки типа «Сделайте это и получите то» очень привлекательны, но они больше напоминают названия книг. Кто еще желает то, что обеспечивает ваш товар или услуга - является другим подходом обращения к читателю. Существующий психологический фактор желания принадлежать к какой-нибудь группе, делать и иметь то же самое - дополняет статус мотиваций или создает чувство престижа.

В заголовке и в самом тексте следует чаще использовать слова «вы, вам». В конце концов, в своем объявлении вы обращаетесь к «одному» человеку персонально, и читатель хочет чувствовать, что вы разговариваете именно с ним.

Композиция текста или рамка вокруг также могут привлечь внимание. Или сделайте его таким зрительным, как «омар на блюде с зеленью», или таким необычно простым,

что оно моментально привлечет внимание именно своей простотой. Важно, чтобы вы не слишком увлекались графическими или художественными деталями. Текст должен передавать чувство взволнованности или динамики, но не должен утомлять глаз или нарушать поток предоставляемой вами информации. Любые графические или художественные детали оформления должны соответствовать товару, его пользе и информации о нем. Графика должна помочь создать атмосферу, а не художественное произведение. Любая иллюстрация к товару должна способствовать его продаже и доказывать его характерные особенности.

Как только вы захватили внимание читателя, единственный способ его удержать его - как можно быстрее сообщить о пользе вашего товара.

Даже если вы и привлекли внимание читателя, то должны перечислить все преимущества от покупки вашего товара. По существу, вы снова перечисляете преимущества, удобства и удовлетворение от покупки.

Мысленно нарисуйте портрет своего клиента, определите его желания и что его волнует, поставьте себя на его место, спросите себя, «захочу ли я прочесть объявление?» и что меня в нем привлекает. Сделайте набросок текста в виде обращения к желаниям и эмоциям читателя, к устремлениям его «эго».

Создание хороших рекламных объявлений - не что иное, как знание того «кто» ваш покупатель; признание того, что он желает; и сообщение ему того, что ваш товар выполнит его желания. Помните об этом, потому что эти рекомендации являются «жизненно важными» ключами к созданию текста рекламного объявления, выполняющего именно ту работу, которая от него требуется.

«Желание» должно быть частью текста, где вы представляете характеристики своего товара, создаете и доказываете уверенность покупателя в необходимости «действия» с его стороны, т.е. в покупке.

Жизненно необходимо предоставить «доказанные факты» достоинств товара, потому что результаты исследований показывают, что по крайней мере 80% людей, читающих объявления - особенно читающих их в первый раз - желают установить достоверность информации.

Таким образом, чем больше фактов вы предоставите, тем больше будет достоверность вашего объявления. Создавая эту часть объявления помните - чем больше представленных фактов о товаре, тем больше возможность продажи. Люди желают знать факты как причину, или/и оправдание покупки товара - убедить себя или других, что они «не попались на удочку» хитрому автору рекламного объявления.

Удачи!

Вы можете свободно распространять этот доклад на своем сайте, использовать в качестве бонуса, передавать знакомым и подписчикам.

Главное условие - соблюдение авторских прав и без изменения информации в файле. Информация защищена законом об «Авторских и смежных правах»

EC-BOOKS.com

Электронные книги о сетевой коммерции и работе на аукционах

Советы и Секреты работы на аукционе eBay. Книги по электронной коммерции и созданию рекламных текстов. Узнайте, как получить Реальный Адрес в США и открыть счет в Американском Банке без посредников!

VIRTUOFF.com

Электронный журнал "Бизнес для Вебмастера"

Бесплатные консультации по е-маркетингу. Секреты работы с зарубежными спонсорами. Форум

OBOROT.ru

Информационно-деловой ресурс, посвященный использованию Интернета в малом бизнесе.

Новости малого бизнеса и электронной торговли, тематический форум, аналитика, статьи, каталог поставщиков онлайн и офлайн услуг, уникальная система заказа услуги