



Автор: Владислав Марьясов

Название: «10 эффективных способов рекламировать свой бизнес в Интернете»

Веб-сайт автора: www.marjasov.ru

Книга # 1

10 эффективных способов рекламировать свой бизнес в Интернете

Если у вас есть бизнес, ему нужна реклама.

Автор: Владислав Марясов

Сайт автора: www.maryasov.ru

Введение

Я думаю, что вы не будете возражать, если я скажу, что с тех пор, как интернет вошел в нашу жизнь, мы стали получать огромное преимущество в сравнении с предшественниками. В поиске и получении информации, в коммуникации с людьми и развитие своего бизнеса.

Я имею в виду, что теперь, чтобы найти ответ на свой вопрос, нам не надо ждать утра, чтобы сбежать в библиотеку, просидеть там пару часов, и возможно найти там ответ на свой вопрос.

Теперь нам не надо писать письма на бумаге, отправлять их через почту, и ждать по несколько недель ответа на свое письмо, в надежде на то, что получатель проверяет свой почтовый ящик.

Теперь развивать и продвигать свой бизнес, или расширять рынок сбыта, стало намного проще. Конечно, если вы владеете всеми необходимыми инструментами интернет-маркетинга.

Теперь, чтобы изучить иностранный язык, подготовить детей к ЕГЭ, или заказать курсовую работу, нам нужен только интернет.

Вы понимаете, что интернет становится заменой всему, что окружало нас раньше. Интернет заменяет бумажные письма, междугородние звонки (делая их бесплатными через Skype), традиционное обучение, продвижение и создание бизнеса, телевидение, радио и т.д.

P.S. С каждым годом количество пользователей интернета в городах миллионниках прибавляется на 7-10%, в то время, как в малых городах до 100.000 человек, на 25-30%.

Резюме автора



Владислав Марьясов - предприниматель, бизнес-консультант, тренер и руководитель консалтинговой компании «FrimeBook».

Автор нескольких книг и статей по маркетингу и рекламе: «Как риелтору за 7 дней удвоить свой доход?», «10-как эффективной рекламы в Интернете».

Автор и ведущий тренингов и семинаров для риелторов и владельцев агентств недвижимости.

Начинал с того, что в 2006 г. открыл свой первый бизнес – торговую точку по продаже пиратских дисков.

В день празднования своего дня рождения (7 июня 2013г.) завел свой

личный блог: www.maryasov.ru, на котором разместил более 300 статей на тему бизнеса, маркетинга и рекламы.

Постоянно занимается саморазвитием. Обучается у великих мастеров маркетинга (Игорь Манн, Вадим Ширяев, Александр Левитас, Джей Абрахам и др.) и инфобизнеса (Андрей Парабеллум, Николай Мрочковский и др.).

Ярый сторонник партизанского маркетинга и технологий внедрения информационного бизнеса в бизнес традиционный.

Активно занимается спортом с 13 лет и имеет 1 юношеский разряд по боксу. Любит командные виды спорта (футбол, баскетбол, волейбол), путешествия и стрельбу из пневматического оружия.

Вот уже более трех лет я занимаюсь **интернет-маркетингом**. Запускал и продолжаю запускать различные бизнес-проекты. Изучаю технологии и принципы создания и продвижения бизнеса в сети Интернет.

Но до этого, я долгое время занимался традиционно рекламой. Печатал баннера, буклеты. Делал штендеры и монтировал вывески. Со временем я понял, что такая реклама работает тогда, когда ее очень много. И при этом, нет возможности оценить ее эффективность (конверсию). Поэтому я начал изучать технологии и инструменты интернет-маркетинга и рекламы, которые предлагает нам всемирная паутина.

Инструментов интернет-маркетинга намного больше, чем я мог себе представить. И самое главное, **они показали мне эффективность** от их использования, а так же экономичность и **возможность измерить каждый показатель в денежном выражении**. Именно поэтому, я особое внимание уделяю изучению и развитию своих навыков в интернет-маркетинге, чем собственно и собираюсь поделиться на страницах этой книги.

Я уверен, что мои знания, опыт и навыки, будут обязательно полезны вашему бизнесу!

Искренне Ваш, Владислав Марясов.

О книге

В этой книге вы найдете наиболее эффективные способы продвижения, которые не требуют больших вложений. И если правильно ими пользоваться, они приносят хорошую отдачу.

Все способы, что вы найдете здесь, еще не гарантируют успех от их использования. Важно не что вы будете использовать, а как вы это будете делать.

Каждый способ продвижения заслуживает целую книгу, или даже серию книг. Хотите знать о том, как эффективно использовать каждый способ продвижения? Запаситесь терпением, чтобы изучить их или пригласите эксперта.

Важное замечание по данной теме! Не верьте всему, что пишут в интернете и в книгах. Обязательно проверяйте на себе и своем бизнесе. Не тратьте очень много времени и денег на то, что возможно не работает.

Если способ не работает, просто измените подход, дизайн или концепцию, и тогда вы будете поражены, как неожиданно измениться эффективность любого из представленных здесь способа продвижения.

О маркетинге

Прежде чем планировать рекламную кампанию, необходимо ответить на ряд вопросов, которые помогут правильно составить план и стратегию продвижения своего бизнеса в сети Интернет.

Подумайте, и ответьте себе на вопрос:

- Кто ваша целевая аудитория?
- Где он проживает?
- Сколько ему лет?
- Чем он увлекается?
- Где учится или работает?
- Где и как проводит свободное время?
- Сколько зарабатывает?

На основании ответов на эти вопросы, вы **нарисуете картину своего будущего или настоящего клиента**. И возможно, таких картин у вас будет несколько. Возможно, вы их поделите по половому признаку, возможно по социальному статусу. А может по тем местам, где они проживают или проводят свое свободное время.

Для примера, я составляю портрет одного клиента (покупателя) для интернет-магазина спортивного питания, который продает свою продукцию на территории одного города с численностью 70 000 человек.

Портрет клиента: *Мужчина от 18 до 35 лет. Занимается спортом. Чаще всего тяжелой атлетикой. Посещает спортивные залы. Следит за своим физическим состоянием. И стремится нравиться противоположному полу. Уровень заработка от 15 000 и выше. Место проживания – город «Л» + близлежащие города и деревни. Активно пользуется интернетом. Имеет среднее и выше среднего образование.*

Вы прочитали краткое описание портрета потенциального клиента для интернет-магазина спортивного питания. Другой портрет может быть женского пола.

После составления портрета клиентов, по-хорошему, было бы лучше провести исследование, на предмет того, когда и при каких обстоятельствах возникает потребность в использовании продуктов спортивного питания.

Затем рассмотреть те характеристики, по которым данная целевая аудитория ищет и принимает решение о покупке данного товара.

Если на рынке есть конкурент, то **необходимо провести анализ конкурента**. Выяснить цены. Узнать о том, какие проводятся акции. Где и как продается товар. Продается ли он через магазины – партнеры. Оказывается ли качественная консультация. Сроки и сумма доставки.

Ассортимент и наличие на складе. Способы продвижения. Частота рекламных сообщений. Инструменты и каналы коммуникации.

Ответы на эти вопросы не только помогут в планировании рекламного бюджета, но и в выборе стратегии маркетинга.

Если вы разобрались в каждом вопросе. Оценили объем рынка. Узнали все, что можно было узнать о конкурентах. Вам необходимо УТП. Что такое УТП?

УТП - уникальное торговое предложение. То предложение, которое вы и будите рекламировать в своих рекламных материалах. УТП – это то отличие вашего продукта или сервиса, которого нет у вашего конкурента и которое очень ценно для вашего клиента.

Если у вас нет УТП, вам не стоит запускать рекламную компанию. Она просто будет мало эффективна. Вы получите клиентов! И даже будет совершать продажи. Но если у вас есть УТП, эффективность вашей рекламы будет в 2, а может даже в 3 раза выше.

УТП – это то, что вас отличает от конкурента до тех пор, пока он не начал использовать его. Хорошее УТП всегда копируют. Поэтому, не стоит полагать, что вы сможете постоянно держать акцент на своей компании за счет одного УТП.

Будьте Гагарином в своей рекламной компании! Будьте первым в своем УТП. Клиенты это запомнят и будут помнить еще долгое время.

Важно! Вашим уникальным торговым предложением, не может быть низкая цена, если только это цена не для «товара локомотива».

Способы рекламирования своего бизнеса в сети Интернет

Способ № 1 – Сайт для Бизнеса

Сайт для Бизнеса, это первое, что необходимо бизнесу, который нацелен на привлечение клиентов через интернет. Веб-сайт для бизнеса, это не обязательно БОЛЬШОЙ И ДОРОГОЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН.

Даже если вы работаете в рознице и хотите продвигать свой бизнес в интернете. На первых порах, **вам не нужен интернет-магазин**. Достаточно просто иметь корпоративный сайт с 10-15 страницами.

Сделайте сайт с самыми необходимыми страницами: *О компании; Услуги; Новости; Контакты; Акции; Видео; Фотогалерея; Отзывы.* И этого будет достаточно, чтобы привлечь клиентов из своего города. **И помните!** Ни какого копипаста! Не копируйте тексты с других сайтов. Пишите свой, уникальный текст.

Делайте акции и конкурсы каждую неделю и рассказывайте об этом своим клиентам (настоящим и потенциальным). Пусть они заходят и проверяют ваши обновления. Пишите интересные статьи о своем товаре или услуге. **Снимайте видео обзоры и интервью с клиентами.** Покажите на сайте фото сотрудников вашей компании (магазина, офиса). Сделайте так, чтобы ваш сайт не стал бездушной страницей на просторах всемирной паутины. **Сделайте его живым.** И пусть каждый сотрудник внесет свою лепту в его развитие.

Как сделать сайт за один день, написано множество статей и постов. Я лишь предлагаю вам взглянуть на те сервисы, которые предлагают сделать сайт в течение 1 дня совершенно бесплатно.

Сервисы на которых вы сможете сделать свой сайт за один день:

1. <http://tiu.ru>
2. <http://umi.ru>
3. <http://ru.wix.com>
4. <http://www.ucoz.ru>

Минусы данных сервисов:

1. Сторонняя реклама
2. Выплывающие баннера
3. Шаблонность
4. Отсутствие технической поддержки

Способ № 2 - Контекстная реклама

В дополнение к созданному веб-сайту - контекстная реклама, одна из самых эффективных форм рекламы в Интернете. Она позволяет моментально получить результат от ее использования.

Если вы еще не знаете, что такое контекстная реклама, **вы упускаете массу возможностей** заявить о своем бизнесе и продвигать его в сети Интернет даже тогда, когда у ваших конкурентов есть свой собственный веб-сайт и по высокочастотным запросам он находится в первой десятке поисковой выдачи.

Самые популярные поисковые системы в России – **Яндекс и Google**. Зная это, вам жизненно необходимо запустить контекстную рекламу, чтобы почувствовать ее эффективность. И самый главный плюс этой рекламы в том, что вы платите только за переход (клик) по вашей рекламе. Не за показы, а за переход и клик по вашему объявлению. И если настроить грамотную контекстную рекламу и подключить ретаргетинг, **первые клиенты не заставят себя долго ждать**.

- Хотите составить хороший рекламный текст для контекстной рекламы? Думайте как ваш клиент!
- Хотите, чтобы ваше объявление было на первом месте? Сужайте регион показа или поднимайте цену за клик!
- Хотите, чтобы к вам приходили только потенциальные клиенты с деньгами? Убирайте слово «бесплатно» и пишите «заказать», «цена», «купить»!
- Составили рекламное объявление, но оно не принесло вам клиентов? Измените содержание и запустите снова!

Самый простой и понятный сервис для запуска контекстной рекламы – **Яндекс Директ**. Переходите по этой ссылке <https://direct.yandex.ru/>, создавайте свой профиль и настраивайте свою рекламную компанию.

Способ № 3 – Реклама в чужой рассылке

Есть множество сайтов, на которых люди регистрируются, оставляя свои контактные данные. Эти сайты, время от времени делают рассылку по своей базе подписчиков. Кроме подобных сайтов, есть предприниматели или компании, которые делают тоже самое, только в коммерческих целях.

Вам жизненно необходимо подключиться в их рассылку. **И сделать это просто!** Найдите на этих сайтах разработчиков и напишите им письмо с предложением разместить свою рекламу в их рассылке. Большая часть таких людей (веб-дизайнеров, разработчиков, владельцев сайтов) согласятся оказать вам подобную услугу за определенное вознаграждение.

Для этого метода привлечения клиентов, вам **не нужно покупать чужие базы**, изучать сервисы рассылок. Вы просто вставляете рекламный текст своего объявления в чужую рассылку и дело в шляпе. Не забывайте только использовать ссылку на ваш сайт. Иначе такая рассылка не принесет вам желаемый результат. А после рассылки **просите показать статистику переходов и кликов по вашим ссылкам.**

Способ № 4 – Своя e-mail рассылка

Этот способ немного посложнее предыдущего. Но, по сравнению с рекламой в чужой рассылке, **он более эффективнее.**

Чтобы использовать этот метод привлечения и удержания клиента, необходимо получить от него контактные данные и согласие на рассылку. Иначе это будет выглядеть спамом. А кто любит спам? Думаю, что ни кто!

Именно поэтому, всеми мыслимыми и не мыслимыми способами, вам необходимо собрать контактные данные своего клиента (постоянного или потенциального) и периодически присылать ему письма делового, рекламного, познавательного и новостного характеров. **И помните!** Не пытайтесь продавать в каждой рассылке!

Чтобы сделать эффективную рассылку, **начните изучать использовать сервисы e-mail рассылки.** К самым популярным можно отнести следующие:

1. <http://www.unisender.com>
2. <http://pechkin-mail.ru>
3. <http://mailchimp.com>
4. <http://smartresponder.ru>

В своей практике я попробовал каждый из них. И выбрал для себя два, которые использую постоянно. Один для сбора контактов: <http://smartresponder.ru>, другой для отправки сообщений: <http://www.unisender.com>.

Способ № 5 – Вебинары

Вебинары – это разновидность веб-конференций, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Во время веб-конференций, каждый из участников находится у своего компьютера, а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника, или через веб-приложение. В последнем случае, чтобы присоединиться к конференции, нужно просто ввести URL (адрес сайта) в окне браузера.

Но как эту технологию применить в бизнесе?

Все очень просто!

К примеру, вы оказываете высокотехнологичные или сложные для понимания услуги, будь то на рынке b2b или b2c, это не важно. И вам очень сложно объяснить все свои выгоды и преимущества в рекламных плакатах и видео-роликах. И вам постоянно приходится тратить свое время, чтобы объяснить то, что вы им предлагаете, и чтобы при этом вам доверяли. А это очень сложно.

Например, **вы специалист по юридическим вопросам**. И вам необходимо как можно больше привлечь клиентов в свою новую компанию. Что можно сделать, чтобы люди вам доверили свои жизни и кошельки? Правильно! Провести открытый вебинар. На котором вы расскажите о своей деятельности, дадите несколько дельных советов по вопросам недвижимости, разводов, усыновлении и т.д.

Главное! Вебинары лучше проводить в будние дни, вечером.

Или еще один пример.

Вы владелец рекламного агентства. И вы планируете внедрить новые технологии в свой бизнес. Или хотите показать людям те методы продвижения, о которых они ранее не знали и не использовали. И вы снова собираете участников на свой вебинар. Делаете красивую презентацию. И показываете потенциальным клиентам все возможности вашей технологии.

И помните, чем дороже продукт или услуга, чем сложнее его применение, тем выгоднее использовать вебинары, как способ коммуникации и предпродажной подготовки.

Способ № 6 – Видео и аудио контент

Совсем недавно я начал использовать этот инструмент привлечения клиентов. И уже в первый месяц я получил увеличение объема продаж на 15%. При этом, я не имею профессиональное оборудование для съемок видеороликов. Я не имею специальных знаний по редактированию видео. Я просто использую свой фотоаппарат с функцией видеосъемки. Снимаю ролик, немного его правлю через программу **Windows Movie Maker** и заливаю на **Youtube**. А затем распространяю его по всем возможным площадкам. На своем сайте, в социальных сетях и т.д.

Можно использовать один и тот же материал для видео-контента и аудио-контента. Достаточно просто этот видеоролик перевести в аудио формат.

Какой видео-контент вы можете использовать в своем бизнесе?

Видео-контент разделяется на несколько категорий или типов контента:

1. Интервью с клиентами и партнерами;
2. Видео подкасты;
3. Обзоры продуктов или услуг;
4. Советы для клиентов;
5. События вашей компании (новости);
6. Рекламные ролики (акции, распродажи);
7. И др.

Чтобы было понятно о чем идет речь, я приведу пример того, как можно использовать видео-контент агентству недвижимости, чтобы привлечь максимальное количество клиентов.

Когда риэлтор готовит объект для продажи, он собирает всю необходимую информацию, которую будет передавать потенциальным клиентам (покупателям недвижимости). Поэтому, не лишним будет сделать маленький видео-обзор этой недвижимости. Показать комнаты, прокомментировать обстановку и техническое состояние жилья. Показать вид из окна. И т.д.

Даже если вы снимаете на свой мобильный телефон (лучше если это фотоаппарат или видеокамера), это все же лучше, чем вообще не снимать.

Затем вы редактируете видеоролик и выкладываете его на Youtube. И все! Ролик залит. Теперь необходимо его распространить. Как, я уже говорил ранее. Этот ролик вы размещаете на своем сайте, в социальной сети, а так же показываете клиентам, когда они приходят к вам в офис.

Если вы продаете технику (цифровую, бытовую или автомобильную), делайте видеообзоры, рассказывая технические характеристики и способы применения данной техники. Ее плюс и минусы.

Создайте в себе привычку снимать каждое событие, которое происходит в вашей компании. Держите под рукой камеру или фотоаппарат. И ваши видеоролики принесут вам новых клиентов.

Совет № 7 – Социальные сети

У каждого из нас есть своя страничка в социальной сети. У нас есть друзья, клиента и партнеры, которые тоже имеют подобную страничку. Поэтому, реклама в социальной сети – это самое простое, что вы можете сделать на ранних стадиях запуска своего бизнеса (если бюджет на рекламу минимален).

Вы можете создать новый профиль и приглашать в друзья вашу целевую аудиторию. Вы можете запустить группу и приглашать туда своих друзей.

Социальные сети – это универсальная площадка, на которой сидят миллионы пользователей ежедневно. Некоторые даже ежеминутно.

Самыми популярными социальными сетями являются:

1. Вконтакте
2. Одноклассники
3. Фейсбук
4. Мой Мир

В этих социальных сетях (в одной или нескольких) вам необходимо иметь свой профиль, или профиль своей компании. И активно заниматься привлечение участников и друзей. Создайте привлекательную аватарку. Наполните профиль фотографиями и интересными постами. И каждый день, хотя бы один раз, выкладывайте один пост в виде картинки, видеоролика, текста, инфографики или опроса. Создайте живой образ вашего бизнеса в глазах ваших потенциальных клиентов.

Чтобы упростить работу в социальной сети, используйте различные сервисы мониторинга.

А для социальной сети вконтакте, я рекомендую использовать программу www.vkbot.ru. Она поможет автоматизировать процесс добавления потенциальных клиентов в друзья и приглашений в группы.

Способ № 8 – Инфопродукт (книга)

Что такое инфопродукт? Это материал в виде книги (бумажной или электронной), которая содержит полезную и важную информацию для ваших клиентов или партнеров.

В данный момент вы читаете мою книгу, которая является моим первым инфопродуктом.

Инфопродукт можно разделить на три части:

1. Платный;
2. Бесплатный;
3. Условно платный.

Платный инфопродукт, это книга, которую вы писали с целью ее публикации через издательство и последующей продажи.

Бесплатный инфопродукт вы распространяете бесплатно, среди своих настоящих и потенциальных клиентов, а так же среди партнеров.

Условно платный – это когда вы создаете инфопродукт, т.е. пишете книгу, но при этом говорите, что эта книга стоит 1000 или 5000 руб. Но, по большому благу, по старой дружбе или в обмен на новый заказ, вы отдаете ее бесплатно.

Основные цели инфопродукта:

1. Создать доверие между вами и потенциальным клиентом;
2. Напомнить о себе старым и потерянным клиентам;
3. Демонстрировать свою компетенцию;
4. Продавать свои услуги;
5. Привлекать новых клиентов;
6. Решать проблемы клиентов;
7. И др.

Чтобы создать инфопродукт, подумайте о том, какие острые проблемы есть у ваших клиентов. Какие вопросы они задают, когда обращаются в вашу компанию. Расскажи о том, как решить их проблему на раз, два, три. И вы получите отличный инструмент привлечения клиентов, который будет работать даже тогда, когда вы им не занимаетесь. Ведь хорошую книгу советуют и передают другим.

Поэтому, самая важная и сложная задача в создании инфопродукта, написать действительно важный и нужный материал, который будет полезен и интересен вашим потенциальным клиентам. А затем раздавайте его бесплатно. Через социальные сети. Через веб-сайт. Через рассылки. И вы получите новых, более умных и платежеспособных клиентов.

Способ № 9 - Бесплатные доски объявлений

Практически в каждом городе есть веб-сайт, который является самой популярной площадкой для обмена информацией между жителями данного городка. И чем крупнее населенный пункт, тем больше таких площадок (сайтов). Данные сайты содержат в себе форумы, доски бесплатных объявлений, новости города и многое другое.

Доски объявлений таких сайтов вы можете легко использовать для продвижения своего бизнес, продажи товаров или услуг. **Единственный минус таких досок** в том, что чем больше она популярна, тем быстрее ваше объявление спустится вниз, или переместится на другую страницу в глубину. Плюсом же является то, что размещение таких объявлений является бесплатным.

Чтобы эффективно использовать данный способ рекламирования своего бизнеса, своих товаров или услуг. Необходимо поработать над содержанием вашего контента.

- Не пишите мало.
- Не пишите только техническим языком.
- Не пренебрегайте картинками.
- Не забывайте контакты.
- Не забывайте про призыв к действию.

Постарайтесь составить каждый текст вашего объявления, как произведение искусства. **Так, как если бы от него зависела вся ваша жизнь.** Шучу конечно.

Лучше, если текст будет составлен так, чтобы от нехватки у человека вашего товара или услуги, ему стало еще хуже, чем сейчас. Найдите проблему клиента, и опишите ее решение (с помощью вашего товара или услуги) в своем объявлении.

Составляйте текст так, чтобы его объем был как минимум **1000 знаков (без пробелов) + одна картинка.** Размещайте объявление каждые три дня. **И самое главное!** Делайте призыв к действию. Просите человека вам позвонить, написать или прийти в магазин.

Способ № 10 – Блоггинг

Блоггинг – это процесс ведения блога.

Блог - (англ. blog, от web log — интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) — веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи (посты), содержащие текст, изображения или мультимедиа.

Ваш блог – это не обязательно отдельный сайт с доменом второго уровня. Очень часто начинающие блогеры создают себе страницу на различных бесплатных ресурсах. Одним из самым популярных сервисов для блогеров является Livejournal (живой журнал).

В чем смысл блога?

Блог создается специально для того, чтобы писать в него посты и темы, которые волнуют именно вас, но которые будут полезны всем читателям.

Вы можете писать о погоде, о бизнесе, о политике, о чем угодно. И чем больше ваш блог наполняется контентом, чем больше он становится популярным, тем проще вам рекламировать свои товары или услуги.

Достаточно просто написать пост с картинками и все ваши подписчики увидят его. И если тема их заинтересует, у вас появятся новые клиенты.

Знаете, есть такой парень - Федор Овчинников. Живет в Сыктывкаре. Ему сейчас (на момент написания книги) 33 года. Он начал свой бизнес с того, что стал вести свой блог о том, как он собирается открыть свой первый бизнес, - магазин по продаже деловой литературы. И что вы думаете. Его блог так стал популярен, что в день открытия своего первого магазина площадью примерно 30 кв.м., стояла большая очередь живых покупателей, которые смели полки в течение первой недели.

Как потом рассказывает Федор в своей книге и на интервью. Этот первый магазин был самым высококорентабельным бизнесом в его предпринимательской практике.

Теперь Федор занимается другими проектами. Но свой блог он не перестал вести. Даже наоборот. Теперь его блог рекламирует новые проекты.

Летом 2012г. я побывал на молодежном бизнес форуме АТР 2012. На форуме было много профессионалов и специалистов по маркетингу и рекламе. Одним из них был директор по маркетингу сайта Livejournal – Олег Бармин. Именно благодаря своему блогу он и попал в компанию Livejournal. Хотя до этого, он просто вел блог и рекламировал свой бизнес. Компания его заметила и пригласила на должность директора по маркетингу.

Даже у Дмитрия Медведева есть свой блог: <http://blog.da-medvedev.ru/>

Чтобы вести свой блог, вам нужно научиться писать по посту в два-три дня как минимум. Иначе нет смысла вести вообще этот блог. Именно поэтому, многие начинающие блогеры бросают это дело уже через месяц.

Я тоже начинал вести свой блог более четырех раз. На разных ресурсах я заводил свой блог и планировал его вести постоянно. Но с каждым разом терпения у меня не хватало, и я бросал это занятие.

Сейчас, вот уже почти год, я веду свой новый блог на отдельном сайте, с доменом второго уровня. И мне это нравится.

5 причин, почему я веду свой блог:

1. Учусь выражать свои мысли грамотно, перенося их на сайт в виде слов и предложений.
2. Все что я написал, я могу потом снова прочитать. Таким образом, я создаю свою собственную библиотеку знаний, мыслей и эмоций, которые мной двигали, когда я писал тот или иной пост.
3. Чем больше и чаще я пишу, тем выше позиции сайта в поисковой выдаче.
4. Ведя свой блог я создаю своей персоне некую экспертность, по тем или иным вопросам.
5. Ведение блога позволяет мне быть ближе к клиенту, к читателю. Это положительным образом сказывается на тех клиентах, с которыми я не могу встретиться и пообщаться вживую.

Если вы еще сомневаетесь в том, вести вам блог или не вести, то не начинайте даже. Не тратьте на это время. Желание писать и делиться с людьми своими знаниями само придет к вам. Со мной так и произошло. И только после того, как у вас появилось желание что-то писать, а не рекламировать свой бизнес, вы можете попробовать составить список тем, на которые вы хотели бы написать несколько интересных и познавательных постов.

И помните! Если вы хотите превратить свой блог в площадку для монетизации ваших идей и бизнес-планов, пишите для людей. Делайте это красиво и качественно. **Давайте людям полезную и качественную информацию.**

5 способов экономить на наружной и полиграфической рекламе

Способ № 1 – Научитесь делать дизайн самостоятельно или наймите фрилансера.

Очень многие предприниматели страдают от того, что не могут нарисовать себе визитку и платят за нее от 300 руб. Научившись работать с графическими программами, вы сможете делать и редактировать свои рекламные материалы и не платить за них ни копейки. А если у вас нет желания и времени на изучение графических программ, зайдите на сайты фрилансеров и найдите начинающего дизайнера за 100 руб.

Способ № 2 – Найдите все возможные типографии и рекламные агентства в своем и ближайших городах.

Составьте список этих компаний с адресами и телефонами. Загрузите список в сервис e-mail рассылки. Составьте техническое задание к своей рекламе. Т.е. размер, материал, количество, сроки. Сделайте рассылку по всему списку найденных компаний с вопросом цены, прилагая к письму ваше техническое задание.

Важно! Если вы прикрепите готовый макет вашей рекламы к письму, количество ответов будет на порядок больше.

Сделав рассылку, вы в течение 2 дней будете получать ответы и предложения от рекламных агентств и типографий по вашему техническому заданию. И на основании этих данных сможете выбрать самое привлекательное по цене и срокам. Это поможет сэкономить приличные деньги.

Я лично проделывал этот трюк, когда печатал себе 1000 флайеров. Моя экономия составила порядка 3000 руб.

Способ № 3 – Представьтесь рекламным агентством.

Когда вы сделали рассылку, но цена у всех компаний примерно одинакова. Позвоните в любую типографию и представьтесь руководителем рекламного агентства «Альянс». Название можно изменить...

Попросите типографию выслать вам специальный прайс-лист для рекламных агентств. В большинстве случаев цена будет отличаться на 15-30% от той, которую вам предлагали сначала.

Способ № 4 – Найти монтажников среди строительных бригад.

Одни из самых дорогих работ в рекламном агентстве является монтаж.

Чтобы смонтировать вывеску и сэкономить на этом. Найдите тех людей, которые имеют необходимое оборудование, умеют с ним обращаться, но не знают расценок на монтажные работы рекламных конструкций. Если цена РА за монтаж вам кажется слишком большой, вы всегда сможете нанять рабочих или частных строителей и предложить им свою цену.

Опять же, можно использовать рассылку по всем строительным бригадам. И получить ответы не от одной компании, а сразу от всех.

Способ № 5 – Не используйте наружную рекламу

Те деньги, которые вы могли бы потратить на наружную рекламу, вложите лучше в веб-сайт и контекстную рекламу. Уверяю вас, экономия на этом способе составит как минимум два раза.

Что нужно сделать, чтобы получать от меня еще больше полезного материала:

1. Зайти на мой сайт www.maryasov.ru
2. Слева, под меню сайта, введите свои данные: Имя и e-mail
3. Нажмите кнопку «**Подписаться**»
4. Зайдите на свою электронную почту и **подтвердите подписку** на мою рассылку

The screenshot shows the website interface. On the left is a navigation menu with links: Главная, Обо мне, Услуги, Блог, Фото, Видео, Контакты, Библиотека, Отзывы. A red arrow points from the 'Подписаться' button in the subscription form to the 'Подписаться' button in the main content area. The main content area features a promotional banner for 'КНИГА #1' with the text 'СКОРО! НА МОЕМ БЛОГЕ! В этой книге вы узнаете: КНИГА #1'. Below the banner are three bullet points: '✓ 10 эффективных способов продвижения в интернете', '✓ советы по улучшению уже действующей рекламы', and '✓ 5 способов экономить на рекламе'. The main text discusses business and consulting, mentioning 'бизнес-план' and 'кризис бизнеса'. A search bar is visible at the bottom left.

Готово!? Теперь вы сможете без труда получать от меня самые свежие материалы по Маркетингу, Рекламе и Продажам. А затем внедрять их в своем бизнесе. Поэтому, прямо сейчас заходите на мой веб-сайт www.maryasov.ru, вводите свои контактные данные и получайте только полезный контент.

Заключение

Хочу закончить эту мини – книгу словами благодарности к вам, как к моим читателям, клиентам, друзьям и партнерам по бизнесу. Спасибо большое, что нашли время и прочитали мою книгу. Надеюсь на то, что вы нашли в ней понятные и простые для применения вещи.

Если вы дочитали до этих строк, я прошу вас сделать для меня маленькую услугу. Дайте пожалуйста обратную связь. Напишите мне, что понравилось, а что нет. Где написано «не по-русски», где стоит что-то убрать, а где добавить и т.д. Напишите свой отзыв или рецензию на мою первую книгу. И получите от меня подарок. Какой, вы узнаете после того, как напишите отзыв.

Заранее благодарю!

С наилучшими пожеланиями, Владислав Марясов.

Заходите на мой блог, смотрите видео-касты, читайте полезные статьи и материалы по маркетингу, рекламе и продажам.

Веб-сайт: www.maryasov.ru