



БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ для ТВОРЧЕСКИХ ЛЮДЕЙ

Александр Гришин

Александр Гришин

**Бизнес в интернете
для творческих людей**

«Издательские решения»

2014

Гришин А.

Бизнес в интернете для творческих людей / А. Гришин —
«Издательские решения», 2014

Книга «Бизнес в интернете для творческих людей» написана для того, чтобы помочь людям творческих профессий успешно вести свой бизнес в интернете. Книга содержит ценные советы и рекомендации автора-практика, в качестве примера используются реальные жизненные ситуации. Рассчитана на широкий круг читателей. Серия «Для творческих людей» объединяет книги, которые написаны для людей творческих профессий. Подача информации учитывает особенности мышления и работы творческих людей. Большое внимание уделяется систематизации рабочего процесса, проработке деталей и доведения работы до конца.

© Гришин А., 2014

© Издательские решения, 2014

Содержание

Предисловие	6
Как появилась эта книга	7
Цели и фундамент вашего бизнеса	9
Цели	10
Домашнее задание №1	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Бизнес в интернете для творческих людей

Александр Гришин

© Александр Гришин, 2014

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero.ru

Предисловие

Спасибо за покупку книги!

Чтобы быть в курсе всех обновлений, оставьте свой адрес электронной почты здесь: <http://edtr.ru/1sXrk07>

Если у вас будут вопросы, то вы всегда можете связаться со мной по адресу: office@editor.ru

Удачи вам и приятного чтения!

*С уважением,
Александр Гришин*

Как появилась эта книга

Многие знают меня как журналиста, автора и копирайтера благодаря журналу для пишущих людей «Редактор» (<http://www.editor.ru>), который я веду с 2002 г.

Но почему я решил начать именно с курса о бизнесе в интернете для творческих людей, а не с курсов о том, как писать и редактировать?

Во всем виновата моя сестра.

Юлия – переводчик со знанием нескольких языков. Она говорит на испанском также хорошо как и на русском, знает английский, итальянский и несколько языков жителей Южной Америки. Сейчас она работает гидом-переводчиком, сопровождает экскурсии по Кремлю и другим историческим местам Москвы. Работа достаточно тяжелая, так как весь день она проводит на ногах и следит за тем, чтобы туристы не разбежались.

Поработав два с половиной года по найму, моя сестра решила, что пора создать собственную турфирму. У нее есть хорошие связи в Южной Америке, поэтому она зарегистрировала фирму, открыла счет в банке, сделала сайт и даже подключила к нему MailChimp.

Когда я об этом узнал, то было уже слишком поздно.

Моя сестра сделала все возможные ошибки. Во-первых, основала фирму совместно с подругой, а это практически всегда заканчивается ссорой в первом бизнесе. Во-вторых, открыла счет не в том банке (с неудобным интернет-банком и высокой стоимостью обслуживания). Но самая большая проблема была с сайтом и «прикрученным» к нему MailChimp – она не представляла, что писать на этом сайте и кому что рассылать!

Однажды мы встретились в обед в кафе недалеко от Кремля и она мне рассказала о своей идее, о фирме, счете в банке, сайте и рассылках.

Я схватился за голову.

«Да, у тебя есть все, что ты перечислила, но у тебя нет бизнеса. У тебя нет фундамента, ты не знаешь своих целей и не понимаешь – как действовать даже в ближайшей перспективе. Я уже не говорю о рассылках, которые требуют отдельного внимания», – сказал я.

И мы начали все сначала.

Закрыли фирму и открыли ИП. Окрыли счет в удобном банке с привязанной к счету картой VISA. Временно закрыли сайт от посетителей, так как пришли к выводу, что эффективнее будет использовать только рассылки через MailChimp.

Говорить – просто и быстро, делать – трудно и долго.

Пока шла работа над отправкой писем, мы пересмотрели сайт, с точки зрения продаж, и определили его цель. Выяснили, кто должен стать подписчиком, что он должен получать и каких действий от него нужно ждать.

Сейчас еще рано говорить о том, что у моей сестры есть успешный бизнес. Но у нее уже нет каши в голове и она хорошо знает свои следующие шаги.

Мы встречались еженедельно, я давал задания и проверял «домашнюю работу». Два раза встречи пришлось перенести, поэтому мы списывались по электронной почте. В один из таких дней я понял, что у меня на руках есть готовое практическое руководство для тех, у кого творческая профессия и кто нуждается в создании своего бизнеса в интернете. Так появилась книга «Бизнес в интернете для творческих людей», которую вы сейчас читаете.

Но книга требует самодисциплины, чтобы следовать рекомендациям и внедрять их свой бизнес нужно приложить значительные усилия. Вдобавок, не все будет получаться с первого раза. Именно поэтому я на основе информации, изложенной в книге, подготовил шестинедельный курс с таким же названием: «Бизнес в интернете для творческих людей» (кликните на ссылке, <http://www.editor.ru/ibc/> чтобы перейти на сайт и узнать подробности).

В течение шести недель обучения на курсе у вас появится реальная возможность не только узнать полезную информацию, но и применить ее на практике. Мой опыт ведения курса показывает, что такая подача информации очень удобна для работы и не оставляет никакого шанса забросить обучение.

*С уважением,
Александр Гришин*

Цели и фундамент вашего бизнеса

В первой главе мы обсудим два ключевых понятия для успешного ведения бизнеса в интернете: цели и фундамент.

Давайте сразу перейдем к делу. По своему опыту скажу, что очень часто сайт, если он уже есть, не соответствует целям, которые вы ставите перед собой. Если вы планируете зарабатывать деньги в интернете, то должны привести свой сайт в соответствие со своими целями.

Когда я говорю о целях сайта, то всегда задаю эти вопросы:

- Насколько хорошо сайт работает на вас?
- Насколько хорошо он отражает то, что вы предлагаете купить?
- Насколько хорошо он привлекает и удерживает потенциальных клиентов?

Например, если вы дизайнер, то ваш сайт должен привлекать не других дизайнеров (они не ваши клиенты), а заказчиков, которым нужен дизайн.

Ваша деятельность в интернете не ограничивается сайтом.

Я предлагаю рассматривать всю интернет-активность с трех сторон:

- Основной сайт – это база вашего интернет-бизнеса.
- Контент, который вы создаете и публикуете в блоге (статьи, подкасты, видео, а также ваши рассылки).
- Социальные сети, ваша активность, которую вы ведете в социальных сетях, таких как Facebook, «ВКонтакте», Twitter, «Одноклассники», «Живой Журнал» и пр.

Здесь не будет рекомендаций типа «кликните здесь и напишите вот это здесь». Я полагаюсь на то, что у вас уже есть небольшой опыт ведения бизнеса в интернете. Вероятнее всего, у вас есть не один, а несколько сайтов, вы зарегистрировали аккаунты в паре-тройке социальных сетей. Вы публикуете статьи, может быть, записываете подкасты и видео. А может, ограничиваетесь только статьями. Мы будем постоянно возвращаться к перечисленным трем сторонам ведения бизнеса в интернете и доработаем их для того, чтобы они работали на вас максимально эффективно.

Цели

Я хочу объединить цель вашего бизнеса с целью вашего основного сайта. Возможно, это кажется неким упрощением, но все же давайте решим – какое одно простое (!) действие должен выполнить на сайте посетитель, чтобы стать вашим клиентом?

Одним словом, цель вашего сайта заключается в одном действии вашего клиента.

Что должен сделать клиент, посетив ваш сайт? И почему он не выполняет это действие сейчас? Его что-то отвлекает? Или, наоборот – информации для данного действия недостаточно?

Я знаю, что это не просто: у меня самого не все цели проектов укладываются в одно простое действие, но в большинстве случаев я стараюсь свести к минимуму возможные «барьеры», которые мешают моим клиентам.

Примечание: если ваш бизнес – розничные продажи или интернет-магазин, то у вас не получится сформировать одну цель с простым действием. Если вы творческий профессионал, то все написанное ниже относится к вам на 100%.

Итак, вернемся к моим целям, которыми я пообещал поделиться с вами:

– Цель журнала «Редактор» заключается в том, чтобы привлекать посетителей из поисковиков и социальных сетей и превращать их в подписчиков журнала.

– Цель рассылки журнала «Редактор» заключается в том, чтобы обучать подписчиков через бесплатный и платный контент.

Вы тоже сможете упростить цели до подобных простых действий. Поработайте над этим. В помощь приведу еще несколько примеров целей, которые помогут вам сформировать свои.

Если вы:

– Творческий профессионал, то можете превратить посетителей сайта в клиентов вашего бизнеса.

– Владелец розничной торговой точки или кафе, то можете превратить посетителей сайта в посетителей своего магазина или кафе (речь не идет об интернет-магазинах).

– Владелец небольшого семейного отеля, то можете превратить посетителей своего сайта в своих постояльцев при помощи формы бронирования и оплаты на сайте.

– Артист, то вы можете превратить посетителей вашего сайта в покупателей билетов на ваши выступления.

– Автор, то можете превратить посетителей вашего сайта в покупателей ваших книг.

– Консультант, то можете превратить посетителей вашего сайта в заказчиков ваших консалтинговых услуг.

– Занимаетесь благотворительностью, то можете превратить посетителей вашего сайта в спонсоров ваших проектов.

Домашнее задание №1

Прервите чтение на несколько минут или вернитесь к этому месту после прочтения письма. Возьмите бумагу и карандаш. Запишите, какую одну цель должен выполнять ваш сайт?

Не несколько, а одну. Одну простую цель.

Это должна быть цель, которую посетитель должен достичь, попав к вам на сайт. Это цель должна отделять вас на один шаг от личного контакта с посетителем сайта (например, подписка на вашу рассылку, следующее действие – это контакт с вами через рассылку).

Хорошо, теперь у нас есть цель и давайте посмотрим, что может мешать ее достижению.

Помехи на пути к цели

Знать цель важно, не менее важно понимать, что может посетителям помешать достигнуть ее. Как правило, на пути вашего потенциального клиента вы устраиваете следующие преграды:

- Размещаете ссылки на свои аккаунты в социальных сетях.
- Размещаете баннеры со ссылками на различные рейтинги, в которых вас номинировали на какое-то-там-место.
- Размещаете рекламные баннеры других своих проектов или что еще хуже – чужих проектов.
- Размещаете на одном сайте несколько проектов одновременно.
- Используете перегруженное навигационное меню.
- Используете избитую и низкокачественную графику.
- Используете очень яркий непрофессиональный дизайн.

Уберите виджеты соцсетей

Уберите ссылки на социальные сети с главной страницы сайта, со страниц с описанием услуг. Уберите их даже из подвала сайта. Удалите все виджеты.

Зачем? Да затем, что мы все и так «подсели» на социальные сети и как только посетитель увидит знакомые цвета виджета соцсети и лица друзей, то сразу же кликнет на них и уйдет с вашего сайта.

Вы можете оставить ссылки на соцсети только на одной странице – с информацией о себе. Именно на нее посетители заходят узнать о вас и будут не против подружиться с вами, лайкнуть вашу страницу.

Удалите ссылки со всех ваших «пузомерок»

Заняли первое место в конкурсе молодых художников в своем городе? Ваш сайт входит в ТОП-10 сайтов для копирайтеров? Отлично, примите мои поздравления, но уберите все активные ссылки на другие сайты, чтобы не потерять посетителя.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

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

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