

The background of the entire image is a soft-focus photograph of a desk. On the left, a white laptop keyboard is visible. To its right, a row of colorful books stands upright. In the foreground, an open book lies flat, showing a page with various logos including 'Quark' and 'C'. A smartphone with a colorful app grid is placed on the right page of the open book. Several colored pencils are scattered on the left side of the desk.

Андрей Парабеллум

10 лучших книг по интернет- бизнесу

Тренинги стоимостью \$500 в подарок каждому читателю

Андрей Алексеевич Парабеллум
**10 лучших книг по интернет-
бизнесу. Тренинги**
стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=28719840
ISBN 9785449019004*

Аннотация

Эта книга – плод выборки 10, на наш взгляд, лучших книг из сотен и даже тысяч книг по этой теме. После тщательного отбора каждая из выбранных книг была внимательно перечитана и законспектирована. Сначала из каждой книги были выписаны основные мысли. Потом художественным языком каждая из них была развернута не более, чем на 1 страницу текста. И потом конспекты лучших 10 книг попали отдельно в этот сборник, который вы держите в своих руках. www.knigavden.ru

Содержание

10 лучших книг	5
Подарок	7
Список книг в этой серии	10
Андрей Албитов «Facebook. Как найти 100 000 друзей для вашего бизнеса бесплатно»	11
Кому будет полезно прочесть эту книгу	12
Об авторе	13
Как добыть 100 000 друзей?	14
Практический опыт	
Почему Facebook?	16
Сколько надо времени?	24
Сколько надо денег?	26
Самая главная тайна	28
Как конвертировать посетителей сайта в друзья	31
Конец ознакомительного фрагмента.	33

**10 лучших книг
по интернет-бизнесу
Тренинги
стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю**

Андрей Парабеллум

© Андрей Парабеллум, 2018

ISBN 978-5-4490-1900-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

10 лучших книг по интернет бизнесу Введение в серию «10 лучших книг по...»

Эта книга у вас в руках появилась неслучайно.

Это – плод выборки 10 на мой взгляд лучших книг из сотен и даже тысяч книг по этой теме.

После тщательного отбора каждая из выбранных книг была внимательно перечитана и законспектирована.

Сначала из каждой книги были выписаны основные мысли.

Потом художественным языком каждая из них была возвращена не более, чем на 1 страницу текста для того, чтобы дать вам расширенное понимание каждой из самых ценных идей книги.

Далее каждый конспект был оформлен и подитожен с отдельным вниманием к деталям.

И далее уже конспекты лучших 10 книг попали отдельно в этот сборник, который вы держите в своих руках.

Пролистайте его по диагонали. Прочитайте его полностью. Читайте его кусочками с любого места. Включайте скорочтение или наоборот – наслаждайтесь им медленно и очень вдумчиво.

Делайте пометки на полях. Подчеркивайте самое интересное. Выписывайте идеи на внедрение.

Этот сборник ваш. Используйте его.

И приходите за новыми идеями на www.knigavden.ru/free. Вас ждут сотни таких сокровищ.

С уважением к вашему книжному вкусу,

Андрей Парабеллум

Проект конспектов лучших бестселлеров «Книга в день»

www.knigavden.ru

Подарок

Для читателей этой книги я подготовил специальный подарок: набор моих аудио-тренингов на общую сумму в 500+ долларов:

Ваша личная ссылка: www.andreyparabellum.ru/free

Тренинги, которые Вы можете пройти по этой ссылке:

Прокачка Личной Эффективности и Финансов:

тренинг «**Как научиться учиться**», который объяснит Вам самые быстрые и результативные методики обучения;

тренинг «**Самодисциплина 1**», который заставит Вас прокачать свою личность множеством способов и внедрит нужные Вам привычки за 3 непростых недели;

тренинг «**Взрывное скорочтение**», который научит Вас читать деловую литературу в 2—4 раза быстрее;

тренинг «**Умнобедный 1**», который покажет Вам, как выбраться из ловушки умного безденежья.

Прокачка Вашего Инфобизнеса:

тренинг «**Инфобизнес Live**», который покажет Вам все самые прибыльные модели заработка денег в Инфобизнесе;

тренинг «**Инфобизнес с нуля**», который поможет Вам запустить Ваш новый проект, систематизировать его и вывести его на первую прибыль;

конференция «**Контент маркетинг**», которая научит Вас генерировать потрясающе интересный контент, делиться им со своими читателями, слушателями и зрителями в интернете и быстрыми темпами наращивать свою клиентскую базу.

Прокачка Вашего Бизнеса:

тренинг «**Трансформация бизнеса**» (12 модулей), который поможет Вам оптимизировать и систематизировать Ваш бизнес.

Зачем я это делаю?

Я искренне верю, что когда Вы начнете внедрять хотя бы малую часть той информации, которую Вы услышите, Ваша жизнь начнет меняться к лучшему.

И Вы в свою очередь поможете кому-то еще.

И так эта эстафета добра будет идти по планете, делая нашу жизнь все лучше и лучше...

Список книг в этой серии

- 10 лучших книг по финансам
- 10 лучших книг по успеху в бизнесе
- 10 лучших книг по стартапам
- 10 лучших книг по психологии
- 10 лучших книг по продажам и маркетингу
- 10 лучших книг по построению карьеры
- 10 лучших книг по менеджменту
- 10 лучших книг по личной эффективности
- 10 лучших книг по лидерству
- 10 лучших книг по инфобизнесу
- 10 лучших книг по интернет бизнесу
- 10 лучших книг по бизнесу

Андрей Албитов «Facebook. Как найти 100 000 друзей для вашего бизнеса бесплатно»

Эта книга о том, как можно эффективно использовать социальную сеть Facebook, превратив ее в мощный и практически бесплатный инструмент, позволяющий собрать вокруг компании сотни тысяч друзей и получать в месяц до миллиона контактов с реальными и потенциальными клиентами.

Потребуется лишь немного времени на создание страницы компании в Facebook и «Вконтакте», дисциплинированность в поддержке коммуникации с ее посетителями и выполнение ряда рекомендаций, которые вы и найдете в этом издании.

Автор уже «наступил на грабли» за вас и расскажет об ошибках и удачных решениях.

Кому будет полезно прочитать эту книгу

- маркетологам;
- PR-специалистам;
- предпринимателям;
- тем, кто хочет понять, как социальные сети помогают бизнесу.

Итак, вы готовы узнать самую большую тайну – как собрать в группу 100 000 друзей? Тогда поехали! Facebook, как и Интернет в целом – очень динамичная среда. Каждую секунду здесь происходит что-то новое (например, за время, пока вы прочитаете лишь одну страницу этой книги, в Facebook регистрируются более 500 новых членов). Меняются скорости, форматы, дизайны, технологии, браузеры и так далее. Что-то наверняка изменится и за то время, пока эта книга дойдет до вас. Но эта книга – о принципах построения и ведения групп, не подверженных быстрым изменениям.

Об авторе

Андрей Албитов вместе с коллегами создал две группы на Facebook (в каждую из которых входит более 100 000 фанатов), не вложив в это создание ни копейки. Группа ESET NOD32 Russia стала лидером среди русскоязычных страниц в Facebook всего за 44 дня, а 100 000 друзей было набрано менее чем за 100 дней.

Сооснователь стартапа HamsterSoft (www.hamstersoft.com). Проект выпускает бесплатные программы на 40 языках. За 9 месяцев программы HamsterSoft более 5 миллионов раз скачали пользователи из 200 стран.

Ранее (2008—2009 гг.) работал генеральным директором официального представительства антивируса ESET NOD32 в России (www.esetnod32.ru). В это время русский офис ESET стал лидером по продажам среди всех локальных офисов ESET в мире.

В настоящий момент занимает пост вице-президента холдинга Leta Group (www.letagroup.ru) по международным проектам.

Как добыть 100 000 друзей?

Практический опыт

Что важнее: хороший товар или клиенты (рынок, спрос)? Продает ли хороший товар сам себя? Возможно... Но даже бренды с отличной репутацией используют рекламу – от Apple до Porsche. Даже самые дорогие бренды – Google, Coca-Cola – инвестируют миллионы в продвижение своих товаров и услуг. Именно поэтому важнее собрать много друзей на своей странице в Facebook и уже потом тратить силы на интересные сообщения для них. Вы прежде всего должны создать «рынок» – спрос на свои сообщения.

Если вас никто не будет читать, бессмысленно тратить усилия на подготовку очень интересных сообщений – вы только впустую потратите время.

Спланируйте свою работу – найти 3, 5, 10, 25, 50, 75, 100 тысяч фанатов. Их число может быть любым. Посмотрите, сколько их у ваших конкурентов или аналогичных компаний в других странах, и сделайте поправку на размер Facebook-аудитории в вашей стране. Вы должны стать лидером.

На самом деле ответ очень прост: если вы ведете бизнес

в России, то группы надо создавать в двух сетях – Facebook и «ВКонтакте».

«ВКонтакте» на сегодня лидер по числу пользователей в СНГ: сеть говорит о более чем 100 миллионах регистраций и нескольких десятках миллионов активных пользователей. Кроме того, есть надежда, что «ВКонтакте» рано или поздно доделает нормальный функционал для ведения групп. Там уже есть группы более чем на миллион друзей, но все-таки работать в Facebook на порядок легче и приятнее.

Почему Facebook?

Facebook – мировой лидер, и, по мнению части экспертов, «ВКонтакте» многие идеи и сервисы берет оттуда, хотя, конечно, у этой сети есть и свои уникальные задумки. Поэтому большинство технологий и принципов, с небольшими поправками, будут работать и для «ВКонтакте». Плюс стратегически и финансово будущее всемирной глобальной сети Facebook видится более надежным, нежели «ВКонтакте». Но есть и еще ряд причин.

Аудитория. Для одной и той же корпоративной группы аудитория молодежи (до 18 лет) в «ВКонтакте» – 40%, а в Facebook – 5,3%. Для компаний интереснее взрослые пользователи, у которых больше денег. Молодежь, конечно, тоже скоро вырастет и начнет зарабатывать, но это вложения в будущее. Не все бренды готовы ждать пять и более лет.

Технологии. Facebook быстро развивается, на него работает множество программистов, партнеров, которые пишут приложения. Переводить их на другие языки помогают сами пользователи, этим занято более 300 тысяч человек. Например, перевод на французский язык пользователи сделали бесплатно за сутки! А это десятки, а может, и сотни тысяч слов – инструкций, интерфейсов и тому подобное. Facebook

дает фантастические возможности для быстрой, качественной и бесплатной интеграции с вашим сайтом. В Facebook практически нет спама, а если он и попадает, то легко заблокировать сообщение или самого спамера, чтобы он никогда не смог ничего опубликовать на вашей странице. Другие сети пока не могут предоставить такой сервис. И подобных технических преимуществ у Facebook очень много.

Контент (содержание). В сети «ВКонтакте» тысячи групп, посвященных «пиратским» публикациям, музыке, видео, обмену нелегальными ключами для софта. Вся эта бурная деятельность сопровождается регулярными судебными процессами. Такое соседство не всегда радует. В будущем, наверное, сеть придумает методы борьбы с подобным контентом, но пока проблема очень серьезная.

Мировое соседство. В Facebook более 600 миллионов пользователей, и рост их числа продолжается. Они представляют самые разные страны, даже такую экзотическую, как Ватикан. Такой широкий охват дает дополнительные преимущества – можно добавлять друзей из других стран, «лайкать» бренды, города, организации, которых в «ВКонтакте» нет. Это усиливает эффект интеграции различных сообществ – не только на уровне интересов, но и на уровне стран, континентов. Для транснациональных компаний гораздо удобнее работать в одной системе, чем поддерживать

свои страницы в 20—40 разных социальных сетях, с разными требованиями и возможностями.

Подавляющее число интернет-пользователей в России имеет аккаунты в нескольких социальных сетях. Поэтому, чтобы охватить их, достаточно одной, максимум двух сетей. Развивать одинаковые группы в одинаковых аудиториях тоже бессмысленно. Начните делать страницу в Facebook — это проще и технологичнее. После этого откройте группу в «ВКонтакте». Этого будет достаточно для вашего бизнеса.

Если все-таки решите делать группы во всех основных социальных сетях в России, я рекомендую такую последовательность: Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир».

Зачем компании нужны друзья на Facebook?

Если вы знаете ответ на данный вопрос, то можете пропустить эту главу. Если сомневаетесь в ответе, давайте порасуждаем вместе. Я знаю, как минимум пять причин:

- Поддержание отношений с имеющимися клиентами.
- Поиск новых клиентов через рекомендации уже существующих.

- Генерирование повторных продаж клиентам.
- Маркетинговые исследования, опросы клиентов.
- Техническая поддержка.

1. Поддержание отношений с текущими клиентами. У вас уже есть клиенты, или же они скоро появятся. Их число будет расти. В зависимости от сути вашего товара или услуги, клиенты могут покупать их раз в жизни, раз в год или часто – несколько раз в году.

Главное здесь – цикличность продаж. При помощи Facebook этот показатель можно улучшать, поддерживая лояльность своих клиентов.

Как это сделать? Информировать их о разных аспектах работы компании – ее истории, скидках; объяснять, чем один товар отличается от другого или от товара, предлагаемого конкурентами; рассказывать о своих сотрудниках и пр. У вас много информации, которая может быть интересна клиентам. Подробнее об этом будет рассказано во второй части книги.

Мой совет – подпишитесь на 20—50 групп в Facebook.

Это могут быть товары, компании, которые вам нравятся. Это могут быть также ваши конкуренты или мировые бренды – Coca-Cola, Youtube, BMW, Disney и прочее. Понаблюдайте, как они работают со своими клиентами – что публикуют, как и о чем спрашивают. И очень скоро вы поймете, как это надо делать. Нет ничего сложного, надо просто активно перенимать чужой опыт. И не бойтесь совершать ошибки!

2. Поиск новых клиентов через рекомендации уже существующих. У компании Ferrari более 3,8 миллиона друзей на Facebook (для сравнения: у Ford Motor Company 580 тысяч, в 6 раз меньше!), и каждую неделю их становится больше примерно на 10 тысяч! А число автомобилей, ежегодно производимых компанией, всего около 7000. На машины стоит очередь, очевидно, что 99% членов этой группы никогда не смогут купить Ferrari – у них либо не будет денег на это, либо в наличии просто не окажется такого числа машин.

Тем не менее, эти люди нужны бренду. Они поддерживают имидж компании – ее эксклюзивность. Миллионы людей мечтают о красном Ferrari. Вряд ли богачи, подобные Борису Абрамовичу, будут выбирать авто через Facebook, но, безусловно, миллионы поклонников марки помогают формировать образ этого автомобиля.

Давайте посчитаем. Каждое сообщение от Ferrari набирает 2500—7000 «лайков». При таком числе «лайков», а также значительном количестве комментариев оно почти стопроцентно попадет в основную ленту новостей всех членов группы, а это 3,8 миллиона человек! Даже если только треть из них ежедневно заходит на Facebook и увидит это сообщение, то аудитория будет более миллиона просмотров! Еще надо учесть, что многие друзья тех 3000—7000 человек, кого заинтересовало это сообщение, тоже увидят его, а это еще 100—300 тысяч дополнительных просмотров! И все это бесплатно для компании Ferrari.

Множество людей, прежде чем купить тот или иной товар, ищут информацию о нем в сети, в том числе на Facebook.

3. Генерирование повторных продаж клиентам. Уже сейчас многие компании встраивают электронные магазины на свои страницы в Facebook.

Согласно опросам в разных странах, 20—40% фанатов страницы ждут информацию о скидках или специальных предложениях. Это отложенный спрос: человек готов купить, но дешевле или в кредит. Поэтому, давая информацию о том, как и где можно купить ваш товар или услугу, вы значительно увеличите продажи.

Можно предлагать товары не только на своей странице, но и через игровые приложения или страницы партнеров. Например, антивирусная компания AVG предлагала свой продукт пользователям игр Zynga на Facebook по специальной цене.

Вы можете найти ваших торговых партнеров, интернет-магазины, у которых есть страницы на Facebook с большим числом фанатов, и сделать ваше спецпредложение через них.

4. Маркетинговые исследования, опросы клиентов. Если у вас крупная компания, то вы наверняка тратите солидные деньги на маркетинговые исследования. Если компания маленькая и у вас нет денег на маркетинг, вы можете проводить такие исследования бесплатно!

Например, вы хотите вывести новый товар на рынок. Вы можете спросить у своих клиентов, какое название им больше нравится, по какой цене они готовы покупать, что им не нравится в текущем продукте и многое другое. Facebook позволяет проводить голосование бесплатно, для этого есть специальные приложения, помощь программистов не требуется (о механизме можно прочитать в разделе «Помощь» на Facebook).

5. Техническая поддержка. Возможно, у вас уже есть форум технической поддержки на корпоративном сайте. Есть и e-mail, куда можно написать. Но многим клиентам (и таких, как показывает наша практика, становится все больше) удобнее написать свой вопрос в Facebook. В Hamstersoft мы вообще отказались от форума в пользу Facebook.

Эта среда нравится вашему клиенту, он ей доверяет – почему бы не поговорить? Здесь же присутствуют и другие пользователи вашего продукта, которые тоже могут помочь советом, опытом. Порой они отвечают на вопросы быстрее вашей собственной службы техподдержки.

Если задававший вопрос получает быстрый ответ, его лояльность по отношению к вам повышается, он чувствует проявленную вами заботу – даже если в начале он был настроен агрессивно.

Итак, если я вас убедил, что друзья в Facebook нужны, то давайте научимся собирать их в группы.

Сколько надо времени?

Каждому хочется сделать большую и активную группу на Facebook как можно быстрее. Даже когда число друзей в нашей группе росло на 1500 человек в сутки, я считал, что это ужасно медленно!

И все-таки если ваша компания не региональное отделение Coca-Cola, вам потребуются месяцы или даже год, чтобы набрать десятки тысяч «лайков».

Давайте посчитаем, сколько надо времени, чтобы набрать 100 000 «лайков».

Будем реалистами – предположим, что этой цели надо добиться за один год. (Сделать это быстрее будет сложно.) Разделив 100 000 «лайков» на 365 дней, получим примерно 274 «лайка» в сутки. Не забудьте при этом, что часть людей будет уходить из группы. Сколько именно – это будет зависеть от вас, от того, насколько к вам будут лояльны, насколько вашу компанию любят, как вы ведете группу. В пессимистичном варианте отток ориентировочно составит 10%, если же участники группы будут испытывать к вам доверие, отток составит 1—2%, а может, даже и меньше. Если же отток составит более 10%, значит, вы ужасно обращаетесь с ва-

шими поклонниками и надо срочно что-то менять.

Таким образом, давайте исходить из того, что при самом плохом раскладе ваши потери составят 10%. То есть вам надо в среднем расти на 300 «лайков» в сутки, чтобы через 365 дней получить группу в 100 000 друзей. Это и есть ваш ориентир. Если вы выйдете на 400—500 «лайков», то, соответственно, справитесь с поставленной задачей быстрее, чем за год.

Есть ряд параметров, на которые вы влиять не сможете. Например, на географический. Если Facebook в вашей стране не очень популярен, то, соответственно, рост будет более медленным. Если вы живете в США, Канаде или Норвегии – считайте, что вам повезло: скорость прироста друзей в этих странах будет в несколько раз выше, чем в среднем по миру.

Таким образом, ваша задача – выйти на прирост в 300 лайков в сутки (минимум) и поддерживать его в течение года. Более быстрый рост возможен, но для этого надо постараться. Facebook знает много таких случаев, когда прирост в 100 000 происходит всего за одну неделю, при этом «виновник» ажиотажа – не звезда Голливуда и не производитель BMW.

Сколько надо денег?

Мне и моим коллегам удалось, не потратив ни копейки, создать две группы по 100 000 друзей. В нашей компании не было бюджета на Facebook, поэтому мы изначально искали способы, как набрать друзей без денег и без рекламы на Facebook или где-то еще. Вы не хуже нас и сможете сделать то же самое!

Что может потребоваться? Первое – это время. Быстро почти ничего не бывает, об этом сказано в предыдущей главе. Второе – люди, которые будут работать над группой. Минимум нужен один человек – менеджер проекта. Хорошо, если ему будут помогать в этом программист и дизайнер. На худой конец, без дизайнера можно обойтись, а вот без программиста будет тяжело.

Если в вашей компании нет программиста, поищите его среди знакомых, друзей. Facebook не требует высокой квалификации, поэтому с работой сможет справиться любой специалист, знакомый с программированием. Вполне возможно, что среди ваших родственников, друзей или коллег по работе таковой найдется. Если уж вам не удалось его найти – обратитесь к фрилансеру, который за небольшую плату реализует на практике рекомендации, содержащиеся в данной

книге.

В каждой стране есть онлайн-биржа фрилансеров. Вам потребуется несложный функционал, поэтому его оплата будет стоить не дороже 50—100 долларов. Если в вашей стране такого нет – поищите в других странах. У нормального специалиста эта работа займет не более 1—3 часов.

Самым важным моментом для набора группы является трафик на ваш основной сайт – это посетители вашей страницы, блога, корпоративного сайта. Тому, как привлечь посетителей на сайт, посвящено множество книг и статей. Вы должны помнить: чем больше у вас посетителей, тем быстрее вы наберете группу.

Менеджеру проекта на ведение группы может потребоваться от 1 до 8 часов в день – это будет зависеть от интенсивности общения в группе. Конечно, идеальный вариант, если общение будет продолжаться круглые сутки. Особенно если ваша группа международная или в вашей стране несколько часовых поясов, как в США или России. В ночное время за группой могут приглядывать сотрудники службы технической поддержки, ночные дежурные.

Самая главная тайна

Сейчас я открою вам самую главную тайну. Как быстро нарастить группу в Facebook? Чем больше людей посетит вашу Welcome Page, тем быстрее вы наберете необходимое число друзей. Всё.

Выше я уже приводил цифры конверсии, повторяю их еще раз. В среднем в мире один из 30 посетителей Welcome Page становится вашим другом, в России примерно 1 из 50. Если вы хотите набрать 100 000 друзей, ваша задача, чтобы $100\,000 \times 50 = 5\,000\,000$ людей просмотрели Welcome Page. *В этом и кроется главная тайна!*

Каким образом можно ускорить процесс? Оптимизируя вашу Welcome Page, вы можете создать 2—5 вариантов страницы, протестировать каждый из них на протяжении 1—2 дней, а затем выбрать наиболее эффективный.

На 80% рост вашей группы будет зависеть от Welcome Page или ее аналога. Какой она должна быть, чтобы достичь максимального эффекта?

- Общие правила Welcome Page (входной страницы):

- Главная ее задача – мотивировать человека нажать «Мне нравится».
- Должны быть стрелка или графический элемент, указывающий на соответствующую кнопку, чтобы всем было понятно, куда нажимать, поскольку уровень Facebook-грамотности у посетителей страницы может быть различным.
- Должен присутствовать соответствующий призыв, мотивирующий нажать эту кнопку – «Поддержи нас!», «Узнай больше!», «Получи скидку!», «Получи доступ к чему-либо» и т. п.
- Имеет смысл (но не является обязательным условием) ввести на страницу некий графический элемент – ваш логотип, некоего персонажа, рекламного героя... Это стоит сделать, если ваш бренд уже узнаваем. Или если он пока не узнаваем, но красивый, стильный, смешной и может побудить нажать «Мне нравится».
- Если пользователь еще не имеет аккаунта на Facebook, предложите ему сделать это.
- Лучше не размещать на Welcome Page других кнопок и ссылок, чтобы «не потерять» пользователя.

- Страница должна быть написана на родном языке пользователя.
- По умолчанию она должна показываться всем, кто заходит к вам, то есть всем «не друзьям».

Как конвертировать посетителей сайта в друзья

У каждого сайта есть посетители. Будем считать, что у вашего сайта их несколько тысяч в сутки. Если нет – вам стоит изучить принципы поисковой оптимизации, контекстной рекламы и многое другое. Информацию о привлечении людей на сайт можно найти в других книгах. Но каким образом можно конвертировать посетителей сайта в фанатов на Facebook?

Это можно сделать несколькими путями.

1. Повесить в разных местах сайта плагины от Facebook. Это дает некоторый результат, особенно если у вас много новостей, статей. Однако на корпоративных или продуктовых сайтах обычно такой информации мало. Поэтому рассмотрим другой, более подходящий способ.

Рано или поздно все посетители уходят с вашего сайта. Узнать наиболее частые страницы выхода можно через Google Analytics или любую другую систему статистики, которая установлена у вас на сервере. Соответствующий отчет так и называется: «Самые популярные страницы выхода». Теперь вы знаете: если пользователь зашел на эту страницу,

то велика вероятность, что в следующий клик он уйдет с вашего сайта.

Часто возникают опасения, что подобные всплывающие баннеры не нравятся посетителям, злят их. Это не совсем так. Конечно, это реклама, и она может кому-то не понравиться. Но все зависит от того, в какой форме вы ее будете предлагать.

Если не показывать ее пятнадцать раз подряд, а делать это только один раз на выходе посетителя, то число негативных отзывов будет минимальным. Реклама преследует нас везде. Даже если вы летите бизнес-классом в Нью-Йорк и заплатили за билет 6000 долларов, вам дадут рекламный журнал или влажные салфетки с рекламой какого-нибудь бренда. В этом нет ничего страшного.

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.