

# Терри Дин

## Как стать плодотворным автором информационных товаров

Для начала вынужден повторить одно из главных правил нашего дела – Вы не сможете заработать хороших денег, пытаться продавать один-единственный информационный товар.

Если Вы желаете получать от своего бизнеса на самом деле достойную отдачу в виде прибыли, которая позволит безбедно жить Вам и тем, кого Вы любите, в Вашем ассортименте должно быть как минимум несколько товаров.

Это – аксиома онлайн-информационного бизнеса, и ее достоверность не обсуждается.

Запомните: чем больше у Вас будет качественных товаров собственного изготовления – тем лучше.

Когда Ваш ассортимент представлен десятками отличных информационных товаров, каждый из которых продается посредством эффективного продающего текста, на который из многих источников регулярно приходят стабильные потоки целевых посетителей, превращающихся в покупателей – тогда Вы можете быть уверены в стабильности и прибыльности Вашего бизнеса. Когда подобная система будет отлажена и станет работать на Вас 24 часа в сутки и 7 дней в неделю – Вы станете свободным человеком и сможете наслаждаться всеми благами, которые только может обеспечить своему владельцу крепкое и прочно стоящее на ногах предприятие.

А начинается создание подобного великолепия, разумеется, с создания собственных качественных и востребованных информационных товаров.

О том, как выяснить востребованность и наличие спроса на тот или иной задуманный Вами информационный товар – разговор отдельный. Он не входит в тему нашей сегодняшней статьи.

А вот о том, как *создавать* собственные качественные информационные товары, мы сейчас как раз и поговорим.

Первое, на что я сейчас хочу обратить Ваше внимание – это то обстоятельство, что на первых порах создания и укрепления собственного онлайн-бизнеса Вам необходимо сосредоточиться на создании таких информационных товаров, которые могут быть изготовлены Вашими головой и руками максимально быстро.

Если это вообще когда-нибудь случится, ибо 99 % из тех новичков онлайн-бизнеса, кто берется за создание подобных товаров, очень быстро бросают свою работу и никогда ее не заканчивают. Соответственно, их бизнес так никогда и не начинает своего существования.

Поэтому вместо того, чтобы засесть в самом начале своей предпринимательской карьеры за написание энциклопедического труда по теме своей специализации страниц эдак на 300 – 500, сосредоточьтесь на создании менее объемных и менее дорогих товаров, но зато таких, которые могут быть созданы максимально быстро.

Например, для начала будет вполне достаточно написать специальный доклад по решению той или иной проблемы, имеющейся у Вашего потенциального клиента, объемом всего в 40 – 50 страниц. И Ваш первый информационный товар таким образом появится в Вашем ассортименте в предельно короткие сроки.

Когда я рассказываю об этом своим подписчикам и клиентам, чаще всего слышу следующее возражение: «Но ведь в рамках такого небольшого объема я не смогу рассмотреть все то, что интересует моего покупателя!»

Знаете, что я Вам скажу? На самом деле это очень хорошо!

Когда Вы создаете информационный товар, в Вашу задачу не входит рассмотреть в нем абсолютно все, что только может интересовать Ваших покупателей. Ваша главная цель в данном случае – помочь покупателю с помощью Вашей информации решить конкретную его проблему, которой он страдает, причем в короткие сроки и максимально простым способом.

Вот и все.

Ничего больше от Вас не требуется.

Поэтому обычно процедура создания типичного информационного товара выглядит следующим образом. Вначале Вы составляете список всех необходимых шагов, которые должен сделать Ваш покупатель, чтобы решить ту проблему, ради устранения которой он покупает Ваш товар, а затем подробно описываете выполнение каждого шага во всех нужных деталях и тонкостях.

После этого Вы дорабатываете полученный материал, придаете ему стройный, логичный и последовательный вид, облачаете в нужную «упаковку» (например, в формат электронной книги с обложкой и всеми остальными атрибутами) и вуаля – Ваш информационный товар готов!

Кстати говоря... когда будете заниматься непосредственно писаниной, то есть написанием контента Вашего товара – я настоятельно рекомендую Вам во время этого процесса ни на что не отвлекаться.

Не правьте текст сразу при написании – править его Вы будете потом, пока же просто пишите.

Не подходите к телефону.

Не проверяйте почту.

Не гуляйте по сайтам Всемирной Паутины – а просто сидите и пишете.

У Вас должно войти в привычку отключаться на время написания контента от всего того, что Вас окружает, держа в своих мыслях лишь одно – полноценное раскрытие нужной Вам темы в доступном для будущего покупателя виде.

Абсолютное большинство моих электронных книг было написано именно таким образом – по одной за тот или иной день на моей даче. На время написания книги я самым настоящим образом «выключался» для всего остального мира и черновик целой электронной книги выходил у меня из-под пера буквально за один день – именно за счет того, что меня ничего не отвлекало... точнее, я не позволял никому и ничему меня отвлекать.

Вы даже не представляете, насколько быстро появляются на свет отличные информационные товары при подобном подходе к работе!

Типичный график в подобных случаях выглядит так: Вы устанавливаете себе рабочие периоды – от 30 до 60 минут. Иными словами, Вы усиленно и ни на что не отвлекаясь работаете на протяжении 30 – 60 минут, затем делаете перерыв на 5 – 10 минут, после которого опять возвращаетесь к работе на 30 – 60 минут, затем опять перерыв... и так далее. До тех пор, пока не кончится Ваш рабочий день.

И далее – на следующий день работаете так же до тех пор, пока не закончите черновик своего нового информационного товара.

После того, как черновик будет закончен, Вам необходимо сделать перерыв в несколько дней для того, чтобы Ваш разум отдохнул от творческого процесса (который всегда бывает напряженным) и только после такого перерыва переходить к вычитке, правке и доработке всего того, что Вы написали. В ходе этого заключительного этапа работы Ваш черновик и превращается в самый что ни на есть настоящий информационный товар.

Как видите, процесс достаточно простой и вовсе не такой уж затянутый, как представляется абсолютному большинству предпринимателей. Скажу прямо: главная причина, по которой процесс создания информационных товаров растягивается на многие недели, а то и месяцы заключается в том, что авторы (кстати, не только начинающие, но и уже достаточно опытные) позволяют различным раздражающим факторам постоянно прерывать себя во время работы.

Сделайте так, чтобы Вас во время работы ничего не отрывало и не отвлекало – и Вы тут же поразитесь тому, как возрастет Ваша

продуктивность. Казалось бы, простая и банальная вещь, но насколько она эффективна!

Так в общих чертах выглядит процедура написания текста информационного товара. *Нонаписание* – это лишь один из способов создания инфотоваров. Он не единственный и в ряде случаев не является наилучшим.

Удивлены?

А удивляться на самом деле нечему – существует огромное количество самых разнообразных способов создания информационных товаров, и сейчас мы рассмотрим 7 таких способов.

## **1. Написание информационных товаров.**

Этот способ создания мы уже практически полностью рассмотрели. Если Вы выбираете данный способ создания Вашего очередного товара – следуйте изложенному выше алгоритму.

Подготовьте список необходимых шагов для достижения Вашим покупателем нужных ему целей, затем сделайте так, чтобы Вас ничего не отвлекло и напишите черновик текста. После отдохните несколько дней, вернитесь к тексту и доведите его до ума.

Когда работа будет закончена, прочтите весь полученный текст информационного товара вслух, громко и с выражением. А еще лучше – попросите кого-нибудь из Ваших друзей или родственников сделать это. Те места, в которых читающий будет запинаться или сбиваться, нужно доработать – так, чтобы текст читался легко и приятно.

Сегодня в онлайне существует мнение, что электронные книги, специальные доклады и прочие источники письменной информации уходят в прошлое, а им на смену приходят аудио и видеоматериалы... Вот что я Вам скажу – несмотря на то, что мультимедийные информационные товары, безусловно, набирают свою популярность, в любой целевой аудитории всегда будет присутствовать огромное количество людей, предпочитающих получать нужную им информацию в виде старого доброго печатного текста.

Кстати, из этого обстоятельства вытекает один очень и очень важный вывод лично для Вас и Вашего бизнеса – какой формат Вы бы ни выбрали для абсолютного большинства своих информационных товаров – в Вашем ассортименте всегда должны присутствовать инфотовары и том или ином текстовом формате (будь то EXE, HTML, PDF и пр.).

## **2. Использование программ преобразования речи в текст.**

Может случиться, что Вы как ни стараетесь, не можете научиться набирать текст на компьютере с достаточной скоростью. А может быть, Вы еще не научились скоростному набору, а информационные

товары создавать уже пора. Или все Ваши мысли сразу куда-то испаряются, стоит Вам сесть перед клавиатурой или чистым листом бумаги?

Если какой-либо из названных случаев подпадает под определение Вашей ситуации, имеет смысл воспользоваться специальным программным обеспечением, преобразующим Вашу речь в текст на компьютере.

Подобных программ в настоящее время существует немало – Вы можете найти их с помощью любой поисковой системы и приобрести ту из них, которая Вам придется больше по вкусу. Многие предвзято отворачиваются от подобных программ, я же могу Вам сказать, что видел не один десяток восхитительных электронных книг, черновики которых создавались именно с помощью таких программ.

В случае, если Вы будете использовать подобный софт, процедура создания информационного товара будет отличаться от алгоритма, рассмотренного в предыдущем пункте только тем, что черновик Вы будете надиктовывать программе, а не набирать ручками на клавиатуре своего компьютера.

В остальном же процесс создания черновика абсолютно идентичен.

Я не буду Вам рекомендовать никакого программного обеспечения для распознавания речи и преобразования ее в текст [я тоже – прим. перев.] чтобы не лишать Вас свободы выбора. Это для Вашей же пользы – нужную программу Вам лучше всего выбрать самому, исходя из Ваших требований, которые Вы предъявите к подобной программе, а также из Ваших голосовых и речевых особенностей.

### **3. Права перепродажи и права личной марки.**

На самом деле покупка прав перепродажи или прав личной марки является весьма неплохим вариантом пополнения собственного товарного ассортимента, особенно на первых порах создания Вашего онлайн-информационного бизнеса.

Если хотите знать, то собственный бизнес я также начинал с покупки прав перепродажи на информационные товары других авторов. Не все, конечно, у меня получилось с первого раза, но в итоге, пройдя определенный путь, я создал целую информационную империю, в результате чего стал известен в качестве одного из самых авторитетных, успешных и прибыльных онлайн-предпринимателей.

Я не похваляюсь, а лишь цитирую общеизвестный факт.

Таким образом, вместо того, чтобы самому корпеть над созданием своего первого информационного товара, Вы можете купить товар с правами перепродажи и открыть тем самым собственную товарную линейку. Права перепродажи – товар не из дешевых, но зато они

позволяют Вам сэкономить кучу сил и времени и максимально быстро приступить к процессу продаж и развития собственного бизнеса.

Разумеется, покупка товаров с правами перепродажи – это не простое дело, и для того, чтобы не ошибиться, Вам нужно кое-что об этом знать. Дополнительную информацию по вопросам прав перепродажи и прав личной марки Вы можете получить в специальной литературе, посвященной этой теме.

#### **4. Интервью со специалистом своего дела.**

Очень часто мне задают следующий вопрос: «А если я не умею писать или говорить, да и вообще не являюсь специалистом в той области, которой посвящен мой проект – получается, что я не могу создавать собственные информационные товары? И вход в информационный онлайн-бизнес мне заказан?»

Абсолютное большинство «учителей» и «корифеев» дадут утвердительный ответ на этот вопрос и скажут, что в этом случае ничего нельзя поделать.

У меня же лично другая точка зрения на такую ситуацию.

Я знаю, что выход существует. Для создания отличного информационного товара в подобной ситуации нужно лишь найти требуемого Вам специалиста и взять у него интервью.

Вот, по большому счету и все.

Разумеется, взять интервью у подлинного специалиста своего дела – задача не из простых. Но если у Вас имеется достаточный запас терпения и настойчивости (а он должен быть у любого предпринимателя), а также усердие и нестигаемое желание добиться своих целей (все это также должно в Вас присутствовать по определению), то ничего невозможного в этом нет.

Если говорить в общих чертах, то для создания отличного информационного товара данным способом Вам нужно сделать следующее.

Найдите несколько специалистов в той сфере, которой посвящен Ваш проект или тематика задуманного Вами информационного товара. Затем подготовьте список из 8 – 12 вопросов, подробные ответы на которые интересуют Вашу аудиторию настолько, что она готова за эти ответы заплатить. Потом свяжитесь с каждым из специалистов, предоставьте им список вопросов и договоритесь о проведении интервью.

На самом деле организовать подобное интервью в большинстве случаев оказывается гораздо проще, чем Вам может показаться на первый взгляд. Кстати, вот Вам хорошая подсказка – наиболее открыты к проведению различного рода интервью авторы книг – как печатных, так и электронных. Ибо на подобные интервью они чаще

всего смотрят как на отличную возможность дополнительной бесплатной раскрутки своих произведений.

Лучше всего записать беседу со специалистом и его ответы на Ваши вопросы в аудиоформате. Если Вы лично посещаете специалиста и лично с ним беседуете – можно воспользоваться диктофоном, если интервью проходит с помощью различных средств связи – телефона, IP-телефонии, Skype и пр. – тут больше подойдет специальное программное обеспечение для записи подобных разговоров.

Полученные таким образом аудиофайлы после небольшой доработки и микшировки можно продавать в качестве отличного информационного товара. Вы также можете транскрибировать полученную аудиозапись в текст и получить еще и текстовую версию данного товара – ею можно дополнить имеющийся у Вас аудиоматериал с записью интервью, а можно и продавать в качестве самостоятельного товара.

## **5. Проведение телесеминаров и (или) вебинаров.**

Данный вариант работы также является отличным способом создания востребованных информационных товаров высокого качества.

Телесеминары – это аудиомероприятия, проводимые Вами с Вашими партнерами, представителями Вашей целевой аудитории – посетителями, подписчиками и клиентами, посредством каких-либо средств связи (телефонного сервиса, IP-телефонии и пр.) в режиме реального времени, либо в записи.

В итоге проведения телесеминара получается аудиозапись, содержащая большое количество ценной информации (например, Ваши ответы на вопросы целевой аудитории либо ответы приглашенных Вами специалистов), которая сама по себе может вполне выступать в качестве отличного информационного товара – главное, чтобы те сведения, которые озвучивались на телесеминаре, представляли непосредственную ценность для Ваших покупателей.

В дальнейшем Вы также можете транскрибировать полученную аудиозапись и получить текстовую версию содержания телесеминара. Она, также как и в случае с предыдущим пунктом, может служить идеальным дополнением к аудиотовару, так и продаваться в качестве самостоятельного товара.

Нужно отметить, что главная прелесть телесеминаров заключается в том, что их проведение предоставляет нам возможность создавать собственные информационные товары с большой легкостью и минимальными затратами времени. Только подумайте: как только запись закончена – информационный товар практически готов к упаковке и продаже!

Так называемые вебинары (webinars) – это, по сути, такие же телесеминары, но сопровождаемые изображением – в виде слайдов или потокового видео, то есть, по сути, на выходе мы получаем

гораздо более наглядный и иллюстрированный материал, хотя, конечно, такой формат существенно «утяжеляет» файлы с информационными товарами и предъявляет более высокие требования к пропускной способности INTERNET-каналов Ваших покупателей.

А в самой своей основе вебинары – принципиально точно такие же информационные товары, как и вебианары.

Кстати говоря, Вы можете проводить и записывать не только отдельные телесеминары и вебинары по каким-либо темам или вопросам, но и целые их серии. Проведя, например, серию в 8 – 10 телесеминаров или вебианаров и обеспечив запись каждого из них, Вы получаете на выходе достаточно объемный информационный товар который можно будет продавать по весьма недешевой цене.

## **6. Создание компьютерного видео при помощи программы Camtasia Studio.**

Никогда ничего не слышали про эту прелестную программку?

Если нет, обязательно загляните вот сюда

- <http://www.techsmith.com/camtasia.asp>

Вам наверняка приходилось видеть на многих сайтах разнообразные видеоролики, записанные с экрана монитора и оформленные в виде потокового видео. Как Вы думаете, при помощи какого инструмента они изготовлены?

Ответ Вы уже знаете.

Как правило, информационные товары, создаваемые с помощью данной программы, представляют собой запись изложения нужной покупателю информации в виде слайдов PowerPoint со вставками различных графических, видео и аудиоматериалов. Учитывая то обстоятельство, что такие видеоматериалы обладают потрясающей наглядностью изложения и способны донести до покупателя требуемые сведения и знания быстро и красочно, из них получаются потрясающие информационные товары.

Как правило, такие инфотовары продаются в виде курсов обучения, записанных на CD или DVD-дисках, красочно оформленных и обладающих высокой воспринимаемой и реальной ценностью.

Кстати говоря, нелишним будет заметить, что указанная программа достаточно проста в освоении и использовании и позволяет создавать информационные товары без каких-либо нечеловеческих усилий и в предельно сжатые сроки.

Как раз то, что нам нужно, не правда ли?



## **7. Запись на видеокамеру различных обучающих материалов.**

Как мы только что говорили, с помощью программы Camtasia Studio позволяет записывать в формате компьютерного видео все то, что происходит на экране Вашего монитора. Но как быть в тех случаях, когда Вам надо в своем информационном товаре показать покупателю нечто такое, что выполняется за пределами компьютерного экрана?

В этих случаях я рекомендую использовать для записи контента хорошую видеокамеру. Разумеется, в каждом отдельном случае понятие «хорошей» видеокамеры будет свое – одно дело, когда Вы снимаете перекапывание грядок и совершенно другое – при съемке ремонта высокоточных механизмов со множеством мелких деталей.

Конкретные виды и модели видеокамер и программ для обработки видео и перекодировки его в DVD-формат я также рекомендую сегодня не буду. Причина очень проста – сегодня высокие технологии прогрессируют с чудовищной скоростью и все подобные рекомендации устаревают буквально на глазах. И будь в этой статье указания на конкретную аппаратуру и софт, то, читая ее спустя несколько месяцев, Вы станете смеяться надо мной, мол, рекомендовал тут некий гуру всякую вчерашнюю дребедень...

Как Вы понимаете, это совершенно не в моих интересах. :-)

Итак, для создания собственного информационного товара Вы берете хорошую видеокамеру и снимаете самого себя либо выбранного Вами специалиста в ходе выполнения тех действий, которым желает научиться Ваш покупатель и ради знания которых он и будет покупать Ваш товар.

Таким образом Вы снимаете во всех деталях выполнение каждого шага решения Вами или другим специалистом той или иной задачи, затем передаете запись на свой компьютер, оформляете полученный фильм в виде DVD-дисков, придаете всему этому красивый вид и форму... и Ваш товар готов к продажам!

Я люблю в своих рекомендациях упоминать о данной методике создания информационного товара под названием «День из жизни \_\_\_\_\_». Например, это может быть курс обучения под названием «День из жизни профессионального инвестора», обучающий покупателя тому, как должен быть построен рабочий день инвестора, как инвестор должен готовиться к переговорам и вести их, чему он должен уделять повышенное внимание и пр.

Уверен, основную идею Вы уловили, правда?

Итак, я перечислил Вам 7 самых распространенных способов создания отличных информационных товаров в сжатые сроки и своими силами. Безусловно, не стоит забывать, что эти способы не являются единственными. Перечень, приведенный в данной статье – далеко не исчерпывающий.

Также всегда помните, что Вы можете сочетать эти способы между собой, например, Ваш товар может представлять собой видеокурс «День из жизни \_\_\_\_\_», плюс рабочие тетради в виде электронных книг, плюс аудиозаписи серии телесеминаров с ответами на часто задаваемые вопросы, плюс серия поясняющих отдельные моменты видеороликов, исполненных с помощью Camtasia Studio.

Одним словом, в выборе формата и способа создания собственного информационного товара Вы ограничены лишь своим воображением и предпринимательской смекалкой.

И напоследок опишу Вам еще один, так сказать, «бонусный» способ. Вы можете обратиться к кому-либо из публицистов, чтобы он изготовил Вам информационный товар по Вашему заказу за соответствующую плату. Причем это опять же может быть информационный товар в любом формате – по Вашему выбору из перечисленных в данной статье 7 способов или их комбинации.

**Источник:** <http://www.terrydean.org>

**Перевод на русский язык** – Павел Берестнев, <http://www.biz-webinar.com>

Перед Вами возможность получить отличный тренинг по созданию Вашего собственного бизнеса с доходом от \$ 1000 в месяц.

Перед Вами революционно новый подход к продаже Ваших знаний и опыта через Интернет с доходом от \$ 1000 в месяц!

Освоив данный тренинг, который можно заполучить по указанной ниже ссылке, Вы сможете без особых проблем создать в Интернете свое дело, которое будет не только захватывать, увлекать и доставлять удовольствие, но и щедро вознаграждать Вас за Ваш труд!

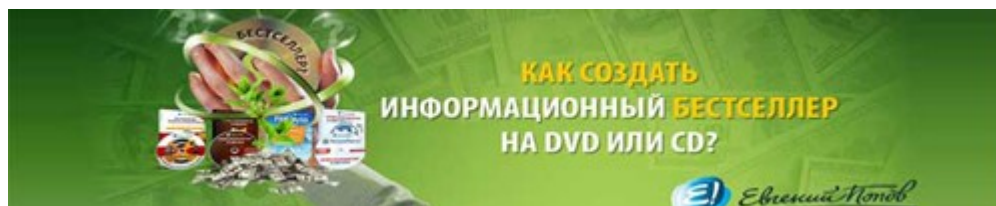


[http://boriskorzh.com/rd/bs\\_241.html](http://boriskorzh.com/rd/bs_241.html)

Может Вы хотите сказать, что не верите в то, что на продаже информации через Интернет можно зарабатывать \$ 1000, 2000, 3000 и больше в месяц?!

Вот ответ Автора данного тренинга:

Пройдите по ссылке и от Ваших сомнений не останется даже следа. Вместо того, чтобы сомневаться – начинайте действовать, и чем скорее начнете – тем быстрее и больше станете зарабатывать!



[http://boriskorzh.com/rd/bs\\_241.html](http://boriskorzh.com/rd/bs_241.html)

Если Вы считаете, что на данный момент все прибыльные ниши информационного рынка уже заняты и Вам, новичку, будет очень трудно войти в этот бизнес?!

Прислушайтесь к мнению Автора, признанного профессионала Интернет бизнеса Евгения Попова:

На сегодняшний день, больше 90% рыночных ниш в Рунете ещё не занято и у Вас есть все шансы на то, чтобы построить действительно успешный Интернет-бизнес! Если, конечно, Вы не будете тянуть резину и придумывать все новые и новые оправдания своему бездействию вместо того, чтобы начать работать!

[http://boriskorzh.com/rd/bs\\_241.html](http://boriskorzh.com/rd/bs_241.html)