**Интернет маркетинг: основные правила**

"…все знают, что сейчас происходит настоящая революция Интернета. Все знают, что Интернет – будущее бизнеса.

То, чего люди еще не понимают, это КАК."Прежде чем мы приступим к обсуждению принципов интернет маркетинга, рассмотрим основные факторы, обеспечивающие постоянный прирост аудитории Интернета, и, как следствие, постоянно расширяющиеся возможности бизнеса в нем. Это закон Мура, принятие "цифрового окружения" и закон Конвергенции. Знание этих законов позволит вам четко позиционировать себя на относительно новом рынке возможностей Интернета. ЗАКОН МУРА. Гордон Мур – один из основателей компании Intel, в 1965 году сделал весьма знаменательное наблюдение, позже получившее название закон Мура. Он заметил, что плотность транзисторов на кремниевой подложке удваивается каждые 18-24 месяца, соответственно в 2 раза растет их производительность, и в 2 раза падает их рыночная стоимость. Некоторые утверждают, что эта формула действует уже на протяжении 100 лет, если рассмотреть появление в 1900 году первых механических компьютеров – арифмометров, а затем ламповых транзисторов. Закон Мура постоянно подвергается критике, еще в 1987 году в журнале Scientific American появилась статья, где в качестве предельного срока действия закона назывался конец 90-х годов. Однако уже сейчас ясно, что в 2000 году этот закон справедлив и не утратил своей актуальности. По самым пессимистичным прогнозам закон Мура будет действовать вплоть до 2014 года.Какие выводы мы с вами можем сделать из этого? Все бизнесмены должны заниматься маркетингом своих товаров и услуг. В связи с тем, что бизнесмены ищут наиболее дешевые и эффективные пути для реализации своих маркетинговых задач, а именно закон Мура доказывает постоянное удешевление цифровых технологий, они все чаще и чаще вынуждены будут обращаться к возможностям Интернета. Бизнес в Интернет, особенно интернет-маркетинг, будет продолжать развиваться бешеными темпами в ближайшие годы. А где будете вы в это время? Хочу процитировать любимые мной слова Гарри Эмерсона Фосдика: "В наши дни мир движется столь быстро, что человека, сказавшего, будто этого не может быть никогда, обгонит тот, кто сделает это".Принятие цифрового окружения

Несмотря на многочисленные предсказания о неприятии людьми цифровой реальности врывающейся в нашу жизнь, Интернет занимает все более прочные позиции в нашей повседневной жизни. Вокруг многочисленных интернет-проектов формируются целые сообщества людей, в которых люди находят единомышленников, приобретают друзей, влюбляются, совершают покупки…Отчасти, благодаря действию закона Мура, цифровые технологии становятся все более доступными широкому кругу населения, в свою очередь все большее количество людей открывают для себя новые возможности, которые предоставляет им Интернет.Закон конвергенции

Следующий фактор, благоприятствующий процветанию "сетевого предпринимательства" – "конвергенция". Термин "конвергенция" обозначает объединение разных вещей в нечто целое. Феномен конвергенции мы можем наблюдать как на индустриальном уровне, так и на потребительском уровне. Ярким примером индустриальной конвергенции в нашей стране является холдинг "Медиа-Мост" – объединение СМИ, интернет-проектов и телекоммуникаций. Или объединение крупных интернет-проектов в горизонтальные и вертикальные порталы. На уровне потребителей, в частности, конвергенция наблюдается в виде объединения компьютеров, телефонов и телевизоров в одном устройстве. Уже в ближайшем будущем большинство жителей цивилизованных стран будут иметь у себя дома медиа-центры, подключенные к спутнику или оптово-волоконному кабелю, и вмещающих в себя телефон, пейджер, телевизор и персональный компьютер. Даже деньги очень скоро видоизменятся и превратятся из бумажных в цифровые! Все это значит, что по мере того как коммуникационные устройства будут становиться все более многофункциональными, доступными по цене и простыми в обращении, все больше и больше людей будут реализовывать свои потребности в общении, развлечении и совершении покупок в пространстве Интернета. Основные правила интернет маркетинга.

В следующих статьях мы приступим к обсуждению приемов и принципов интернет-маркетинга. Будем мы это делать от общего к частному. Начну с описания базовых правил рекрутирования с помощью сети Интернет, а в последующих статьях мы рассмотрим более конкретные приемы и техники. Итак, основные правила интернет-маркетинга:Правило другой стороны.

Если вы осуществляете маркетинг в Интернет, вы четко должны себе представлять, что "на другом конце провода" находится ЖИВОЙ человек, а не робот-автоответчик, отвечающий на ваши рекламные призывы. У этого человека есть свои желания, свои мечты, свои цели. Этот человек хочет улучшить свою жизнь и, вполне возможно, он ищет для этого новые возможности. Но у этого человека одновременно могут быть и свои страхи, опасения и у него совершенно нет основания верить вам в первые же минуты знакомства.

ОШИБКА! Мне очень часто встречаются в сети люди, которые делают свой МЛМ-бизнес, используя для этого многочисленные чаты – программы для общения в режиме реального времени с помощью текста, либо голоса. Воодушевленные возможностями бизнеса, они часто "с места в карьер" начинают "подписывать" людей, с которыми познакомились 10 минут назад. Представьте себе человека, который подходит к вам на улице, представляется и сразу же начинает вас рекрутировать. Какая будет ваша реакция? Даже, несмотря на то, что вы можете видеть этого человека и слышать его голос, вероятность того, что вы сразу же ему поверите очень низка. В виртуальном пространстве все еще сложнее – вы общаетесь с человеком с помощью текста, в лучшем случае, голосом.

ПРАВИЛО. Используйте коммуникационные программы для установления отношений. Помните! Мы работаем в бизнесе отношений. Люди, зачастую, вступают не в компанию, которую предлагаете вы, люди присоединяются к вам! Только после того, как вы познакомились, нашли между собой общие интересы, проявили заинтересованность к вашему визави, вы можете делать бизнес предложение. И лучший способ сделать это: выслать вашему кандидату (с его согласия) заранее заготовленный информационный пакет по электронной почте, либо пригласить посетить вашу страницу в Интернете.

Правило "Не форсируйте". Вы уже понимаете, что Интернет открывает перед вами безграничные возможности по ведению бизнеса. Но Интернет – это не "волшебная пилюля" способная сказочно обогатить вас за короткий промежуток времени. Главное, что необходимо принять – это то, что в виртуальном пространстве процесс рекрутирования происходит гораздо дольше, чем в реальной жизни. Нельзя идти против природы Интернета, нельзя идти против законов человеческого общения. Сначала вы должны инвестировать время и усилия на установление доверительных отношений с потенциальными кандидатами, а на это может потребоваться от трех до шести (!) месяцев. Если вы будете спешить, то провал вам гарантирован! Интернет имеет свои ограничения, но и массу преимуществ. Если вы правильно используете Интернет, ты вы получаете мощнейший инструмент для построения бизнеса, наряду с телефоном, факсом и голосовой почтой. Еще раз позволю себе повториться. Не форсируйте людей к принятию решений. "НЕ ТОЛКАЙ РЕКУ, ОНА ТЕЧЕТ САМА…" (Ф. Перлз)

Правило "Инструмента". Все, что представляет из себя Интернет – это мощный инструмент, и не более. Инструмент для выявления заинтересованных кандидатов, клиентов, для коммуникаций и обучения. На мой взгляд, во всяком случае на сегодняшний день, с помощью одного Интернета вам вряд ли удастся построить прочный стабильный бизнес. Не следует забывать о таких мощнейших инструментах как телефон и… ВЫ сами. Поэтому после того как вы заинтересовали кого-либо через Интернет, обязательно позвоните Вашему кандидату, ну а после того, как он начнет работать, договоритесь с ним о дате вашего приезда.

Правило "Капля воды – камень точит". Когда вы выявили заинтересованного кандидата, очень велик соблазн "сбросить" ему как можно больше материалов о вашей Возможности. Вам это знакомо по опыту работы в реальной жизни? Ваши кандидаты, как правило, не выдерживают "мозговых перегрузок". Такая тактика обречена на провал!

СЕКРЕТ: используйте метод дозированной подачи информации. Очень важно добиться того, чтобы после изучения ваших материалов, у кандидата возникло желание узнать больше, затем, вы высылаете ему следующее письмо, после прочтения которого у него остается желание знать еще больше и т. д. Представляете, насколько возрастет ваша эффективность, когда вы создадите такую серию писем?! Итак, ДОБЕЙТЕСЬ ТОГО, ЧТОБЫ ВАШИ КАНДИДАТЫ ХОТЕЛИ ЗНАТЬ БОЛЬШЕ И… ВЫШЛИТЕ ЭТО ИМ!

Правило Связи. Если вы хотите сыграть в игру под названием "рекрутирование в Сети", то вам необходимо стать мастером в установлении контактов с людьми. Для этого существует множество способов, многие из которых мы будем обсуждать в последующих статьях. Но главное правило, которое нужно понять – это фокусируйтесь на установление связи с ЛЮДЬМИ, а не на вашу связь с Интернетом. Маркетинг в Интернет должен быть АКТИВНЫМ с ВАШЕЙ стороны. Не ждите повышенной инициативности со стороны даже заинтересованных кандидатов. Если, по какой-либо причине, кандидат не отвечает на ваше последнее письмо, то это не значит, что он забыл о вас и о вашем предложении.

ОШИБКА! Большинство людей слишком сильно стараются добиться того, чтобы потенциальные кандидаты выходили на связь с НИМИ, вместо того, чтобы САМИМ проявлять инициативу для закрепления отношений.

Обязательно напомните о себе коротким сообщением. Я это знаю по себе. Бывает, получая очередное письмо от своего "виртуального знакомого", я сразу не имею возможности (либо настроения) ответить на него. Надеясь ответить позже, я перекладываю его в папку "Черновики". И, хотя я совершенно не теряю интереса к этому человеку и его предложениям, ответное письмо к нему может пролежать в "Черновиках" неделями. Но стоит мне только получить от него напоминание, как я тут же пишу ответ… Уверен, что таких как я много… Не так ли?Итак, мы рассмотрели первый пять базовых правил интернет-маркетинга. В следующей статье мы продолжим обсуждение этой темы, а также коснемся психологических особенностей рекрутирования через Интернет.

Правило "Автоматизации". Если вы приняли решение делать свой бизнес в Интернете, то вам нужно тщательно продумать, какие инструменты и каким образом смогут существенно облегчить вам Вашу работу. Самая большая ловушка, которая подстерегает вас в Интернете – это возможность быть порабощенным Интернетом. Что я имею в виду? Новички, узнав о потрясающих возможностях по расширению своего бизнеса в Глобальной Сети, как в омут с головой кидаются в пучину Интернета, повсюду рекламируя свою возможность бизнеса. Через некоторое время, если их усилия оказываются удачными, то наступает кошмар. Ежедневно к ним поступают десятки, а то и сотни писем от самых разных людей, с самым разным уровнем заинтересованности, задающих огромное количество вопросов на различные темы. На этом этапе наш горе-бизнесмен хватается за голову и проводит за компьютером по 10-15 часов лихорадочно отвечая на письма, преодолевая возражения, разъясняя особенности бизнеса и продукции. Наш бизнесмен превращается не в хозяина своего бизнеса, а бизнес становится его хозяином. Через некоторое время у него наступает истощение, и… он выходит из игры.

Конечно же, я не призываю Вас полностью делегировать компьютерным программам процесс общения с потенциальными партнерами. Но необходимо до минимума снизить рутинную работу, с тем, чтобы максимально использовать свой потенциал для контактов с заинтересованными кандидатами. Как сказал А. Линкольн : "Если мне дадут 3 часа на то, чтобы срубить дерево, я 2 часа потрачу на заточку топора". И готовиться нужно тщательно! В последующих статьях я буду писать о том, какие мощные инструменты существуют сегодня в Сети, позволяющие вам максимально автоматизировать свой бизнес, проводить презентации и выявлять заинтересованных кандидатов 24 часа в сутки, 365 дней в году.

Правило "Соотношения времени, энергии, и чисел". Возможно я вас разочарую, но это действительно так. Процесс рекрутирования в Сети длится гораздо дольше и требует значительно больших усилий, чем в реальной жизни. Вряд ли вам удастся "подписать" кандидата после первого же контакта. Расстаньтесь с иллюзиями быстрого обогащения с помощью Интернета. Как сказал один из экспертов по интернет-маркетингу: "Если бы люди реально представляли себе, сколько времени потребуется на рекрутирование и на поиск подходящих кандидатов… они, возможно, не делали бы этого… но это СТОИТ того"!

Кроме времени, вам понадобятся существенные энергетические затраты. Энергично проводить рекламную кампанию, энергично вступать в контакты, писать мотивирующие письма и т. д. Чем более интенсивны ваши действия, тем более интенсивные результаты вы получаете! Грамотное вложение времени и энергии позволит вам добиться впечатляющих результатов в любом бизнесе, в том числе и в Интернете.

И напоследок, о законе чисел. Здесь работают те же принципы, что и в реальной жизни. Для достижения успеха, вам достаточно будет найти одного-трех человек! По наблюдениям американцев, подавляющее большинство высокозарабатывающих сетевиков имеют в своей сети от 1-го до 3-х ярких лидеров, обеспечивающих им до 90% заработка! Думаю, наша статистика не сильно отличается от западной. Но для того, чтобы найти таких Лидеров, вам придется вступить в контакт с огромным количеством людей. Все также как и в реальной жизни!

8. Правило "Продолжительности". Это, пожалуй, самое основное правило для МЛМ-бизнеса, независимо от того делаете ли вы свой бизнес он-лайн или оф-лайн. Выигрывает лишь тот, кто продолжает. Интернет в странах бывшего СССР находится в инфантильном состоянии. Но темпы его роста впечатляют! Судя по прогнозам агентства Brunswick Warburg, всего через три года количество пользователей Интернета только в России вырастет до 15 млн. или 10,5% населения (по данным этого же агентства, в начале текущего года насчитывалось 2,2 млн. пользователей или 1,5% всего населения страны). Рост числа пользователей Интернета будет значительно опережать рост людей вступающих в ряды сетевиков. А это значит, что в этом пространстве нам всем хватит места в ближайшие годы. Ну, а если что-то не получается, то это вовсе не повод для того, чтобы опустить руки. Может стоит подучиться и сменить стратегию? Психологические особенности интернет-маркетинга. 1. Кандидаты вступают в бизнес не столько из-за "величайшей возможности", сколько в том случае, если они поверят вам.

Рекрутирование в Интернете требует больше ДОВЕРИЯ, чем в реальной жизни. И это не удивительно! Американцы называют это "синдромом Кибер-Занавеса". До тех пор, пока вы не вызовите доверия у вашего кандидата, пока вы не дадите ему понять, что вы живой человек и вы заботитесь о нем, вам не удастся пробиться через занавес недоверия. Вы всегда будете для него олицетворять этакого Остапа Бендера. А для того, чтобы это произошло, вашему кандидату потребуется время, а вам – значительные усилия.

2. Кандидаты желают знать, как вы можете помочь им улучшить их жизнь.

Именно улучшить, ведь большинство людей очень осторожны и они вряд ли пойдут за вами до тех пор, пока они не почувствуют что нечто или некто может изменить их жизнь к лучшему! Каждое сообщение, каждое послание должны быть пронизаны искренней заботой о вашем кандидате, ваши потенциальные партнеры по бизнесу должны прийти к мысли, что их ждет огромное вознаграждение, если они начнут действовать сегодня в партнерстве с вами.

В процессе рекрутирования через Интернет вам необходимо стать для кандидата ни чуть не менее ценным, чем ваша возможность бизнеса. Ведь вы – важнейшая составляющая Инструментов, сопровождающих бизнес!

3. Люди устали от "пыльвглазапускания", они ищут Надежду!

Умение дать Надежду – магический ингредиент рекрутирования, особенно в Сети. При общении с кандидатами вы должны буквально окутать их ощущением надежды. Сетевики даже со стажем забывают просто выяснить о мечтах и желаниях людей, которым они предлагают бизнес. И в Интернете – это самый частый симптом! Все, что нужно вам будет сделать – это подвести кандидата к следующей мысли: "Может быть это поможет мне достигнуть или получить то, что я всегда хотел(а)?"

Для того, чтобы стать Мастером в интернет-рекрутировании, вам необходимо овладеть искусством привнесения Надежды в жизнь других людей!

4. Кандидаты хотят знать кто вы, а не чего вы хотите!

Каждый кандидат, читая ваши послания, сознательно или бессознательно хочет знать ответы на следующие вопросы:

Кто в действительности этот человек?

Что он хочет от меня и почему?

Он профессионал?

Где он живет?

У него есть семья?

Он успешен?

Какие у него дистрибьюторы?

Он искренен?

Что он обещает, и почему?

Помните, мы работаем в бизнесе Отношений. И, чтобы наладить долговременные доверительные отношения с кандидатом, вы должны быть открыты для него.

5. Ваши кандидаты желают получить от вас не "пилюлю" в виде бурного рекламного послания, а долговременное знакомство.

Тысячи "охотников за удачей" бродят по Глобальной Сети, выискивая электронные адреса своих будущих "жертв". Они забрасывают ваши ящики заранее заготовленными посланиями с обещаниями быстрого и легкого обогащения и, успокоившись, ждут, когда ваши деньги потекут к ним потоком. Таких людей в Сети будет с каждым днем появляться все больше и больше. И, вполне возможно, что Ваши кандидаты уже неоднократно получали подобные послания, а может быть, даже "клевали наживку". После такого опыта, у них надолго пропадает желание искать возможности бизнеса в Интернете. Они будут готовы вас выслушать только в том случае, если вы установите с ними долговременные отношения на профессиональном и (или) личностном уровне.

6. Кандидаты ищут нечто, во что они способны поверить.

Как вы думаете, почему так популярны в Интернете чаты, форумы, клубы…? Мы пользуемся Сетью для поиска. Люди ищут в сети нечто, во что они бы поверили. Поэтому при общении с вашими потенциальными партнерами вы должны дать им понять, что у вас есть Нечто, способное привнести в их жизнь Надежду, и новые Возможности.

7. Кандидаты ищут кого-либо, кому они готовы будут поверить.

Вы должны являться таким человеком для тех, кого вы рекрутируете с помощью Интернета. Помните о ведущих принципах сетевиков? Каждое слово, которое вы пишите, и каждое действие которое вы совершаете должны быть пронизаны вашими ведущими принципами!

8. Кандидаты хотели бы найти кого-то, кто поверил бы в них.

Жажда признания присуща каждому человеку. На пороге третьего тысячелетия эта потребность особенно актуальна. Для вас не будет откровением, что очень много людей приходят в сетевой бизнес не из-за компании или продуктов, а только потому, что однажды спонсор сказал им, что он в них верит. Невероятная Сила Веры… Не стоит недооценивать ее значение в процессе рекрутирования!

Люди никогда не поверят вам, до тех пор, пока вы не поверите в них.

9. Кандидатам нравится, и они регулярно хотят получать от вас какие-либо ценности.

Это, пожалуй, один из важнейших секретов интернет-маркетинга.

Прежде чем что-то получить от человека, сначала дайте ему нечто!

В последующих статьях я расскажу вам о том, как это делать.Мы рассмотрели основные принципы рекрутирования в Сети Интернета, со следующей статьи начнем разговор об инструментах интернет-маркетинга.