

КАК НАПИСАТЬ И ПРОДАТЬ СВОЙ PHP СКРИПТ

или любую другую программу



Самуэль Акопян

12+

Самуэль Акопян
Как написать и продать
свой PHP скрипт

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66670998

SelfPub; 2021

Аннотация

Вы написали свой первый PHP скрипт и хотите его продать. Эта книга поможет Вам с пошаговой инструкцией в этом начинании, а также подскажет как избежать распространённых ошибок при создании и продаже своего собственного программного обеспечения.

Содержание

Вступление	7
Выбор проекта	10
Благотворительный	12
Личный (персональный)	14
Социальный (большой общественной важности)	16
Бизнес-проект	18
Почему так важно определиться с типом проекта?	20
Почему это работает?	22
Если ли в этом вообще какой-то смысл?	24
Предпродажная подготовка	26
Выбор названия для скрипта	29
Оформление скрипта	31
Выбор типа кода: открытый или закрытый	33
Выбор лицензии	36
Выбор типа модели продвижения: SAAS или продажа готового софта	38
На чём можно зарабатывать деньги, продавая ПО с открытым кодом	41
Как избежать недобропорядочного использования Вашего скрипта	43
Шифрование кода	45

Регистрация торгового знака	46
Патенты	48
Как назначить цену?	49
Цена назначена, что теперь?	56
Продажи – двигатель Вашего проекта	58
Вариант 1. Свой сайт, продажи со своего сайта	60
Вариант 2. Свой сайт, продажи с сайта ритейлера	61
Вариант 3. Без сайта, продажи с сайта ритейлера	63
Как создать работающий бизнес	64
Как продвигать свой скрипт (продукт)	68
Оплата и всё, что с этим связано	80
Как принимать и выводить деньги?	82
Возврат денег. Рефанды	86
Вредные клиенты и как с ними общаться	90
Как вести свою бухгалтерию и как платить налоги	92
Послепродажная поддержка	94
Как доставить приобретённый товар покупателю	95
Техническая поддержка	97
Выпуск новых версий	101
Как добавлять новый функционал к Вашей программе	103

Как увеличить прибыль от продаж?	105
Формула увеличения прибыли	107
Нужно ли давать ли скидки и проводить акции?	110
Реклама на Вашем сайте	113
Продавать ли чужие продукты?	115
Стоит ли расширять линейку продуктов за счёт увеличения модулей или же писать другие скрипты?	117
Статистика и аналитика	119
Анализ и статическая обработка данных о посетителях и продажах	120
Кривая жизни Вашего бизнеса	122
Где брать новые идеи	126
Дополнительная информация	128
Нужно ли устанавливать SSL на Вашем сайте?	129
Какой хостинг выбрать для сайта?	130
Оптимизация работы сайта	132
На какой рынок лучше ориентироваться: внутренний или мировой?	134
Делать всё, включая мелкие вещи самому или заказывать на стороне?	136
Как поощрять активных пользователей Вашей программы?	140
На какого покупателя ориентироваться?	142
Где найти своих единомышленников?	144

Как став предпринимателем не потерять друзей	147
Оптимизация производства – курс слепой печати?	149
Физическая подготовка спортсменов, и не только...	151
Зачем Вам Privacy Policy, а также Terms and Conditions	153
Где публиковать этот документ?	155
Другие данные	156
GDPR, что это за зверь и с чем его едят?	157
Бонус	159

Самуэль Акопян

Как написать и продать свой РНР скрипт

Вступление

Прежде, чем Вы окунётесь с головой в этот текст, я хотел бы начать с небольшого дисклеймера. Итак:

- всё сказанное здесь является результатом личного жизненного опыта автора;

- мнение автора может не совпадать с мнением читателей по многим вещам и это нормально – не надо пугаться;

- везде по тексту словосочетание “РНР скрипт” можно заменить на “С++ программу”, “мобильную аппликацию” или “мою супер-дупер application” – основной смысл написанного практически не изменится;

- это не монография с замахом на докторскую диссертацию, скорее небольшая инструкция к действию для тех, кто в лодке (ну или собирается в неё запрыгнуть);

- в тексте иногда я буду использовать технический сленг, характерный для разработчиков программного обеспечения (ПО), поэтому прошу не пугаться;

- все указанные в тексте компании и ссылки на их сайты

даны только в качестве учебных примеров и никаким образом не являются призывом к приобретению их продукции или услуг;

Итак, Вы написали свой первый (или 99-ый) по счёту скрипт на PHP и решили на нём немного заработать!

Ура! Поздравляю, Шарик – ты балбес(е), то есть “Вау!”... это круто! Вы стали одним из десятков миллионов людей на Земле, кому пришла в голову эта гениальная мысль. Проблема только в том, что сегодня у Вас есть огромная куча конкурентов, которым та же мысль пришла в голову гораздо раньше и, вероятно, часть из них уже смогла её довольно успешно реализовать.

Кто виноват?

Никто!

Что делать?

Для начала дочитайте эту книгу до конца и, возможно, Вам станет яснее – какими должны быть Ваши дальнейшие действия.

Далее... могу Вас успокоить, – эта мысль посещает рано или поздно почти любого софт-разработчика.

Посмотрите вокруг – сколько успешных людей, которые смогли создать и раскрутить свой продукт или бизнес. Мы живем в эпоху стартапов!

Вы не виноваты в том, что кто-то додумался до этого 10, 15 или 20 лет назад (может Вы ещё тогда и не родились?) и поэтому... если Вы всё же твёрдо настроены на успех, то... что ж, лучше поздно, чем никогда.

Итак, что делать? Не сидеть сложа руки.

Да, рынок уже перенасыщен, и не тот, что был раньше. Но на самом деле сегодня возможностей продавать свои РНР скрипты не меньше, чем 10-15 лет назад, а в чём-то это даже намного проще сделать, чем раньше (преимущества развитого рынка).

Ниже по тексту Вы найдёте всё что Вам нужно знать для того, чтобы начать продавать свой РНР скрипт (ну или... почти всё).

Выбор проекта

Тут я сделаю небольшое вступление и объясняю, о чём пойдёт речь и зачем это всё вообще нужно.

Выбор типа проекта

Вообще, прежде чем Вы начнёте что-то делать, давайте определимся: что конкретно Вы ждёте от своего проекта. Я, вообще, по-жизни человек – фанат определений. Поэтому очень важно понять и определить для себя, какой тип проекта Вы собираетесь разрабатывать. От этого полностью зависит стратегия его раскрутки.

Существует несколько основных типов проектов:

1. Благотворительный.
2. Личный (персональный)
3. Большой общественной важности (пользы)
4. Бизнес-проект.

Каждый из этих типов имеет свои ограничения, свои правила раскрутки и привлечения средств. Давайте рассмотрим их поподробнее. Вам очень важно понять какой тип проекта Вы собираетесь создавать, чтобы у Вас было чёткое понимание того, что нужно делать, что можно и чего не стоит ожидать. А то иногда бывает так, что люди создают личный

проект, вкладываются в него как в личный проект и ожидают отдачи как от бизнес-проекта, а отсюда – разочарование. Извините, но так это не работает. Поэтому, давайте определяться.

Благотворительный

Из названия понятно, что к этому типу проектов я отношу такие, где Вы создаёте что-то, что предназначено для бесплатного пользования другими людьми. Например: сайт-визитка детсада №8 (куда Вы ходили в детстве) или сайт-реклама рыцарского фестиваля для Вашего друга, движок блога с красивым дизайном, скрипт-напоминалка о днях рождения друзей и т.д.

В общем, Вы уже поняли? Всё, что Вы собираетесь создать и отдать в бесплатное пользования другим людям.

Соответственно, денег Вы с этого проекта зарабатывать не собираетесь. А значит и средства на его создание это: Ваши личные ресурсы (в крайнем случае Ваших друзей или близких). Создавать его Вам придется в свободное от основной работы время. Этот проект – это просто Ваш дар человечеству, Ваш личный вклад в общество, Ваш персональный волонтерский проект.

Подводим итоги

Вложения:

Ваше личное время и персональные ресурсы.

Прибыль:

Внутреннее моральное удовлетворение от принесённой пользы другим людям. Улучшение “кармы”.

Личный (персональный)

Персональный проект, это проект, который Вы делаете для себя. Поэтому и основной, даже единственный бенефициар здесь – это Вы. Что может являться примером личного проекта? Например, Вы написали какой-нибудь компонент и выложили его на GitHub или сделали аппликацию для мобильного телефона, которая ведёт учёт рабочего времени или в автоматическом режиме проверяет наличие свободных мест на сайте заказа очереди к врачу. В любом случае это что-то что в первую очередь нужно Вам, а не кому то ещё.

Возможно Вам это нужно для портфолио, для самоутверждения или для приобретения опыта. Суть всё равно остаётся одна – Вы главный и, возможно, единственный получатель выгоды.

Подводим итоги

Вложения:

Ваше личное время и персональные ресурсы и возможно, помощь от друзей.

Прибыль:

Внутреннее моральное удовлетворение от созданного продукта, повышение самооценки, профессиональное развитие, улучшение своего портфолио. Возможно, небольшая

прибыль от заказчиков по кастомизации Вашего продукта под их нужды.

Социальный (большой общественной важности)

Проект большой общественной важности, как и благотворительный, нацелен на аудиторию вовне, то есть не на Вас. Но, в отличие от последнего, имеет две важные характеристики. Во-первых, он охватывает гораздо большую аудиторию (а не просто отдельные группы людей), а во-вторых, требует привлечения спонсоров и добровольцев, помогающих развитию и продвижению проекта.

Отсюда можно сделать вывод: при правильном подходе и раскрутке, а также поиском действительно заинтересованных спонсоров – такой проект может принести Вам деньги сопоставимые со средним доходом. Или же просто обеспечить Вам занятость на полный рабочий день за зарплату. Вытекает это из того простого факта, что подобного рода большие проекты невозможно полностью содержать за счёт волонтеров.

Как минимум, управляющему нужно платить зарплату.

Хорошим примером такого проекта является Wikipedia, бесплатные фреймворки, такие как Laravel, Yii (когда они только раскручивались) и т.д.

Подводим итоги

Вложения:

Ваше личное время и персональные ресурсы, помощь друзей и единомышленников. Очень важна помощь спонсоров.

Прибыль:

Внутреннее моральное удовлетворение от созданного продукта или услуги, повышение самооценки, профессиональное развитие, улучшение своего портфолио. Возможен заработок на постоянной основе в качестве управляющего, небольшая прибыль от рекламы.

Бизнес-проект

Этот тип проектов как и социальный, также нацелен на аудиторию вовне. Самое главное отличие его от трёх предыдущих в том, что здесь основная цель – это прибыль. Я бы даже сформулировал это следующим образом: первейшая и важнейшая цель бизнес-проекта – это получение прибыли.

Отсюда соответственно вытекает и способ организации компании, её цели, её маркетинговая стратегия и прочее. Но...! Всё упирается в прибыль. Если проект не преследует цель – получение прибыли или непонятно каким образом её получить, то это, увы, не бизнес-проект, а что-то другое.

Поэтому внимательно подумайте каким образом Ваш продукт или услуга смогут продаваться и приносить прибыль.

Подводим итоги

Вложения:

Ваше личное время и персональные ресурсы в большом объёме. Инвестиции в дело Ваших партнёров или сторонних инвесторов.

Прибыль:

Внутреннее моральное удовлетворение от созданного продукта или услуги, повышение самооценки, профессио-

нальное развитие, улучшение своего портфолио. Возможно – изменение Вашего социального и профессионального статуса. Возможно – большая прибыль от продажи Вашего продукта или услуги.

Почему так важно определиться с типом проекта?

Самая главная причина, по которой важно определиться с типом проекта заключается в том, что это поможет Вам избежать ошибочных действий и избавиться от неверных ожиданий, сэкономить Ваше время. Ну и, конечно, правильное понимания типа своего проекта поможет Вам распределить свои силы и ресурсы в нужном направлении. Поясню на простом примере. Если Вы развиваете проект как социальный, то не следует ожидать от него отдачи как от бизнес-проекта.

Поверьте, я видел такое не раз: человек разрабатывает что-то, что больше похоже на личный или социальный проект, а продвигает (продаёт) его как бизнес-проект. При этом он совершенно не понимает, как его проект будет приносить деньги. А суть в том, что социальный или личный проект не предназначен для заработка денег – у этого типа проектов совершенно иная цель и достигается она совершенно иными средствами, чем бизнес проекты.

Правильно определитесь с типом проекта – сэкономите себе время, ресурсы и нервы.

И напоследок: технически возможно перейти из одного типа проекта в другой. Если, например, Ваш личный проект вдруг нашёл потенциально прибыльную нишу и Вы видите, что он может выйти на другой уровень. Другой вариант – это

когда Ваш бизнес-проект изжил себя, но его идея всё равно настолько привлекательна, что Вы решаете не закрывать его, но просто перевести в разряд социальных. В итоге проект продолжает жить, пусть даже и не принося никакой прибыли.

Почему это работает?

Теперь, когда Вы определились с типом проекта, давайте поговорим о том, как и почему это работает.

Во-первых, в силу того, что PHP активно используется в вебе (слышали сказ про то, что 70% сайтов написаны на нём?). На PHP, как на популярный язык программирования, и на продукты написанные на нём существует определенный спрос.

То есть, если Вы напишите что-то на языке, который используют кроме Вас ещё 3 человека, то шансы продать это произведение софтверного искусства будут скорее всего невелики и наоборот... Логично, не так ли?

Во-вторых, раз уж существует спрос и он не маленький, то тут в действие вступает Теория Большого Рынка (сам её выдумал, не ищите в Интернете). Теория гласит – когда рынок огромен (а сегодня это так – ведь у нас через Интернет есть доступ практически ко всем уголкам Земли), то на этом рынке можно продать практически всё, – главное знать как! В каком количестве и за какие деньги – это уже другой вопрос. Но условно говоря, если на рынке есть 100 продавцов, а вы оказываетесь 101-ым, то и для вас найдётся место под солнцем, так как всем остальным придётся уступить всего лишь 1/100 своей доли на рынке, что может пройти практически незаметно (преимущества развитого рынка – как я

уже упоминал выше). Если Вам хоть раз в жизни приходилось что-то продавать на городском рынке – запчасти от За-За, ящик помидоров с истекающим сроком реализации или просто старый неработающий видеомаягнитофон, то вы меня поймёте. Когда Вы говорите “подвинься” одному единственному продавцу, то Вас видно и слышно всему рынку, но когда вы говорите “подвинься” сотне продавцов, то Вас вряд ли кто-то вообще заметит и если Вы расположитесь у входа на рынок и станете громко расхваливать свой товар, то к концу дня что-нибудь да и продадите.

Отсюда простой вывод – на большом рынке можно продавать многое (и даже не всегда супер качественное – хотя это, конечно, не повод писать всякую ерунду!). Для нас это означает, что при правильном подходе на ваш товар всегда найдётся покупатель и, возможно, даже не один. Как говорят, если Вы продали один раз – это случайность, если два – то это уже закономерность, ну а если три раза – то, возможно, нащупали потенциальный рынок.

Если ли в этом вообще какой-то смысл?

Думаю, что смысл есть и вот почему.

Даже если из всей этой затеи у Вас ничего не получится, – Вы всё равно приобретаете поистине бесценный опыт. Продвижение своего продукта на рынке требует намного больше знаний, чем есть у обычного разработчика и для успешной реализации проекта Вам придётся освоить немало смежных специальностей. Всё это в конечном счёте расширит Ваши горизонты и сделает Вас гораздо более продвинутым человеком в своей области, чем остальная масса народа в том офисе, где Вы работаете. А кроме того – изменит Вас в целом как личность в лучшую сторону.

Вы сможете ближе узнать рынок и понять, что ему действительно нужно: какие технологии востребованы, какие уже погибают и прочее.

Вам придётся получать отзывы клиентов, фиксировать свои баги – это может дать Вам понимание того, как не нужно писать код или наоборот, как писать его таким образом, чтобы этих самых багов было как можно меньше (глобальная проблема всех программистов). Всё это в конечном итоге будет способствовать выработке лучшего стиля программирования, ведь Ваш код будет проверяться в “настоящих боевых” условиях рынка.

Если на своей текущей работе Вы работаете над одним проектом, то новые знания и расширенный горизонт окажутся совсем не лишними, особенно, если Вы решите сменить эту работу на другую. Вполне вероятно, что приобретённые знания даже дадут Вам конкурентные преимущества по сравнению с другими кандидатами.

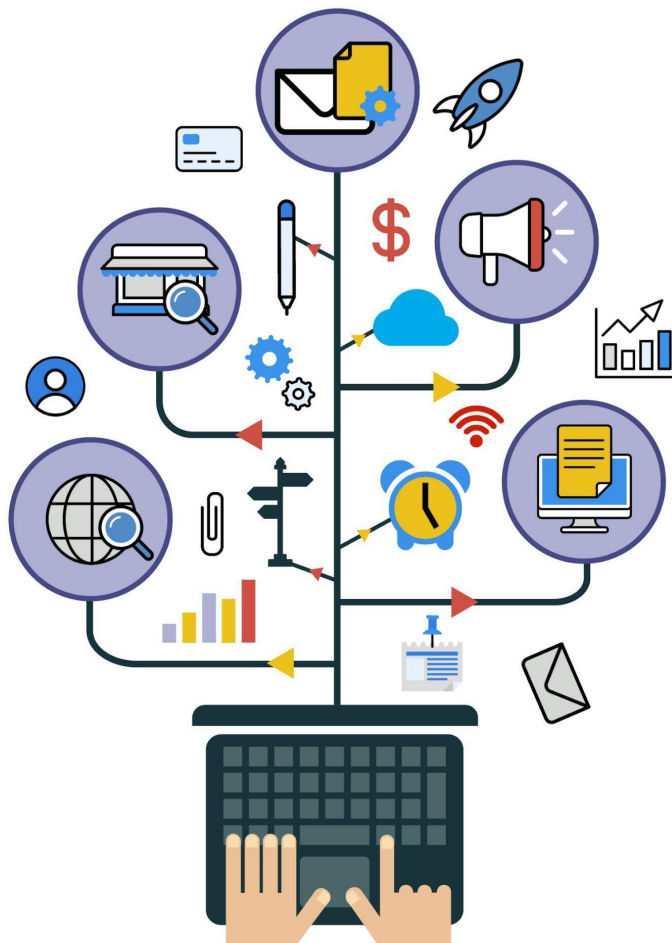
И последнее, кому-то это покажется спорным, но я считаю, что успех в продаже своего скрипта можно смело указывать в своем резюме. Лично я, зная сколько усилий и упорства требует организация и раскрутка своего мини-бизнеса по продажам софта, при прочих равных, отдал бы предпочтение кандидатам именно с таким опытом. Ведь это всё равно, что работать в одном лице разработчиком, тимлидом, проджект менеджером и продавцом.

Ну и... что тоже немаловажно, опыт продаж лишним в жизни не бывает, – не знаю никого, кому он мог бы помешать... Да, да... я уже слышу как Вы готовитесь произнести: да я вообще не продавец..., ненавижу продавать..., терпеть не могу продажи и всё, что с ними связано... и т.д и т.п.

Поверьте мне на слово!

Опыт продаж (не важно чего) – это одна из немногих вещей в жизни, которая всегда (да, Карл, всегда!) пригодится Вам в жизни.

Предпродажная подготовка



Ну... а теперь всё самое интересное. Готовы? Тогда поехали.

Вы действительно хотите продавать вот ЭТО?

Я не знаю, что Вы там написали и как Вы это написали – всё это абсолютно не важно.

Потому что не так важно ЧТО Вы продаёте, но важно КАК Вы это продаёте!

Мне вообще пофигу, что у Вас там какая-то супер-пупер идея, которая совершит революцию в мире программирования или чего-то там ещё (у меня самого таких идей с пару десятков, аккуратно записанных в специальной тетрадке). За последние 100 лет по этой земле ходили миллионы людей с невероятно крутыми идеями (лучше, чем у Вас), а также с карманами набитыми деньгами (больше, чем у Вас), но было совсем мало людей, которые могли превращать отдельно стоящие идеи в звон конкретно звенящих монет. Кроме того, не всегда хорошая и правильная идея может “выстрелить”, но иногда какая-нибудь “дурацкая” идея превращается в огромный бизнес.

Приготовьтесь, что 98% из того, что Вы услышите будет звучать примерно так:

– Да кому это нужно!?

– Кто сегодня такое продаёт, когда полно бесплатных скриптов и даже лучше чем у тебя?

– Зачем продавать, лучше выложи даром, пусть лучше на-

род скачивает и благодарит тебя, чем хулит и ругает...

– Это дорого, ты что?! Максимум, что ты можешь просить за такой скрипт – это 5 баксов.

– Ты же понимаешь, что не сможешь написать лучше, чем вон тот бесплатный движок, так что не выпендривайся, лучше займись делом.

– бла-бла-бла и т.д. и т.п.

Важно понять, что если Вы четко решили приобрести жизненный опыт по продвижению и продажам своего скрипта, то попросту должны проигнорировать подобные мнения других людей.

Да-да! Это может показаться странным, но для получения своего первого опыта, а точнее начального опыта, то есть вообще попытки что-либо сделать, лучше на этом этапе вообще ни с кем не советоваться. Иначе велики шансы, что Вы вообще никогда ничего не начнете. Человек существо социальное и очень немногим дано умение проигнорировать негативное, а часто и насмешливое отношение друзей и знакомых. Позже, когда Вы уже немного продвинетесь – начинайте спрашивать советов и искать что и как можно улучшить и сделать правильной.

Выбор названия для скрипта

Как говорил небезызвестный капитан Врунгель матросу Лому: "Как Вы яхту назовёте, так она и поплывет" (с).

Действительно, название продукта играет немаловажную роль в продажах и Ваш скрипт тут не исключение.

Основные функции у названия следующие:

- сообщить потенциальному покупателю сущность продукта. Например: DataGrid Component, Smart YouTube Uploader или даже LittleBlueCMS. Как видно из примеров, название продукта говорит само за себя. Это важно, когда Вы или Ваша фирма не являетесь ещё узнаваемым брендом. Кроме того название уже включает в себя ключевые слова поиска по Вашему продукту.

- застолбить название, торговую марку или зарегистрированный торговый знак. Например: MySoft Uploader, Rokko AdminPanel(TM) или GSX SmartModifier(R), где на первом месте идёт название компании, а на втором – название продукта. Кроме того, из таких названий легко формируется линейка продуктов: GSX SmartModifier(R), GSX SmartDownloader(R) и т.д.

Некоторые люди, в попытках изобрести уникальное название для своего продукта переходят всякие границы разумного, в результате чего иногда получаются такие монстры как SmartFusion2 SoC или RobasterGeekFusion Pro. Что это,

друзья? О чём?

В общем, давая название продукта подумайте хорошенько, а заодно поставьте себя на место покупателя и прикиньте как бы Вы отнеслись к продукту с таким названием. Попробуйте найти золотую середину между стремлением придумать уникальное имя и удобством запоминания, посмотрите что творится на рынке, какие названия дают продуктам в Вашей нише. В любом случае, на начальном этапе не убивайте на это слишком много времени – помните, что всегда можно сделать ребрендинг.

Оформление скрипта

Когда Вы создаете продукт, желательно чтобы он выглядел хорошо, а лучше – отлично. Все мы знаем, что упаковка играет немаловажную роль при покупке. Можно сказать, что существуют минимальные требования к скрипту, который ожидает увидеть человек, его приобретший. В нашем случае упаковку заменяет набор сопровождающих скрип файлов.

Это:

- файл README, где дается основная информация о продукте, его функционале, об авторах, об инсталляции, нужные ссылки и т.д. В принципе, в это файла начнется знакомство покупателя с вашим продуктом после покупки. Поэтому не пожалейте на него времени.

- файл INSTALL, в котором описывается процедура инсталляции и последовательность действий для её осуществления.

- файл UPDATE, в котором описывается процедура обновления с предыдущих версий и последовательность действий для её осуществления.

- файл GETTING STARTED, в котором описывается всё, что необходимо знать для начала работы со скриптом.

Это могут быть HTML или markdown файлы, разные или объединённые в один или просто обычные текстовые файлы. Рекомендую скачать пару скриптов известных компаний и

посмотреть, как решены подобные вопросы оформления у них.

Выбор типа кода: открытый или закрытый

Тип кода – это вопрос важный, если не один из основных.

Вам нужно решить, будет ли Ваш скрипт относиться к свободному ПО (открытый код) или к проприетарному (программное обеспечение, являющееся частной собственностью авторов или правообладателей).

Смысл вытекает из названия. Свободное – после того, как Вы отправили его в плавание, Вам не принадлежит и люди имеют право его менять и вносить изменения, иногда даже создавать на его основе новые продукты и продавать их как свои.

Проприетарное – это значит, что владельцем остается автор. В не зависимости от того, какими правами он вас наделил (даже если Вам дано вносить изменения в код), перепродавать его Ваш клиент уже не сможет, хотя может использовать его для своих проектов.

В целом, это очень грубое сравнение, потому что лицензий существует огромное множество и различий между ними тоже. Единственное, что Вы должны знать – свободное ПО *не означает автоматически бесплатное* (как многие думают)!

Как правило люди не хотят открывать свой код и вот по каким причинам:

– я написал этот код, а кто-то просто возьмёт и скопирует его;

– я не люблю, когда другие копаются в моём коде и делают мне свои замечания, я пишу как умею;

– я боюсь, что другие найдут баги в моём коде и смогут их использовать для взлома сайтов моих клиентов;

– я боюсь, что люди увидят уровень моего программирования и не захотят покупать скрипт или попросят возврат денег и т.д. и т.п.

С другой стороны, у ПО с открытым кодом есть свои преимущества:

– Существует огромное сообщество сторонников ПО с открытым кодом, множество ресурсов где можно его рекламировать и продавать.

– Ваши пользователи одновременно являются Вашими тестировщиками и даже... разработчиками. Если Вам удастся создать сообщество фанатов Вашего продукта, то часть этих пользователей сможет внести свою лепту в качестве разработчиков, т.е. писать какие-то модули для Вашей программы, предлагать новые идеи в разработке, помогать находить баги в коде и т.д.

– Вы получаете бесплатную обратную связь от своих пользователей (что не маловажно если у Вас небольшая фирма и нет денег разориться на качественную проверку кода – QA).

– Быть разработчиком ПО с открытым кодом – это очень интересный и полезный опыт, который Вам обязательно при-

годится в будущем.

В общем, решать Вам – здесь нет однозначного ответа что хорошо, а что плохо. Всё зависит от бизнес модели, которую Вы хотите реализовать.

Выбор лицензии

Выбор лицензии, на самом деле, непосредственно вытекает из того, какой тип кода Вы хотите использовать.

Если Вы решили продавать свой продукт с закрытым кодом, то тут можете использовать фантазию на полную мощность. В своей лицензии Вы можете написать всё, что Вам хочется (по большому счёту). Рекомендую посмотреть на то, как пишут лицензии Ваши конкуренты или кто-то, кто продаёт ПО с закрытым кодом.

Если же Вы решили продавать скрипт по лицензии с открытым кодом, то их существует огромное количество:

- GNU, General Public License (GPL). Это одна из ключевых лицензий, которая используется при написании открытого ПО.

- GNU Lesser General Public License (LGPL). Дает больше прав, чем GPL. Главное отличие в том, что она позволяет использовать продукты LGPL в проектах, которые распространяются под другими лицензиями.

- BSD (Berkeley Software Distribution). В этой лицензии не такие строгие правила, как в GPL. BSD-лицензий существует несколько видов.

- MIT license (Massachusetts Institute of Technology). Очень короткая и достаточно свободная лицензия. Она разрешает использовать, копировать и модифицировать про-

граммное обеспечение на ваше усмотрение. ПО можно предоставлять бесплатно или даже продавать. Ограничений почти нет.

– и т.д.

Для интересующихся этой темой подробно – привожу список полезных ссылок:

- [Википедия – Открытое программное обеспечение](#)
- [Хабр – Лицензия для вашего open-source проекта](#)

Выбор типа модели продвижения: SAAS или продажа готового софта

Выбор правильной модели продвижения имеет ключевое значение для Вашего бизнеса.

От него зависит, в принципе, сможете ли Вы раскрутить свои продажи. Но.. здесь нет правильного решения – всё зависит от конкретной ситуации. В каждой модели есть как плюсы так и минусы.

Самый простой вариант модели продвижения – это продажа готового софта.

Это означает, что Вы продаете готовый скрипт, а клиент устанавливает его у себя на сервере.

Плюсы:

- Простота и понятность модели обслуживания.
- Отсутствуют издержки на обслуживание серверов, все технические вопросы, а также вопросы нахождения сервера или хостинга должен решать сам клиент. От Вас требуется только, чтобы Ваш скрипт работал без проблем.
- Стандартные способы техподдержки: форум, база данных по распространенным вопросам, онлайн служба тех.поддержки и т.д.

Минусы:

- Сложности в создании постоянного денежного потока, т.е. клиент купил Ваш скрипт и на этом Ваша прибыль от

него закончилась.

– Скрипт должен работать на максимально широком спектре различных серверов или хостингов, т.е. Вы не знаете в какой среде клиент установит Ваш скрипт.

– Соответственно и техподдержка будет требоваться для различных сред, в т.ч. и для сред со старыми и нестандартными настройками.

Другой вариант модели продвижения – это SAAS.

SAAS – это Software as a service (программное обеспечение как услуга), одна из форм модели обслуживания, при которой подписчикам предоставляется готовое прикладное программное обеспечение, полностью обслуживаемое провайдером. Например, Ваш клиент платит ежемесячную плату за доступ к своему сайту, при этом сайт установлен на вашем сервере и клиент может им пользоваться до тех пор, пока это позволяем оплата.

Плюсы:

– Известность модели обслуживания
– Потенциальная возможность создания постоянного денежного потока, т.е. клиент платит Вам постоянно, пока пользуется продуктом.

– Скрипт работает только на Вашем сервере, а значит нет необходимости в поддержке функциональности скрипта в различных средах.

– Простота в техподдержка, в плане того, что починка багов или выкатка новых версий будет происходить у всех кли-

ентов сразу.

Минусы:

– Сложность в наборе постоянной клиентуры, люди не любят постоянные платежи, увы. . .

– Требуется сервер, на котором будут запускаться скрипты для Ваших клиентов, соответственно издержки на его обслуживание и техподдержку.

– Большая уязвимость, так как всё находится на одном сервере.

Существуют и иные способы продвижения, но мы в данный момент рассматривать их не будем. В принципе, можно использовать вышеуказанные методы как по отдельности, так и совместно – всё зависит от концепции Вашего бизнеса.

На чём можно зарабатывать деньги, продавая ПО с открытым кодом

Как уже говорилось выше, открытый код – это не значит бесплатный. Это то, что путает многих. ПО с открытым кодом – это тоже товар и его производитель может попросить за пользование его трудом соответствующее вознаграждение.

Как правило Вы можете заработать на следующем:

1. Продажа скрипта как такового, т.е. клиент платит за то, что приобретает Ваш скрипт. Вы можете продавать несколько версии продукта: зашифрованную или с открытым кодом – соответственно за разные суммы.

2. Вы можете продавать подписку на обновления. То есть клиент покупает текущую версию Вашего скрипта, но если он хочет получить будущие обновления, за них придётся заплатить.

3. Вы можете брать деньги технической поддержку и послепродажное обслуживание.

4. Вы можете брать деньги за разработку новых модулей или нового функционала.

5. Вы можете брать деньги за обучение пользованию Вашим продуктом.

То есть, как видите, и на ПО с открытым кодом есть на чём заработать. Главное попытаться найти свою нишу и понять,

что нужно рынку.

Как избежать недобропорядочного использования Вашего скрипта

Этот вопрос волнует многих и не только тех, кто продаёт ПО с открытым кодом.

Тут я Вас должен успокоить: если Вы продаёте open-source продукт – его обязательно кто-то “украдёт” и выложит в сеть. Избежать этого не удастся. Но не надо отчаиваться.

Тут всё зависит от того как на это посмотреть.

1. Конечно, open-source – это всегда риск. Ведь если бы код был бы закрытым, то чтобы взломать программу потребовались бы определенные навыки, а так – любой, кому я не понравился, может взять и слить мой код в Интернете на каком-нибудь сайте “nulled” скриптов.

2. Бояться этого не нужно, так как это в принципе бесплатная реклама для Вас. Плюс куча людей сможет протестировать Ваш скрипт, написать о найденных багах и т.д. Возможно даже кто-то из них в дальнейшем даже купит его.

3. Единственное, что нужно сделать, так это то, что слитая версия скрипта не сможет полностью убить Ваш бизнес. Но это в принципе, общий принцип – не складывать все яйца в одну корзину. Сделать это можно, например, если новые обновления высылаются только зарегистрированным пользователям и требуют отдельной установки.

В целом, от недобросовестного использования или копи-

рования не застрахован никто и ни в чём. Здесь нас выручит только то, что большая часть людей всё таки люди порядочные и не будут пытаться купить ворованную программу. Те же, кто так поступать не собирается всегда будут искать способ обмануть Вас.

Шифрование кода

Если же Вы всё же решаете зашифровать код своей программы, например для версии PRO (оставив код открытым для бесплатной версии), то тут у Вас два варианта: зашифровать всю программу или только её самую основную часть (ядро).

Какого-то “правильного” решения здесь нет, всё зависит от Вашего продукта и реакции рынка.

Шифровать только ядро – немного проще, но тут проблема в том, что Вам нужно создать скрипт, часть которого может работать с зашифрованным кодом. Если же весь код зашифрован, то тут всё просто – пользователь должен установить специальную программу-дешифровщик у себя на сервере и “вуаля” Ваш скрипт будет запускаться и работать как ни в чём не бывало.

Вот несколько примеров подобных программ: [ionCube](#) и [SourceGuardian](#)

Регистрация торгового знака

Вопрос торгового знака – вопрос безусловно важный. Основная проблема здесь в том, что нет каких-то абсолютно универсальных международных законов на этот счёт. Всё зависит от конкретной страны и законов, которые в ней приняты.

Если Вы продаете свой продукт не только в стране проживания, но и в других странах – то тут скорее есть смысл прислушаться к законам той страны, которая имеет больший вес в подобных вопросах и это, безусловно, на сегодняшний день – США.

Однако это не значит, что завтра Вы должны бежать и регистрировать торговый знак в США или в Евросоюзе или где-то ещё. Процедура эта не простая и требует времени, а также денег.

Поэтому прежде чем решить, что Вы будете регистрировать торговую марку – взвесьте все ЗА и ПРОТИВ, проконсультируйтесь у юриста и убедитесь, что Вам это действительно нужно.

Учтите также, что существуют различия в терминологии касаемые торговых марок в различных странах: торговая марка, торговый знак, товарный знак, зарегистрированная торговая марка, брэнд и т.д. При кажущейся смысловой схожести, юридически это могут быть совершенно различные

термины.

Патенты

Эта глава будет очень короткой. Патентование – это долгая и выматывающая процедура. Есть смысл ей заниматься, только если у Вас действительно есть что-то, что может быть запатентовано или же для Вас это принципиальный вопрос. Но в области написания РНР скриптов это маловероятно – ведь Вы пишете открытый код.

Как назначить цену?

Вопрос цены – это одни из самых принципиальных вопросов. Почему? Всё просто: назначите маленькую цену – не купите своих затрат, назначите высокую – отпугнёте потенциальных покупателей и не продадите скрипт.

Когда я впервые решил продать свой PHP скрипт, то обратился за советом к своим друзьям. Меня раздирали сомнения. С одной стороны, мне хотелось заработать много денег, с другой стороны я боялся, что качество моего скрипта не будет соответствовать заявленной цене и что другие программисты попросту начнут меня высмеивать. Несколько схожих с моим скриптов распространялись либо бесплатно (см. благотворительный или личный проект) с ужасным качеством, либо же цена по ним доходила до 400 долларов (непонятно за что).

Но я понимал, что мой скрипт – вещь нужная другим программистам и владельцам небольших бизнесов (я и сам часто и много пользовался им в своей работе) и что на его написание нужно потратить немало времени, а значит тот, кто его купит – сможет сэкономить и своё время. А время – это деньги. Стало быть – я спокойно могу просить за свою работу финансовое вознаграждение. Вопрос был только в том: сколько?

Мои друзья, в целом, идею продажи раскритиковали.

Часть из них сказали: зачем тебе это вообще нужно? Выложи бесплатно и дело с концом. Другие советовали брать по одному доллару – типа, если будет очень маленькая цена, то купит каждый. Советов было много и все они были разные, а в результате... почти два года я вкладывал кучу своего свободного времени и ресурсов в развитие скрипта и позволял пользоваться им бесплатно. Его скачали сотни тысяч людей. Было ли это плохо? Нет, я получил бесценный опыт общения с пользователями и научился очень многому.

Но плохо было другое – то, что я позволил мнению других повлиять на моё решение. Если бы изначально я прислушивался только к своей интуиции, а не к мнению моих друзей и знакомых – я бы всё сделал по другому. И, возможно, сегодня этот скрипт выглядел бы иначе. Повторюсь – я не жалею об этих двух годах, когда я разрабатывал и продвигал свой продукт бесплатно, но сегодня я точно знаю, что превратив его в коммерческий продукт на более раннем этапе, я бы смог сделать его намного лучше. Хотя бы по одной простой причине – у меня для этого были бы необходимые финансы и возможность нанять в помощь других программистов.

Надеюсь Вы поняли, что урок, который я вынес для себя был следующий:

Прислушивайтесь к своей интуиции, а не к советам “экспертов”

Итак, как же всё-таки определить цену для своей програм-

мы? Точного ответа на этот вопрос Вам никто не даст. Самый правильный способ – это тестирование разных ценовых зон с целью найти наилучшую для Вашего продукта. Но на это нужно время и желание, а они есть не у всех. Поэтому рассмотрим парочку простых способов назначить цену, без особых заморочек.

Итак, варианты:

Сверхнизкая цена

Самый простой способ, без заморочек. Согласитесь, долго думать не надо. Вы просто назначаете стоимость своего продукта в размере \$0.99 или \$5 (как Вам больше нравится), в зависимости от ниши к которой собираетесь его продавать и всё. В идеале, все видят эту сверхмалую цену и не задумываясь с ней расстаются (ведь никому не жалко потратить доллар или около того за нужный продукт).

Главная проблема в назначении такой цены – это объёмы продаж. Чтобы заработать достаточно денег при такой цене – Вам нужны десятки и сотни тысяч продаж. Технически такое возможно, например, если Вы написали аппликацию для мобильного телефона и она попала в топ в одном из маркетплейсов. Решать Вам – просто заранее оцените объём потенциального рынка, а также Ваши возможности. Не забудьте про себестоимость производства продукта, окупится ли оно при такой цене?

Сверхдорогая цена

Также довольно простой способ. Тактика эта известна как “вывод продукта в категорию премиум-класса”. Вы просто назначаете сверх высокую цену, с тем, чтобы даже она продажа принесла Вам значительный доход. Вряд ли у Вас из будет много, но этого в данном случае и не нужно. Простой пример: Вы написали крутую CMS и решили продавать её за \$1990. Если у Вас будет всего лишь один-два покупателя в месяц (предположим, что найдутся такие), то Вы уже получите довольно хорошую прибыль. Вопрос только в том, как и где найти таких покупателей.

Правило 10-ти процентов

Ещё одним из популярных способов является так называемое “правило 10%”. Смысл его в следующем. Для начала оцените стоимость своего проекта как если бы его заказали у фрилансера. Теперь возьмите от неё от 5ти до 10ти процентов. Это и будет цена Вашего продукта. Такой способ позволяет грубо прикинуть “справедливую” цену продукта. Ведь знающий покупатель поймет, что продукт отдадут за 10% от цены, по которой его можно получить при заказе у сторонних производителей, причём тут же, уже готовым к исполь-

зованию.

Оценка рынка

Существует ещё один, довольно распространённый, способ нахождения правильной цены. Он заключается в том, что Вы должны исследовать рынок и выяснить сколько стоят продукты подобные тому, что Вы собираетесь продавать. Такой способ позволит Вам довольно быстро узнать какова наименьшая и наибольшая цена для Вашего продукта, а значит Вы сможете выставить ту цену, которая кажется Вам наиболее привлекательной в заданном промежутке. И к тому же, Вы будете уверены, что это вполне адекватная цена, приемлемая на рынке, а не взятая “с потолка”.

Оценка через пожертвования.

Как ещё один из вариантов возможной оценки стоимости Вашего продукта является оценка стоимости пожертвований. Предположим, что Вы решили сперва не продавать свой продукт, а выложить его в бесплатное пользование, но тем, кому он понравился, Вы предлагаете сделать добровольное пожертвование. Как правило, если у Вас действительно полезный продукт, часть Ваших пользователей пожертвует ту или иную сумму. Сегодня это стало “хорошим тоном”. По

размеру этих жертвований Вы сможете прикинуть минимальную цену своего продукта, так как обычно на жертвование человек даёт меньшую сумму, чем он готов был бы заплатить, если бы товар был платным.

Приведу пример из собственного опыта. У меня была программа, которая распространялась бесплатно. Какая-то часть пользователей сделала донацию на разные суммы, которые колебались от 10-ти до 20-ти долларов, а один даже заплатил 50 (по его утверждениям моя программа помогла ему в подготовке научной работы). Оценив эти суммы я решил, что справедливая цена для моего продукта – \$25,95

Как мне казалось тогда – это было гениальное решение. На сегодняшний день я думаю, что даже если бы я начал с \$39, то никакой особой разницы не было бы (ниже мы рассмотрим как нужно тестировать и менять цену).

Один из важнейших моментов, о котором необходимо упомянуть – это себестоимость Вашего продукта. Зачем это нужно знать? Во-первых, для того, чтобы точно понимать какой должно быть минимальная цена Вашего продукта. Во-вторых, чтобы Вы смогли просчитать, сколько времени, денег и прочих ресурсов Вы тратите на производство, воспроизводство и поддержку этого продукта. Себестоимость – это отправная точка для определения справедливой цены.

Мы рассмотрели здесь далеко не все способы формирования цены для Вашего продукта. И если честно, то эта тема достойна вообще отдельной статьи или даже книги. Поэтому,

если Вы захотите узнать побольше, то постаравшись, обязательно найдёте всю необходимую информацию в Интернете.

Цена назначена, что теперь?

Итак, Вы назначили лучшую цену в мире! Что же теперь? Тут у Вас два варианта: первый – оставить всё как есть и больше никогда и ничего не менять. Зачем? Ведь Вы же нашли идеальную цену. Вариант второй – продолжать играть с ценой с тем, чтобы не отстать от рынка и нащупать, быть может, лучший вариант.

Что из этого выбрать – решать Вам, я прошёл оба эти варианта, от полного отрицания необходимости изменения цены (зачем, ведь \$24,95 – это лучшая цена по “фен-шую”) до осознания того, что любая, даже идеальная цена, не может оставаться такой вечно. Всё меняется, меняются условия на рынке, технологии, появляются новые конкуренты и т.д. Ваша цена должна меняться вместе с рынком.

Итак, Вы можете либо оставить цену неизменяемой, либо периодически корректировать её. В какую сторону?

Здесь всё зависит от первоначальной цены и прочих данных.

Если изначально Вы установили минимально возможную цену, то можете попробовать понемногу её поднимать. Технически, если Вы поднимите цену на 10%, то скорее всего Ваших покупателей это не отпугнёт. Вы также можете менять цену в зависимости от сезона, поведения конкурентов, появления новых технологий и т.д.

Рекомендую Вам прочитать пару хороших книг о ценообразовании, ибо тема эта довольно обширная и в двух словах её не описать.

Продажи – двигатель Вашего проекта



Где продавать свой скрипт?

Проблема где и как продавать свой софт существует уже много лет (скажем, порядка 25-ти), с тех пор как громкая поступь shareware стала раздаваться по планете и за это время было придумано немало способов как её решить.

Рассмотрим их поближе.

Вариант 1. Свой сайт, продажи со своего сайта

Вы строите свой собственный сайт, на котором предлагаете потенциальным клиентам выбор товара. Вам также придётся построить и имплементировать всю инфраструктуру, связанную с управлением товара, клиентов, платежей, созданием отчетов и статистики.

Это довольно трудоемкий процесс, особенно если Вы собираетесь создать свой сайт с нуля, а не воспользоваться готовым решением.

Кроме того, даже если Вы сумеете быстро и качественно создать такую систему, её поддержка также потребует определённого времени, а значит это время будет использовано за счёт того, которое Вы могли бы потратить на развитие своих продуктов.

Из плюсов можно отметить только только то, что это Ваш сайт, а значит Вы сможете создавать там такие “фишки”, которые будут заточены конкретно под Ваши специфические нужды.

Вариант 2. Свой сайт, продажи с сайта ритейлера

У вас есть свой простенький сайт, где вы предлагаете свой продукт, но Вы не хотите заморачиваться с интеграцией платёжных систем и приёмом оплаты у себя. Всё, что Вам нужно – это найти парочку сайтов, которые предлагают услуги по размещению продуктов в каталогах и приём онлайн платежей. Это один из старейших способов продажи скриптов. Ниже Вы можете найти пару ссылок на подобные сайты:

- ShareIt: <https://mycommerce.com>
- Regnow: <https://regnow.com> (был куплен ShareIt)
- Tradebit: <https://tradebit.com>
- Clickbank: <https://clickbank.com> (один из старейших на Земле)

И так далее. Я специально не даю больше ссылок, так как Вы сами сможете без особого труда найти в Интернете ещё с десятков подобных, таких как Codecanyon (<https://codecanyon.net>), Codester (<https://www.codester.com>) и прочие.

Итак, при этом способе, всё что нужно это – создать простенький сайт, и зарегистрироваться на сайте дигитального ритейлера. Далее, Вы загружаете свой продукт на сайт ритейлера, генерируете ссылку на него и публикуете эту ссылку на своём сайте. Когда потенциальный покупатель заходит

на Ваш сайт, то он может получить на нём всю необходимую информацию: описание продукта, скриншоты, видео, УТП (уникальное торговое предложение) и т.д. и т.п. А при нажатии кнопки “Buy Now” он будет перенаправлен на сайт ритейлера, где сможет выбрать подходящую форму и способ оплаты. И это всё – после оплаты покупатель как правило будет автоматически перенаправлен обратно на Ваш сайт. Просто и очень удобно. Не надо создавать свою админку по управлению продуктами и продажами, скидками, клиентами, статистикой и прочим. Всё это будет доступно Вам на сайте ритейлера. Поверьте, это огромная экономия времени и ресурсов.

Вариант 3. Без сайта, продажи с сайта ритейлера

Как ещё один вариант предыдущего способа – это продажи с сайта ритейлера (их ещё называют торговыми площадками – software marketplaces), но без своего сайта. Все плюсы предыдущего варианта сохраняются. Единственный минус – у вас нет своего сайта в Интернете, а это значит, что нет своего “лица” – всё равно, что у бизнесмена нет своего офиса. Впрочем как быстрый способ начать продажи или протестировать рынок на предмет реакции на Ваш продукт – это вполне подходит. Впоследствии, я всё же рекомендую создать свой сайт, хотя бы в качестве сайта-визитки.

Как создать работающий бизнес

Итак, предположим, Вы создали некий продукт, в данном случае – скрипт. Вы считаете, что он несёт в себе некую ценность, а значит его смогут купить, то есть Вы сможете обменивать его на определённую сумму денег. Вы даже создали свой сайт, красиво его оформили и подключили платёжную систему. Всё прекрасно... и Ваше воображение уже рисует толпы интернет-пользователей, посещающие Ваш сайт и совершающие покупки... Класс! Проблема только в том, что кроме Вас никто об этом продукте не знает.

То есть... вообще никто! И в этом суть проблемы.

Для наглядности я всегда привожу один простой пример – это простой мысленный эксперимент – назовём его “Киоск в пустыне”..

Представьте, что Вы открыли киоск по продаже газированной воды в пустыне. Вы всё правильно рассчитали, нашли незанятую нишу, у Вас есть потенциальные покупатели (странники в пустыне) и востребованный продукт (газировка). У Вас современно и красиво оформленный киоск (пришлось вложить в это дело свои сбережения), где каждая деталь была продумана до мелочей, включая цветовую гамму окраски стен, слоганы и т.д. и т.п. Вы даже задержали открытие на пару недель, чтобы довести внешний вид своего киоска до полного совершенства (Вы ведь перфекционист и лю-

бите всё доводить до конца). И вот... открытие, звучат фанфары, пришло даже пару Ваших родственников, чтобы поддержать Вас морально и попить вкусной газировки на “халяву”.

Вы на вершине блаженства – Вы крутой бизнесмен! Все это видят и ценят, а некоторые Вам даже завидуют. Но вот прошёл день, 2, 10, 20 и даже 30 дней после открытия, а покупателей всё нет и нет. Парочка туристов-экстремалов, не понятно каким образом оказавшихся в этих краях, скинулись, чтобы купить один стаканчик газировки... Вы раскошеливаетесь на рекламу... Однако результат не намного лучше прежнего. Через полгода, отчаявшись, Вы закрываете свой киоск, никому об этом сильно не распространяясь.

Ничего не напоминает?

Пустыня – это Интернет, киоск – это интернет-магазин. Газировка – это ваша идея (товар).

Я сталкивался с подобным способом открытия бизнеса много раз. И люди, которые пытались запустить такой бизнес – это толковые и умные люди, у многих за плечами высшее образование и успешная карьера. Они не понимали только одного: они ставили телегу впереди лошади. То есть сначала они создавали свой бизнес, а затем искали покупателей. Или они считали, что в той области, где они запустили бизнес, покупатели уже существуют и только ждут возможности потратить свои кровные деньги.

Я не говорю, что такой подход не имеет права на жизнь.

Он конечно же возможен, но это – не бизнес, это – стартап, а различие в создании и развитии бизнеса и стартапа огромны, путать их нельзя. В этой статье мы говорим о бизнесе и поэтому стартаповский подход не рассматриваем вообще.

А в бизнесе всё начинается с продаж!

Или перефразируя вышеописанный мысленный эксперимент:

Сначала строим продажи, и лишь потом – киоск.

В качестве подтверждения этой идеи расскажу Вам правдивую историю из моего личного опыта.

В начале 90-х, когда экономическая ситуация была, скажем прямо, на грани выживания, многие люди пытались заработать продавая на рынках всё, что было в доме. Мы жили в часе езды от границы с Россией и каждый день толпы людей на автобусах или своих личных машинах ехали на ближайший российский рынок – кто в Псков, кто в Смоленск и продавали там либо старые вещи, либо белорусские продукты. Белорусские продукты ценились, да и в пересчете на российские деньги получалось, что перепродажа приносила в 2-3 раза больше вложенного.

Это, так сказать, присказка. А вот и сказка: мы с моим другом приехали на рынок в небольшой российский городок. Уже не помню, какой товар мы привезли – продавался он плохо, с трудом смогли окупить билет на обратную дорогу. На дворе стояла зима, было где-то минус 15. И тут мы увидели, как подъехал мороженщик с тележкой и к нему мгновенно

но выстроилась в очередь толпа народа. Мороженное было так себе, обычное, в бумажных стаканчиках, но люди стояли в очереди, чтобы его купить. Мы с моим другом переглянулись и сразу всё поняли. В нашем городе была отличный молокозавод, которые производил разнообразное мороженное, в том числе и “эскимо” в шоколадной глазури. Если уж мороженное в бумажном стаканчике разбиралось в мгновение ока, то что же будет с “эскимо”?!

Через пару дней мы уже стояли у входа на городской рынок с 4-мя коробками глазированного мороженого, теряясь в догадках – как люди отреагируют на наш товар. Однако действительность превзошла все ожидания – мы не успевали открывать коробки, наше мороженное шло на расхват. Где-то через пол-часа мы уже покупали билет на обратную дорогу: весь товар был распродан полностью. Вот так, увидев возможность на рынке мы смогли её реализовать. В дальнейшем у нас появились конкуренты (такими глазастыми оказались, увы, не мы одни) и проблемы с таможней, но это, как говорится – уже совершенно другой рассказ.

Как продвигать свой скрипт (продукт)

Существуют различные способы продвижения своего продукта, различающиеся по ряду признаков. Мы с вами рассмотрим разделение по двум основным категориям: бесплатные и платные. Рассматривать такие категории как: незаконные или полу законные способы рекламы продукта мы с Вами не будем. Если Вам интересна эта тема – Вы сами без труда найдёте много информации в Интернете.

Итак, начнём с последнего.

Платное продвижение продукта

Если у Вас новый или малоизвестный продукт, то лучшим и наиболее быстрым способом заявить о нём является платная реклама. Я не призываю Вас тратить на рекламу много денег, но недорогая платная рекламная компания реально поможет Вам довольно быстро прощупать рынок на предмет его заинтересованности в Вашем продукте.

Плюсы:

1. Скорость тестирования.
2. Возможность проводить A\B тесты (тестировать различные варианты объявлений).

3. Возможность настройки рекламы на таргетированную группу.

Минусы:

1. Расходы на рекламу.

В целом, платная реклама имеет две цели: сообщить миру о Вашем продукте, а также привлечь потенциальных покупателей. Если Вы сможете выстроить свою рекламную компанию таким образом, что прибыль от полученных продаж с привлечённых клиентов будет больше, чем расходы на неё, то считайте, что Вы создали себе идеальный “генератор дохода”.

Подобные объявления Вы можете давать через:

- Google AdWord
- Yandex.Direct
- Facebook Ads
- и так далее...

Чтобы было понятней, давайте рассмотрим простой пример. Допустим, Вы создали рекламную кампанию и установили цену за клик (переход на сайт) в размере \$0,10. Ваша реклама привлекла 1000 клиентов, то есть Вы потратили \$100. Эти клиенты купили 3 экземпляра Вашего продукта стоимостью \$39,90. Таким образом, напрямую Вы заработали на рекламе \$19.7.

Расчёт прибыли:

$$\text{Прибыль} = \$39,90 * 3 - \$100 = \$119.7 - \$100 = \$19.7$$

Что это значит? Может быть, если Вы увеличите реклам-

ный бюджет в 2 раза, то и прибыль тоже увеличится в 2 раза, то есть потратив \$200 Вы сможете вернуть себе их же плюс ещё \$39.4?

Вполне возможно, хотя всё не так просто как кажется на первый взгляд. Умение выстроить правильную и прибыльную рекламную кампанию требует определённых знаний и навыков. Впрочем, при желании Вы сможете найти достаточно информации в Интернете о том, как научиться создавать, конфигурировать и оптимизировать рекламные кампании. Может даже быть Вам так понравится, что Вы решите стать профессионалом в этом деле, кто знает...

Конечно, каждый, кого Вы смогли привлечь на свой сайт не обязательно станет покупателем. Такой процесс, когда посетитель становится покупателем называется конверсией и это один из важнейших показателей при оценке работы Вашего сайта.

Для ориентира, просто чтобы у Вас было хотя бы приблизительное понятие о том, как работает реклама в Интернете скажу, что в среднем считается нормальной конверсия 1 к 250. Это значит, что из 1 из 250 человек посетивших Ваш сайт совершил покупку. Цифра эта, конечно же, очень приблизительная и сильно разнится в зависимости от страны, тематики сайта и т.д., но в качестве начального ориентира вполне подойдёт.

Бесплатное продвижение продукта

Если же не денег на платное продвижение продукта нет, то никто не запрещает Вам делать это бесплатно. Более того, есть смысл совместить эти два направления. Что же такое бесплатное продвижение вообще?

Представьте себе, что Вы хотите продать свой чайный сервис, для этого Вы написали объявление от руки и приклеили его на ближайшей автобусной остановке. Само создание объявления Вам ничего не стоило, не считая листа бумаги и клея. Теперь все, кто будет ждать автобуса на данной остановке, в попытке скоротать время, сможет ознакомиться с Вашим объявлением. Возможно кого-то оно заинтересует и Ваш сервис найдёт своего покупателя.

Конечно, если только работники муниципалитета или хулиганы не сорвут Ваше объявление раньше.

Рассмотрим плюсы такого варианта.

1. Низкая или практически нулевая себестоимость рекламного объявления.
2. Возможность масштабирования, что означает – Вы можете найти множество подобных площадок и опубликовать то же самое объявление много раз.

А теперь минусы:

1. Это не таргетированная реклама – Вы “стреляете по площадям”. Возможно Ваше объявление увидят много лю-

дей, но сколько из них действительно будут заинтересованы в Вашем продукте?

2. Как и в примере с чайным сервизом – Вашу бесплатную рекламу могут в любой момент удалить. Вы ведь за неё не платили, а стало быть никаких особых прав у Вас на неё нет.

Публикация в софт каталогах.

Вы можете опубликовать информацию о своём продукте в бесчисленных софт каталогах (Вы удивитесь, но они всё ещё существуют!).

Для начала Вам нужно создать PAD файл – это файл в формате XML, который содержит всю необходимую информацию о Вашем продукте. Файлы в подобном формате легко читаются и по сути являются стандартом в shareware. Без него придётся заполнять одни и те же данные в формах регистрации по многу раз. Более подробно Вы можете почитать об этом формате в Википедии: https://en.wikipedia.org/wiki/Portable_Application_Description

Так как подобных каталогов огромное количество (их сотни), то я дам всего лишь ссылку на официальный PAD репозиторий: <http://repository.appvisor.com>

Для начала зарегистрируйте свой продукт там. Что касается регистрации в других каталогах, то вручную проделать такую работу довольно тяжело (да и непродуктивно, честно говоря), поэтому лучше воспользоваться услугами по авто-

матической регистрации Вашего продукта во всех известных (да и малоизвестных тоже) каталогах. Подобные услуги стоят не дорого (обычно от \$30 до \$100), зато Вы сможете сэкономить десятки часов своей работы.

Во-первых, подобную услугу предоставляет сам PAD репозиторий, а во-вторых, существует программы типа RoboSoft, которые выполняют всю эту работу за Вас. Вот две ссылки на интересующие Вас сайты:

- PAD репозиторий: <http://repository.appvisor.com>
- Robosoft 4: <http://robosoft.rudenko.com>

Публикация на сайтах с рекомендациями и обзорами софта

Ещё одним подспорьем для Вас может оказаться публикация информации о Вашем софте на других специализированных сайтах, так называемых “рекомендательных”.

Сегодня многие пользователи, прежде чем купить Вашу программу пожелают узнать, а не мошенник ли Вы и как другие пользователи оценивают Ваш продукт. Так как спрос на подобные услуги был достаточно велик, то возникло огромное количество сайтов-рекомендателей.

На подобных сайтах любой человек может отыскать информацию не только о Вашем продукте и отзывах о нём, но и о Ваших конкурентах, сравнить цены, достоинства и недостатки Вашей и других подобный её программ.

Как Вы понимаете, публикации на подобном сайте может оказаться для Вас “Клондайком”, если Вам продукт будет привлекать достаточно внимания и выглядеть более выигрышно по сравнению с другими конкурентами.

Вот небольшой список таких сайтов. Уверен, что Вы сможете отыскать без проблем ещё дюжину подобных им рекомендательных сайтов.

- Capterra – <https://www.capterra.com>
- Softwareadvice – <https://www.softwareadvice.com>
- Getapp – <https://www.getapp.com>

Я намеренно не даю больше информации, так как продвижение сайта – это тема для отдельной книги. Но для начала Вам будет достаточно и этого.

Продвижение через публикации статей на технических сайтах

Одним из возможных способов продвижения Вашего продукта является написание статей на технических сайтах. Это может быть обзорная статья или же статья, где описывается решение какой-либо проблемы, с которой Вы столкнулись в процессе написания своего скрипта – не в этом суть.

Гораздо важнее то, что у Вас имеется информация, которая может оказаться полезной другим разработчикам. И если Вы действительно напишите интересную и познавательную заметку (статью), то она привлечёт немало внимания, а

стало быть и соответствующий трафик на Ваш сайт. Среди этого трафика могут оказаться те, кто станет фанатом Вашего проекта, а может быть даже и одним из Ваших помощников в будущем. Возьмите себе на заметку, что Вам не обязательно писать длинные профессиональные статьи, это может быть просто полезная библиотека, которую Вы разработали и хотели бы поделиться ею с другими программистами, какая-то “фича” и т.д.

Тут главное запомнить, что не надо писать вымученные статьи – всё должно быть естественно. Если Вы разрабатываете свой продукт сами, я более чем уверен, что Вы столкнётесь с разного рода проблемами технического характера. Вот о них и о том как Вы их преодолевали и нужно писать.

В качестве примера для подобных сайтов могу рекомендовать следующие, а Вы уже, если захотите, сможете найти больше.

- <https://stackoverflow.com> – Stack Overflow – Where Developers Learn, Share & Build Careers.
- <https://codeproject.com> – For those who code.
- <https://habr.ru> – Russian collaborative blog about IT, Computer science and anything related to the Internet.

Продвижение через свой блог

Свой блог для разработчика сегодня – это Must Have.

Во-первых, поисковые машины любят блоги, так как это

“рассадник” уникального контента, а стало быть для Вас – бесплатная возможность попасть в топ выдачи поисковых запросов.

Во-вторых, через блог Вы сможете привлечь и объединить своих единомышленников, а также поклонников Вашего проекта или продукта.

Кроме прочего блог – это показатель Вашей серьёзности. Потенциальный покупатель сможет полистать его и проследить как развивался Ваш проект, удостовериться, что Вы не фирма-однодневка, почитать комментарии к Вашим постам и т.д.

Ещё один способ утилизация Вашего блога – это использовать его как новостную ленту процесса разработки продукта – людям нравится наблюдать “за всем и вся”. Ну а кроме того, Вы можете также дублировать в блоге статьи, опубликованные на технических сайтах (см. предыдущую главу).

Если у Вас есть корпоративный сайт (сайт Вашего продукта), то желательно также завести и корпоративный блог. Это будет как бы выдержка из Вашего персонального блога – только те публикации, которые касаются Вашего продукта и его разработки. Но это не обязательно. В крайнем случае Вы можете просто дать ссылку на Ваши персональный блог.

Где заводить блог: у себя на сайте или же на других платформах – это вопрос важный.

В целом, корпоративный блог (или зеркало Вашего персонального блога в части разработки продукта) лучше дер-

жать на том же домене, что и корпоративный сайт. Что же касается Вашего персонального блога – можете открыть его на любой блог-платформе. Учтите только то, что если блог-платформу предоставляет крупная компания (например, Google), то они как правило заинтересованы в продвижении активных блогов своей же платформы, что значит – Вы получаете промоушен Вашего блога бесплатно.

В качестве рекомендаций на эту тему – прочтите парочку статей о том, как и где выбрать платформу для своего блога. Ну и, конечно же, несколько ссылок:

- <https://www.blogger.com> – Blogger is an American blog-publishing service that allows multi-user blogs with time-stamped entries.

- <https://zen.yandex.com> – персональная лента публикаций на основе ваших интересов.

- <https://wordpress.com> – WordPress.com gives you everything you need to start your website today.

Продвижение через GitHub

Одним из важнейших способов заявить о себе миру как разработчик – является Ваше портфолио на сайте GitHub – крупнейшем веб-сервисе для хостинга IT-проектов и их совместной разработки. Вы можете использовать этот сайт несколькими способами.

Во-первых, он может быть использован как закрытый

(приватный) репозиторий и система контроля версий для Вашего продукта. Сегодня разрабатывать продукт без системы контроля версий невозможно. Но... это не единственные сайт подобного рода и у него есть достаточно сильные конкуренты. Приведем здесь в качестве примера несколько из них:

- GitLab – <https://about.gitlab.com>
- Bitbucket – <https://bitbucket.org>
- Beanstalk – <https://beanstalkapp.com>

Во-вторых, Вы можете выкладывать для общего пользования какие-то свои скрипты или компоненты. Это также может привлечь к Вам (как к толковому разработчику) дополнительное внимание, также Вы сможете получить отзывы, полезные советы от других и т.д.

Ну и в третьих, этот сайт – это Ваше портфолио. Если когда-либо Вам придётся искать работу, Вы всегда сможете дать ссылку на Ваш доступный код, чтобы другие люди смогли оценить Вас как программиста. При этом это будет не вчерашний код, а программы, которые разрабатывались годами, количество скачиваний и комментариев – уже сами по себе хороший отзыв о Вас как о профессионале.

Продвижение через соц.сети

Социальные сети на сегодняшний день стали частью нашей жизни и если Вы не представлены в них – то, говоря эпи-

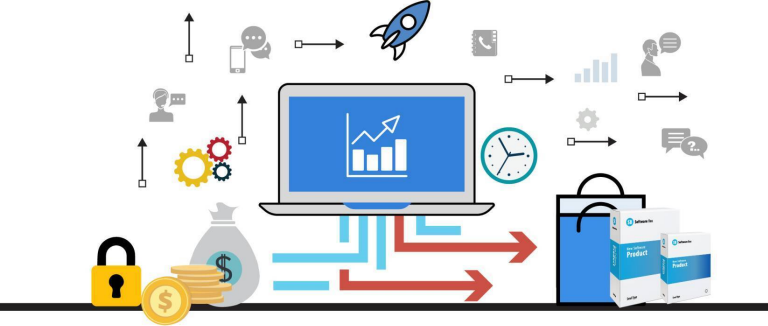
ческим языком – Вас не существует. Это конечно же шутка, но в ней, как и в каждой шутке, есть доля истины. Это как ремень безопасности в машине – не важно, пользуетесь Вы им или нет, но если Вы покупаете машину – он обязательно будет находиться в комплекте.

Я не призываю Вас вкладывать чрезмерные усилия в продвижение Вашего продукта через социальные сети, но Вам нужно будет хотя бы минимальное присутствие в них.

Давайте рассмотрим, почему это Важно.

Во-первых, люди сегодня проводят в социальных сетях много времени. Соответственно, они привыкли искать так не только новости, но и другую полезную информацию... Во-вторых, это значит что шансы найти потенциальных покупателей больше там, где люди проводят много времени, а это как мы уже сказали – социальные сети. В третьих, сегодня – это тренд и по неписаным законам рынка, присутствие в тренде – это необходимая часть пиара и т.д. Как Вы понимаете, этот список можно легко продолжить.

Оплата и всё, что с этим связано



Ну вот, Вы написали свой скрипт, создали сайт, сделали промоушен, на сайт наконец-то пошёл трафик. Часть посетителей, возможно, даже желает приобрести Ваш продукт, то есть фактически конвертируется в покупателей. Всё прекрасно! Можно расслабиться и отдохнуть?

Эх... если бы! Тут-то и начинается самое интересное.

Как принимать и выводить деньги?

Один из основных вопросов для продавца своего софта – как принимать и выводить деньги от продаж?

Так как Вы осуществляете продажи через Интернет, то соответственно и приём денежных средств лучше всего осуществлять через него же.

Если Вы продаёте через какую-нибудь торговую площадку, например через сайте ритейлера, то там, как правило, есть свои способу оплаты и Вам не о чем беспокоиться. Всё, что Вы должны сделать – это выставить свою программу на продажу. Как и каким образом принять оплату от покупателя – забота торговой площадки. Как правило они предоставляют несколько способов оплаты: через PayPal или другую подобную её систему, а также по кредитной карте. Возможно присутствие иных локальных платежных систем.

Если же Вы продаёте программу через свой сайт, то тут лучшим способом будет возможность предоставления посетителям нескольких возможностей. Во-первых, это должна быть глобальная и всем известная платежная система типа PayPal или Stripe, а во-вторых, дополнительные опции оплаты, в том числе и по кредитной карте. На самом деле PayPal позволяет принимать платежи и по кредитной карте тоже, но у них очень жёсткая система проверок и карты не всех стран её проходят. Именно поэтому, как правило, одного PayPal не

хватает.

Хочу заметить, что PayPal, несмотря на то, что является глобальной и, наверное, самой популярной платёжной системой в мире – не свободен от определённых проблемы. Во-первых, эта система работает не для всех стран, а во-вторых, как я уже говорил, у неё очень строгая система проверки на “фraud” (валидация продавца и его кредитной карты). Поэтому вполне вероятно, что Вы столкнётесь с ситуацией, когда у Вас есть покупатель с условной страны “X”, который не может оплатить покупку из-за того, что PayPal по какой-то причине не принимает его кредитную карту. И это не значит, что у Вашего потенциального покупателя действительно проблемы с платежеспособностью – просто так его рассматривает PayPal. Но почему он это делает – Вы точно не узнать не сможете. PayPal перестраховывается и иногда с “водой они выплескивают и ребёнка”.

Что же делать? Отказывать подобным покупателям или же предлагать им какой-либо иной способ оплаты?

Конечно же, Вы должны помочь такому человеку приобрести у Вас продукт. Отказывать в покупке на основании того, что мы, мол, принимаем оплату только через PayPal (и сами с ними разбирайтесь) – как минимум некорректно. Ну а кроме того, возможно если Вы поможете этому человеку с приобретением – он с благодарностью оценит Ваш сервис и, возможно, приобретёт ещё кое-что. Запомните, Вам не с руки разбрасываться клиентами. Конечно, клиенты бывают

разные, но в целом Вы должны стремиться разруливать подобные ситуации в пользу покупателей. Ведь покупатель всегда (ну или почти всегда) прав.

Так какие же варианты существуют? Во-первых, Вы можете иметь счёт для приёма к оплате не только в PayPal, но и в несколько других онлайн Payment Processing Companies (PPC), которые иногда менее строги и придирчивы в проверке кредитных карт. Например, это может быть: Stripe, 2Checkout и им подобные. Если Вы поищите, то найдёте в Интернете множество вариантов.

Но это не единственный пусть. Во-вторых, Вы можете предложить человеку перевести деньги через банковский перевод (есть страны, где это фактически единственный вариант), либо даже по Western Union (да, бывают и такие экзотические способы). В общем, будьте гибки и позвольте тем немногочисленным клиентам, кто имеет проблемы с оплатой – получить желаемое именно тем способом, которые они могут себе позволить. О том, какие методы платежа Вы принимаете, в том числе если основной метод не сработает – следует разместить подробную информации на странице оплаты. Не обязательно уточнять подробности, но надо дать возможность клиентам быстро связаться с Вами по любому вопросу, связанному с проблемами в оплате при покупке Вашего продукта.

Из моей практики подобных клиентов бывает максимум несколько процентов, поэтому особой головной боли они

Вам не доставят, зато смогут оставить благодарность в виде отзыва и позитивных комментариев.

Ещё один из возможных вариантов сегодня – это разбивка покупки на платежи. Подобных сервисов, которые можно интегрировать в свою систему оплаты становится всё больше и больше. Вам имеет смысл этим заниматься, только если Вы продаёте не дешёвые скрипты и у Вас есть клиенты, которые уходят только потому, что не могут сразу выложить большую сумму.

Вот, например, один из подобных сервисов: Splitit – предоставляющий удобную возможность для покупателя приобрести дорогой товар, разбив его на несколько платежей. Ну а здесь Вы можете найти образец кода для интеграции этого сервиса на своём сайте: SplititApiWrapper – <https://github.com/apphp/splitit-api-wrapper/>

Возврат денег. Рефанды

Как бы хорошо Вы не построили свой бизнес, продажи и сервис – всегда найдутся люди, которым что-то не понравится и они попросят деньги назад. Вы не сможете этого избежать, чтобы Вы не делали и причин этому несколько.

Покупка – это правовой договор между продавцом и покупателем и в нём могут быть предусмотрены всякого рода исключения и форс-мажорные ситуации. Как и в любом юридическом договоре, в этом договоре должны быть указаны меры как по защите прав продавца (от недоброкачественного покупателя – вымогателя), так и по защите прав покупателя (от недоброкачественного продавца – мошенника). Например, в нашей повседневной жизни Вы знаете, что купленное нижнее бельё возврату не подлежит (защита продавца), а неработающий утюг Вы можете вернуть в магазин с требованием замены его на работающий (защита покупателя).

Отсюда следует, что по сути, существуют два вида требований возврата денег: добропорядочный и недобропорядочный. Давайте их рассмотрим подробнее.

Начнём с первого. Если Вы окините мысленным взглядом свою жизнь, то обязательно вспомните случаи, когда были чем-то недовольны в приобретённом товаре. Это могло произойти по разным причинам: настроение вышло не шопинговое, товар оказался не тот, что Вы изначально подума-

ли, нашёлся другой, более привлекательный товар или любая другая причина. Это нормально – так бывает в жизни.

Поэтому, если Ваш клиент требует возврата денег по причине того, что он ему не подошёл, то Вы должны сделать? Тут же ему их вернуть? Нет! Правильный ответ – Ваши действия должны соответствовать политике возврата денег, описанной в файле Terms and Conditions. Что Вы там напишите это Ваше личное дело (100% возврат денег по первому требованию, либо же частичный возврат), но следует придерживаться принятых и прописанных правил в этом документе. Также необходимо иметь на сайте страницу под названием Privacy Policy. В конце книги будет дано более подробное этих страниц, а также для чего они нужны. Ещё раз повторяю – Вы можете описать такие правила возврата денег, который устраивают Вас, хотя желательно придерживаться общепринятых правил. Каких конкретно, мы разберём чуть позже.

А теперь давайте рассмотрим второй тип – недобропорядочный. Вы можете столкнуться с людьми, для которых это своего рода бизнес, способ зарабатывания денег. Они внимательно изучают политику и условия возврата денег за электронный товар, пытаются найти лазейки в этих правилах и пользуются найденными лазейками для того, чтобы обмануть Вас. То есть приобрести Вашу программу, а затем потребовать возврат денег по какой-то надуманной причине: например, программа не соответствует описанию, что-то не работает или же проект, для которого она была приобретена

– был отменён. Иногда Вы получите запрос на возврат денег по утверждению, что было совершена неавторизированная покупка, что означает, что кто-то – не хозяин кредитной карты – воспользовался ею для приобретения Вашей программы и т.д и т.п.

Что же делать в подобных случаях? Как лучше всего поступить? К сожалению, большинство платёжных систем более лояльны к покупателю, чем к продавцу. Настолько, что иногда по первому требованию покупателя они блокируют деньги на счету продавца и в спорах в большинстве случаев принимают сторону покупателя. Да, существует защита продавца, хотя реально она может помочь только в случае, если речь идёт о физическом товаре, который можно вернуть и таким образом компенсировать возврат денег. Но если речь идёт о программном обеспечении, то толку от этого никакого, так как недобросовестный покупатель может спокойно скопировать приобретенную программу, а Вам сказать, что удалил её.

Конечно, законы идеальны и даже их применение не всегда бывает идеально, но другого глобуса, как говорится, у нас нет. Если возвраты составляют доли процента или до 2-3% от Вашего общего оборота, то с этим можно жить. Если же доля возвратов у Вас выше 3-5%, то Вам необходимо задуматься о том, что возможно что-то не так с Вашим продуктом.

Если у Вас совершаются покупки на большие суммы де-

нег, то Вы можете рассмотреть возможность воспользоваться специальными сервисами, которые страхуют ваши продажи за долю от сумму заказа (например: 0,5-1%). Они оцениваю поведение покупателя на сайте, его данные, историю покупок, подключают к анализу анализаторы искусственного интеллекта и выдают результат: насколько они уверены в том, что это добросовестный данный покупатель. Если выяснится, что этот покупатель потребует возврат денег, то компания возместит Вам потери. Если же вопреки рекомендациям анализатора (например, утверждалось, что это подозрительная покупка) Вы всё равно приняли деньги и выслали покупателю товар, то в случае если опасения подтвердятся и покупатель потребует возврат – эта сделка не будет считаться застрахованной и Вы понесёте потери.

В качестве примера подобных сервисов могу дать Вам следующие:

- Riskified – <https://www.riskified.com>
- Signifyd – <https://www.signifyd.com>

Напомню, что подобные сервисы называются eCommerce Revenue Protection & Fraud Prevention services. Фактически – это страховые компании по страхованию рисков онлайн продаж.

Вредные клиенты и как с ними общаться

Ваш бизнес будет занимать у Вас немало времени и часть из него Вам придётся тратить на общение с клиентами. Что бы вы ни делали, часть Ваших клиентов всегда будет недовольна Вашим товаром или сервисом.

Конечно, Вы можете потратить много времени и попытаться превратить вредного или недовольного клиента в довольного покупателя. Но подумайте о том, надо ли Вам это? Ведь не факт, что Вам это удастся. Кроме того, Вы потратите впустую кучу времени, которое можно было бы потратить с большей пользой – разработать новый функционал для продукта, найти потенциального покупателя и т.д.

Как определить, что Вам попался вредный клиент? Всё очень просто, когда Вы с подобным встретитесь, то Ваша интуиция это подскажет. Однако на всякий случай я приведу список характерных черт подобного типа посетителей Вашего сайта, чтобы Вам было легче их распознать.

- он постоянно чем-то недоволен
- даже, если Вы что-то сделали по его просьбе или починили, он требует ещё больше
- Вы тратите на него больше времени, чем на всех остальных клиентов
- и так далее...

Я ни в коем случае не призываю Вас грубить или оскорблять клиентов. Наоборот, Вы должны быть с ним предельно вежливы. Но если Вы видите, что нарвались на вредного клиента, то постарайтесь как можно быстрее от него избавиться. Так Вы сэкономите своё время и нервы.

Как вести свою бухгалтерию и как платить налоги

В каждой стране свои законы и свои трудности, связанные с выполнением этих законов. Если Вы хотите вести чёрный или серый бизнес, то это Ваше дело, – тут я Вам не советчик. Однако, если Вы собираетесь вести честный бизнес, то Вам придётся платить в казну своего государства налоги.

Да, я знаю, никто не хочет делиться и платить налоги. Это естественно – Вы тратите своё время, ресурсы, нервы, рискуете, а затем приходит государство и говорит Вам – делись!

Так устроена наша современная жизнь и с этим ничего не поделаешь.

Я не знаю, какую форму организации бизнеса Вы выберете – это зависит от множества факторов, но если есть возможность, то я советую Вам завести своего личного бухгалтера (пусть даже на сдельной оплате) и обговорить с ним все вопросы и тонкости, связанные с ведением бизнеса в Вашей стране.

Возможно существуют такие вещи, о которых Вы не имеете ни малейшего представления, также возможно в Вашей стране пользоваться услугами специалиста выгодней, чем вести всю бухгалтерию самому. Во многих странах существует презумпция невиновности для бухгалтеров и презумпция виновности для тех, кто пытается вести всю бухгалтерию

сам. То есть, если аудиторская проверка обнаружит ошибку или недоплаченные налоги, то в случае, если Вы ведёте дела сами – это будет воспринято как попытка уклонения от налогов. В то же время, ваш бухгалтер имеет право на профессиональную ошибку. Так что взвесьте хорошенько все за и против, когда будете решать каким образом вести свои дела.

Послепродажная поддержка



Как доставить приобретённый товар покупателю

Ну что ж, Вы всё сделали как нужно: создали сайт, привлекли посетителей и вот, первый из них совершил у Вас покупку. Каким образом лучше всего передать ему Ваш продукт?

Если Вы продаёте физический товар, то тут вопросов не возникает, но если Вы торгуете программным обеспечением, то у Вас есть несколько вариантов.

При торговле через сайт ритейлера Вам не о чем беспокоиться, Вы загружаете свою программу к ним на сайт и как только осуществляется продажа – Ваш покупатель получает ссылку на скачивание продукта. Иногда могут предлагать и другие варианты, такие как: отправка DVD с Вашей программой по почте и прочее.

Если же Вы продаёте программы со своего сайта, то у Вас две опции: предоставить ссылку для скачивания купленной программы или же выслать заархивированную программу Вашему покупателю на его электронный адрес. Первый вариант предпочтительней. Единственная проблема в том, что Вам придётся реализовать механизм скачивания продукта, контроль за доступом к нему, к обновлениям и т.д. и т.п.

Если Вам нравится возиться с подобным, то Вы сможете без труда реализовать подобный функционал у себя на сайте

сами (хотя учтите, что подобные скачивания будут съедать Ваш трафик), но Вы также можете придумать любой другой способ. Например, залить Ваш скрипт на любой из файл хостингов и для очередного покупателя просто генерировать временную ссылку для скачивания.

В общем, надеюсь Вы поняли основную идею. Главное запомните, что сегодня покупатели ожидают получить товар, который они приобрели (если это программное обеспечение) – в течение считанных минут. Поэтому выберите тот вариант доставки продукта, которые максимально отвечает этому критерию.

Техническая поддержка

Как Вы понимаете, продав свою программу Ваше общение с клиентом на этом не заканчивается, скорее наоборот – это лишь начало большого разговора.

Предположим, что Вы гений программирования и умеете создавать программы работающие безукоризненно и без багов (таких в природе нет, но давайте предположим для чистоты эксперимента).

Даже если это так, то всё равно к Вам будут обращаться пользователи по множеству других вопросов. Кто-то не понял как установить программу, у кого-то среда окружения имеет нестандартные настройки и Ваша программа начинает вести себя непонятным образом, а кто-то просто хочет дополнительный функционал. То есть в любом случае, Вам придётся контактировать с клиентами.

Поэтому, нужно подумать о том, как это лучше и удобнее всего сделать. В любом случае Вы должны понимать, что клиенты ожидают от Вас адекватного и быстрого (в разумной мере) ответа. Что понимать под “разумным” временем – решать Вам. В целом, сегодня считается обязательным ответ не позже 24 часов с момента запроса. Но это крайний срок. Нормой считается ответ в течение нескольких часов.

Однако не будем забывать, что Вы не огромная фирма у которой есть отдельная команда, сидящая на технической

поддержке, а посему лучше всего будет, если Вы официально укажете временные сроки стандартного ответа у себя на сайте. Таким образом Вы заранее сообщите клиентам о том, в течение какого времени им рассчитывать на Ваш ответ и всегда сможете сослаться на эти правила в случае какого-либо конфликта или же претензии со стороны покупателя.

Давайте рассмотрим несколько вариантов организации службы поддержки.

1. Если Вы продаёте свою программу через сайт ритейлера (soft marketplace), то как правило у них имеется функционал, позволяющий отвечать на вопросы клиентов. Для таких сайтов ответ с периодичностью один раз в день вполне приемлем. Впрочем, никто не мешает Вам делать это чаще.

2. Если же Вы продаёте свою программу со своего сайта, то лучшее, что Вы сможете сделать – это установить у себя на сайте специализированную программу, так называемую “Help Desk software”. Эта программу (скрипт) позволяет Вашим клиентам иметь личный кабинет, создавать “тикеты”, загружать файлы, отслеживать историю Ваших ответов, создавать секции FAQ и т.д. Подобных программ в Интернете огромное множество, как платных, так и бесплатных. В качестве примера приведу Вам лишь парочку: osTicket и Freshdesk™.

Хочу Вас предостеречь от того, чтобы использовать электронную почту для осуществления технической поддержки. Это очень неудобно и кроме того, имеет множество недо-

статков по сравнению с программами типа “Help Desk”.

Ещё один важный совет: из всего множества вопросов, которые Вам будут задавать клиенты – скорее всего будет много повторяющихся или практически идентичных. Поэтому желательно подобные вопросы вынести в отдельный, заранее подготовленный список (так называемый Knowledge Base), где подробно будет расписан ответ на каждый из них. Это даст возможность Вашим пользователям получить исчерпывающий ответ на искомые вопросы, а Вам сэкономит ресурсы и время.

Также хорошим подспорьем будет созданный Вами документ (отдельная секция на сайте) под названием Getting Started, где будет подробно описано как установить, обновить и начать знакомство (пошаговое описание) с Вашей программой. Подобный документ сэкономит Вам огромное количество времени, улучшит впечатление о продукте у клиентов, а также позволит систематизировать Ваши собственные знания о программе, которую Вы продаёте другим людям.

Подводя итоги, можно сказать, что какую конкретно программу выбрать для осуществления технической поддержки – решать Вам. Ей не обязательно быть “супер навороченной”, достаточно лишь, чтобы она выполняла своё главное предназначение, а именно помогала Вам и Вашим клиентам быстро и качественно получить нужную помощь. Как правило, подобные программы (скрипты) устанавливаются в под-

домен support, то есть адрес службы поддержки может выглядеть примерно вот так: <https://support.domain.com>

Выпуск новых версий

Одна из основных вещей, на которую обращает покупатель программного обеспечения – это периодичность выпуска версий.

Думаю, Вы согласитесь, что периодичность выпуска новых версий говорит о многом. Например о том, жив ли Вам продукт или Вы забросили его пару лет назад и перестали заниматься его развитием. А дата того, когда последний раз Вы выпустили “заплатку” для повышения безопасности продукта может сказать о том, насколько часто и массово пользуются Вашей программой.

Вы можете придумать свою собственную систему нумерации версий Вашей программы, но лучше (и проще) воспользоваться плодами коллективного разума, найти и прочитать о методологии изменения версий продукта программного обеспечения.

Надо сказать, что существуют различные варианты нумераций версий ПО и Вы спокойно найдёте ту, что придётся Вам по вкусу.

Вот возможные варианты:

- Нумерация целым числом – 1,2,3 и т.д.
- Нумерация десятичной дробью – 1.1, 1.2 и т.д.
- Нумерация последовательными числами – 1.0.1, 1.0.2 и т.д.

- Нумерация годом – 2020, 2021 и т.д

- Нумерация текстом – Delphi, Delphi XE и т.д.

Один из самых распространённых вариантов это нумерация последовательными числами, где:

- первое число – старшая версия (major), изменяется при кардинальных изменениях программы

- второе число – младшая версия (minor), изменяется при значительных изменениях функциональности

- третье число (или буква) – стадия разработки или номер патча

Конкретный пример подобной нумерации – v3.6.1

Как добавлять новый функционал к Вашей программе

Любая программа, даже идеально написанная, требует улучшения и развития. У Вас, конечно же, будет свой собственный список улучшений (надеюсь не маленький), которые Вы собираетесь имплементировать в ближайших версиях. Это Ваша программа, Вы её придумали и Вы прекрасно знаете чего ей не хватает.

Но... иногда к Вам будут обращаться Ваши пользователи с различными предложениями по улучшению функционала. Что же делать в этом случае? У Вас есть несколько вариантов. Давайте рассмотрим тот, который самый правильный.

Во-первых, получив предложение от какого-нибудь пользователя о том, что ему не хватает какого-то функционала в Вашей программе не следует сразу же бросаться в бой и разрабатывать его дни и ночи напролёт. Если Вы так будете поступать после каждого запроса от каждого пользователя, то Ваша программа довольно быстро превратится в монстра, перегруженного малоиспользуемыми фичами. Прежде чем согласиться на разработку недостающего функционала (предлагаемого) ответьте честно сами себе: сколько процентов Ваших пользователей будут им пользоваться. Если Ваш ответ: меньше 5%, то скорее всего следует отказаться от подобной фици (во всяком случае сейчас), если же от 5% до

20%, то нужно задуматься. Если же новым функционалом скорее всего воспользуется большинство Ваших пользователей, то нужно добавить его в список ближайших приоритетов.

Во-вторых, Вы должны прикинуть, не будет ли добавление нового функционала отклонением от спецификации Вашего продукта. Например, Вы написали прекрасный чат-бот, а Вам предлагают добавить в него возможность оставлять заметки как в записной книжке. Возможно для какого-то конкретного клиента такой функционал необходим, но вряд ли он потребуется основной части Ваших пользователей.

В-третьих, если новая фича слишком специфична, то Вы можете просто взяться за кастомизацию Вашего продукта для этого конкретного клиента. Возможно, подобные заказы могут оказаться немалой частью Вашего дохода.

Ну, и в-четвёртых, не забудьте поблагодарить Ваших пользователей за проявленный интерес к развитию продукта. О том, как поощрять пользователей за подобные и не только советы, будет более подробно описано в конце книги.

Как увеличить прибыль от продаж?



Первый вопрос, который Вы зададите себе после того как сможете продать первый экземпляр своей программы – это “как увеличить продажи”? Давайте рассмотрим этот вопрос подробнее.

Формула увеличения прибыли

Эта тема настолько обширна, что про неё можно написать отдельную книгу. Вы без особого труда сможете найти достаточно литературы, чтобы разобраться во всех тонкостях науки “увеличения прибыли от продаж”. Поэтому, чтобы не расплыться, мы затронем её вкратце.

Существует классическая формула, которая описывает Вашу прибыль. Вот она:

$$\text{Income} = (L * Cv) * (\$ * \#) * M$$

или, если перевести это на человеческий язык:

$$\text{Прибыль} = ((\text{Кол-во потенциальных клиентов} * \text{Конверсия}) * (\text{Средний Чек} * \text{Кол-во повторных продаж})) * \text{Маржа}$$

Как видно из формулы, она состоит из пяти множителей. Таким образом, если Вы помните математику из курса средней школы, чтобы получить увеличение значения произведения нужно увеличить любой из данных множителей. То есть, Вы можете сделать любое (а можно и все сразу) улучшение, чтобы в результате получить большую прибыль.

Предлагаю Вам начать с того, что примените эту формулу к своему бизнесу, замените множители реальными цифрами и Вам станет намного понятней, что происходит у Вас, куда движется Ваш бизнес и конкретно что можно предпринять, чтобы его улучшить.

Итак, что Вы можете сделать:

1. Увеличьте количество потенциальных клиентов (L). Если Вы привлечете большее количество посетителей на свой сайт, то при условии, что остальные показатели останутся неизменными, Ваша прибыль должна возрасти. Низкий показатель потенциальных клиентов свидетельствует о том, что о Вас либо не знают, либо недостаточно рекламы.

2. Увеличьте конверсию (Cv). Под конверсией в бизнесе понимается соотношение покупателей к общему количеству тех, кто о продукте узнал или, если говорить об интернет сайте, – это отношение числа пользователей, которые перешли на сайт, к числу пользователей, которые купили товар или заказали услугу. В случае с продажей с сайта это означает, что Вам нужно увеличить целевой трафик: за счёт платной рекламы, перехода по бэклинкам или за счёт органического поиска.

3. Увеличьте средний чек (\$). Под средним чеком понимается средняя стоимость заказа (от англ. Average Order Value), которая рассчитывается делением общей суммы совершённых покупок на их количество. Чтобы увеличить средний чек, нужно, чтобы возросла стоимость каждой покупки. Но это не обязательно делать только за счёт увеличения стоимости продукта, можно также предлагать покупателям сопутствующий товар, дополнительные продукты и т.д.

4. Количество повторных продаж (#). То есть сколько раз Ваш клиент вернулся к Вам, чтобы совершить ещё одну покупку. Конечно, если Ваш бизнес строится на одноразовых

продажах, то для Вас это значение будет всегда равно единице. Но если Вы предлагаете какую-то услугу или дополнительный товар, то за счёт повышения этой составляющей, сможете увеличить и общую сумму дохода. А вообще, конечно, любой бизнес стремиться увеличить количество возвращающихся клиентов, т.е. повторных продаж, так как не надо тратиться на привлечение новых клиентов, а надо лишь убедить старых в необходимости совершения новой покупки.

5. Маржа (Маржа). Она означает процент Вашей прибыли в общей стоимости товара или услуги. Рассчитывается как разница между отпускной ценой и себестоимостью в процентах. Если Вы продали программу за условные 100 долларов, а расходы на неё, включая налоги, составили 30 долларов, то Ваша маржа составит 0,7 (или 70% процентов).

Таким образом, у Вас имеется пять переменных, которые могут повлиять на сумму Вашего дохода. Ваша цель состоит в том, чтобы совершить такие изменения, которые приведут к увеличению каждого из этих факторов, что в свою очередь приведёт к изменению общей суммы Вашей прибыли.

Нужно ли давать ли скидки и проводить акции?

Вопрос о том, нужно ли давать скидки и проводить распродажи зависит от того как Вы позиционируете свой продукт.

Если Вы продаёте продукт экстра класса, то скидка на него будет выглядеть дешёвым трюком. Если Вы продаёте дешёвые программы, то они и так недорогие и скидка на них будет тоже выглядеть как-то непонятно. Подумайте, разве Вас привлекла бы скидка на 50%, если бы речь шла о товаре стоимостью 5 долларов? Скорее всего она могла лишь насмешить Вас.

Если же Вы продаёте товар, который стоит немалую сумму денег (ощутимую для человека среднего достатка), то тогда возможно скидка будет к месту.

Существует в принципе два варианта того, как давать скидки. Во-первых, Вы можете сделать их автоматическими и постоянными. То есть, когда бы кто не зашёл на Ваш сайт, у Вас там всегда есть промоакция со скидками. А во-вторых, Вы можете давать скидки не часто, а только с привязкой к каким-то событиям, праздникам. Например, скидка в связи с Кибер-Понедельником, Чёрной Пятницей или Новым Годом.

Если Вы предлагаете скидку в связи с неким событием,

которое всеми воспринимается как “время скидок”, то это будет восприниматься нормально. Если же Вы начнёте выдумывать поводы для скидок, то это будет выглядеть искусственно и натянуто. Хотя бывают и вполне приличные причины, например очередной юбилей фирмы, вывод новой линейки продуктов и т.д.

Важным также является вопрос и о том, в каком размере давать скидки. Если дать слишком маленькую, то она не вызовет интереса у потенциального покупателя. Слишком крупная покажет Вашу несерьёзность. Оптимальными являются скидки от 20% до 50%, но не полагайтесь на эту информацию, я рекомендую Вам лично проверить как посетители Вашего сайта реагируют на различные варианты скидок – протестируйте их сами и остановитесь на самом лучшем варианте.

Что касается того, давать скидку в процентах или фиксированной сумме, то здесь также определиться с лучшим ответом Вам поможет тестирование. Испробуйте различные варианты и выберите из них лучший.

Ещё один совет по-поводу скидочных мероприятий. В Интернете есть довольно много сайтов, которые занимаются агрегацией различных купонов. Если Вы запускаете мероприятие со скидками, то имеет смысл зарегистрироваться на нескольких подобных сайтах и опубликовать там Ваш купон. За это с Вас денег не возьмут, зато есть шанс получить бесплатный трафик посетителей на Ваш сайт.

Вот несколько подобных сайтов:

● Dontpayfull: <https://www.dontpayfull.com>

● Couponfollow: <https://couponfollow.com>

Конечно, если у Вас есть блог или аккаунт в социальных сетях, то нужно написать о начале распродаж и там тоже.

Ну и, наконец, если у Вас есть база данных Ваших клиентов, то всем, кто подписался на получение рекламного контента или новостей с Вашего сайта – нужно разослать письмо уведомление о том, что у Вас на сайте начинается распродажа. Оформление подобных писем я оставляю на Ваше усмотрение, хочу лишь напомнить о том, что массовая рассылка рекламы с Вашего хостинга приведёт к тому, что Ваш аккаунт забанят. Для подобных действий существуют специальные сервисы. Вот список нескольких из них:

● Mailchimp: <https://mailchimp.com>

● Activecampaign: <https://www.activecampaign.com>

● Boomtrain: <https://boomtrain.com>

Реклама на Вашем сайте

Один из вопросов, который со временем Вам придётся себе задать это: давать ли на Вашем сайте чужую рекламу.

Почему подобный вопрос может вообще возникнуть? Реклама – это возможность дополнительного заработка и, казалось бы, зачем от него отказываться. Так что, вполне возможно, что в какой-то момент кто-то предложит Вам опубликовать у себя на сайте его рекламу. И вот – Вы уже пытаетесь решить эту дилемму: с одной стороны не хочется отказываться от дополнительной прибыли, а с другой – Вы не знаете как это отразится на Ваших продажах.

Моё личное мнение – с подобными вещами нужно быть крайне осторожным, ведь чужая реклама может негативно сказаться на Ваших собственных продажах. Можно очень легко потерять часть посетителей, которые пришли на Ваш сайт, а уйдут на другой, кликнув по чужой рекламе.

Я считаю, что подобных вещей нужно избегать. Если же это не возможно по каким-то причинам, то попробуйте протестировать рекламу на отдельно взятой странице и проследите за тем, как она сказывается на поведении посетителей сайта. А уж дальше принимайте решение сами, исходя из личных потребностей. В любой случае, после подобного теста у Вас будет хоть какая-то аналитика в отношении того, как реклама влияет на поведение Ваших потенциальных

покупателей.

Продавать ли чужие продукты?

Подобно рекламе, упомянутой в предыдущей главе, Вам придётся себе задать себе ещё один вопрос: продавать ли на Вашем сайте чужие программы.

Тут, конечно всё зависит от Вас. Есть сайты, которые пытаются заработать дополнительные деньги за счёт рекламы или размещения информации о других продуктах (не своих). Возможно это даже приносит им ощутимую прибыль. Мне лично это всегда не нравилось: если кто-то позиционирует себя в качестве создателя уникального продукта и продаёт его у себя на сайте, то зачем там нужна реклама чужого продукта? Единственный вопрос, который крутится у меня в голове это: может продажи своего продукта у этого сайта так малы, что автор пытается заработать ещё хоть немного на сторонних предметах?

На мой взгляд подобная практика оставляет неприятное ощущение. Если кто-то создал сайт, на котором продаются программы различных авторов, то это понятно. Но если это сайт одного бренда, то выставлять на нём программы других – это выглядит удручающе. Представьте, что Вы зашли в магазин Apple, а там продаются программы Microsoft. Чтобы Вы сказали по этому поводу? Скорее всего подумали бы, что хозяин магазина сошёл с ума или что у Apple дела идут совсем плохо, раз они начали продавать программы своего

конкурента.

Поэтому, если Вам придётся когда-либо решать подобную проблему, то подумайте хорошенько как это может отразиться на Вашей репутации, что подумают Ваши клиенты и нужны ли Вам дополнительные несколько процентов прибыли такой ценой.

Стоит ли расширять линейку продуктов за счёт увеличения модулей или же писать другие скрипты?

Одним из способов добиться увеличения трафика посетителей на сайте, а соответственно и размера продаж является расширение линейки продуктов. Эта простая мысль кажется вполне разумной: ведь чем больше продуктов Вы будете предлагать, тем больше страниц Вашего сайта пройдут индексацию в поисковых машинах и тем больше потенциального трафика Вы получите.

Да, это всё так – кажется, что это очень простой и лёгкий способ увеличить прибыль, но тут есть один очень важный момент. И называется он “проблемой роста”.

Предположим, что Вы работаете один и разрабатываете свой продукт. У Вас волне хватает на это времени. И вот, в один прекрасный день Вы решаете, что было бы неплохо создать ещё одну программу, тем более, что у Вас в голове крутится целая куча всевозможных идей. Вы уже предвкушаете, как выложите новый продукт и посетители Вашего сайта начнут покупать его с неменьшим энтузиазмом, чем Вашу основную программу. Ну а кроме того, Вам хочется проверить самого себя – был ли Ваш успех случайным или же Вы

в принципе способны создавать успешные программы.

И вот Вы уже корпите над написанием Вашей второй “самой лучшей и прекрасной” программы в мире. А затем над ещё одной... и ещё одной... пока не успеваете заметить, что оказались погребены под лавиной миллиона мелких дел, исправлений, улучшений и т.д. и т.п., а времени в сутках останется по-прежнему 24 часа. И Вы вдруг понимаете, что начинаете выгорать.

Я призываю Вас не гнаться за количеством. Да, идея написать ещё одну программу кажется такой простой и логичной, что от неё трудно отказаться. Но это может оказаться тупиком. Существуют другие способы увеличить продажи, а именно за счёт сопутствующих сервисов.

Что это может быть? Например, темплейты для Вашей программы, Вы можете продавать платные темплейты. Вы также можете брать деньги за техническую поддержку или за разработку специального функционала для определённого клиента. А ещё можно брать деньги за обновления, лицензии, выпустить мобильную аппликацию для Вашего продукта, дополнительный модули и т.д. и т.п.

Как видите, вариантов множество и все они позволят Вам обойтись одним продуктом с построенной вокруг него экосистемой, вместо того, чтобы писать новые программы, только лишь с целью привлечь больше трафика на Ваш сайт.

Статистика и аналитика



Анализ и статическая обработка данных о посетителях и продажах

Как говорил В.И.Ленин – “Социализм это учёт и контроль, плюс электрификация всей страны”. Перефразируя вождя мирового пролетариата, можно сказать, что успешные продажи в Интернете – это учёт и контроль, плюс Analytics-зация всего Вашего сайта.

Вы конечно же можете обойтись без аналитики, но тут Важно понимать следующие вещи:

1. Без аналитики Вы будете “слепы”, Вы не сможете узнать:

○ кто и откуда пришёл на Ваш сайт;

○ сколько времени он провёл на нём;

○ с какой страницы посетители больше всего покидают Ваш сайт;

○ какая страница Вашего сайта даёт самую большую конверсию;

○ с каких страниц Вашего сайта посетители уходят сразу (даже не попытавшись по сайту “погулять”;

○ и т.д. и т.п., вплоть до того, как вёл себя на сайте конкретный посетитель, как он водил мышкой по экрану и на какие кнопки нажимал.

2. Сегодня подключить бесплатную аналитику для сайта занимает 10 минут. Подобные услуги совершенно бесплат-

но предлагает огромное количество компаний, в том числе Google и Yandex.

У Вас может возникнуть вопрос – а для чего это вообще нужно? Разве недостаточно того, что у меня есть сайт и идут какие-никакие продажи?

На самом деле нет, недостаточно. То есть, теоретически, Вы конечно можете обойтись без аналитики, но если Вы хотите знать, что происходит у Вас на сайте и отслеживать поведение своих посетителей, чтобы своевременно реагировать на любые изменения – аналитика Вам нужна обязательно.

Напомню, что подключение аналитики у многих Интернет-гигантов, таких как Google или Yandex совершенно бесплатное. Ну а кроме того, Вы всегда можете её отключить, если вдруг посчитаете, что Вам это не нужно.

Вот ссылки на ресурсы, где Вы сможете подключить аналитику для своего сайта:

Google: <https://analytics.google.com>

Yandex: <https://metrika.yandex.com>

Кстати, Вы можете подключить аналитику сразу с нескольких ресурсов, она подключается асинхронно и на работу Вашего сайта не влияет. Обычно такое делают, когда часть функционала отсутствует у одного провайдера аналитики, либо у другого она реализована гораздо лучше.

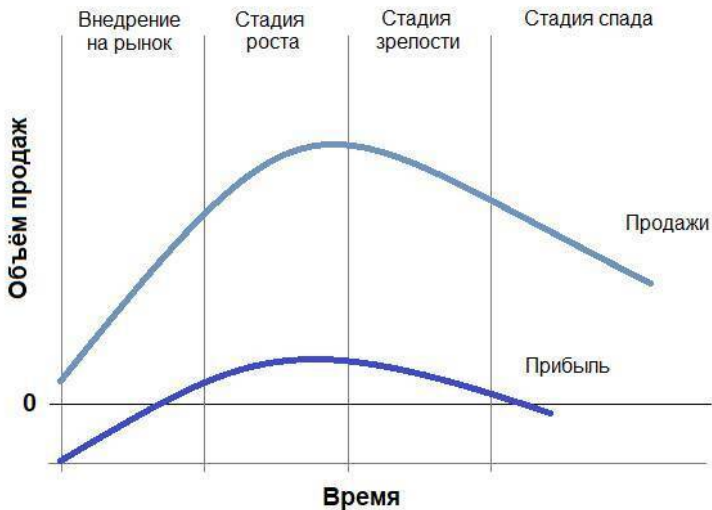
Кривая жизни Вашего бизнеса

Любой бизнес не вечен, как ничто не вечно под Луной. Да-да, Ваш бизнес, каким бы потрясающим он не был, тоже когда-нибудь перестанет приносить прибыль. Эта Важная мысль и Вы должны её хорошенько усвоить. Если Вы будете считать, что Ваш бизнес или найденная (случайно или не случайно) успешная идея будут вечно работать на Вас, то Вы рискуете пропустить важный момент, когда бизнесу потребуется реорганизация или даже сможете разориться.

Мир знает множество историй о потрясающих брендах, которые со временем превратились в пустой звук. Причины этому были разные: недальновидность руководства, быстрая смена технологий (или создание новых), появление агрессивных конкурентов и т.д. и т.п.

Далеко ходить не надо, достаточно вспомнить Polaroid, Nokia, MySpace, WeWork, Victoria's Secret и десятки других, всемирно известных брендов. Никто не знает наверняка, что послужило причиной их банкротства, но тем не менее, считается, что основной причиной было то, что компания просто почивала на лаврах былых заслуг, в то время как технологии на месте не стояли.

Давайте посмотрим на график жизненного цикла товара (а в нашем случае и бизнеса)



Как видно из приведенного рисунка, существует 4 стадии жизненного цикла товара: внедрение товара на рынок, стадия роста, стадия зрелости и, наконец, стадия спада.

Конечно, это не значит, что все четыре стадии будут всегда присутствовать в указанной на рисунке пропорции – размерность на нём дана просто для примера. Возможно, в определённых случаях, часть стадий будет очень коротка и другая часть наоборот, слишком растянута. Но в целом, повторюсь, именно так выглядит жизненный цикл товара на рынке.

Возможен также вариант, когда стадия зрелости длится

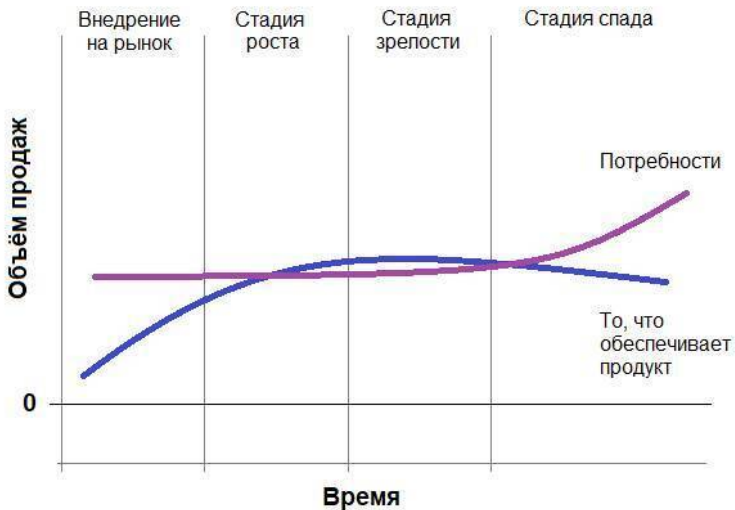
довольно долгое и продолжительное время, то есть речь может идти не просто о годах, но даже о десятилетиях.

Или же, наоборот, первые три стадии пролетают довольно быстро, а последняя, стадия спада, может растянуться на годы, когда товар или услуга медленно “умирают”, но всё ещё продолжают балансировать на грани самоокупаемости и небольшой прибыли.

Этот график в той или иной мере можно применить к любому бизнесу. Разница будет только в продолжительности каждого из периодов и степени кривизны графиков.

Ваша цель в бизнесе – приложить максимальные усилия, чтобы растянуть время третьей стадии (стадии зрелости) на максимально возможное время. Ну а для того, чтобы не перейти на последнюю стадию, – нежно следить за изменениями на рынке, в технологиях и постараться вовремя сориентироваться, чтобы внести необходимые изменения в свой продукт, что в конечном итоге позволит ему остаться конкурентоспособным на рынке.

А теперь давайте посмотрим ещё на один график, где условно изображены две линии: людских потребностей и того, что может предложить бизнес. Пока они идут вместе всё хорошо – прибыль будет обеспечена. Как только они начнут расходиться – это значит, что продукт перестал в чём-то удовлетворять потребителей. А это приведёт к тому, что прибыль начнёт падать.



Итак, подытожив, можно сказать простыми словами, что цель любого бизнеса состоит в том, чтобы выйти на третью стадию как можно быстрее и оставаться в ней как можно дольше.

Где брать новые идеи

Как было сказано в предыдущей главе, Вам периодически (если не постоянно) нужно отслеживать что происходит на рынке, в том числе и в технологическом плане. Всё это делается для того, чтобы Вы смогли среагировать вовремя, а не постфактум на какие-либо изменения. Для этого нужно не просто держать руку на пульсе, но и пытаться предугадать направление, в котором будет двигаться рынок или рыночный спрос.

Конечно, если Вы активно интересуетесь своей областью работы, то будете в курсе дела по многим вопросам, но тем не менее можете взять на вооружение описанные ниже рекомендации.

- Станьте сами пользователем своей программы.
- Составьте список конкурентов и периодически отслеживайте изменения, которые у них происходят (поверьте, они наверняка будут делать тоже самое и с Вашим продуктом), что они предпринимают, какие фишки внедряют.
- Проводите опросы Ваших клиентов, чтобы получить обратную связь, а также полезные советы по улучшению Вашего продукта.
- Можете покупать просроченные домены Ваших конкурентов и завязывать их на свой домен (иногда с таких доменов будет продолжать идти трафик).

– Можете составить сеть сайтов, генерирующих уникальный контент, которые ведут на Ваш основной сайт
– и т.д. и т.п.

В Интернете полно книг на тему 1001 идея как увеличить прибыль с Вашего сайта. Найдите парочку и прочитайте их.

Дополнительная информация



Нужно ли устанавливать SSL на Вашем сайте?

Иными словами, нужно ли, чтобы Ваш сайт был доступен через защищённый протокол `https://`? Ответ будет простым и лаконичным – да. Сегодня наличие SSL сертификата на сайте является не просто нормой, а скорее обязательным атрибутом. Это показывает потенциальному клиенту, во-первых, что Вы серьёзный человек и заботитесь о безопасности и приватности данных своих посетителей. Во-вторых, что Вы можете подтвердить свою личность, то есть, что Вы не мошенник. И в-третьих, наличие SSL сертификата повышает результативность в выдаче поисковых запросов.

Существуют различные сертификаты SSL, они все относительно не дорогие. Вы не обязаны выбирать самый дорогой, пусть это будет базисный сертификат – главное, чтобы он был. Если у Вас арендуете хостинг, то за небольшую плату техподдержка сама оформит и установит его на Ваш сайт. Если желаете, то приобретите SSL сертификат сразу на несколько лет вперёд.

Какой хостинг выбрать для сайта?

Если Вы находитесь только в начале своего славного пути, то возможно Вы вполне сможете обойтись обычным (shared) хостингом. Не обязательно сразу пускаться “во все тяжкие” и покупать выделенный (dedicated) сервер.

Аренда обычного сервера обойдется Вам в сущие копейки, на сегодняшний день это около 10 долларов в месяц (а можно найти и дешевле). Для начального этапа раскрутки этого вполне достаточно, а позже Вы всегда сможете проапгрейдить его до более серьёзного уровня. Главное, чтобы хостинг провайдер оказался адекватным и недорогим. Конечно, важно также проверить как у него работает служба технической поддержки.

Я считаю, что на начальных этапах развития бизнеса вложения не должны быть слишком дорогими. В своё время я начинал с хостинга стоимостью 1 доллар США в месяц, пока создавал сайт и готовил продукты к продаже. Затем, когда бизнес начал расти, я снял более продвинутый хостинг с хорошим “железом”, я ещё через несколько лет был “вынужден” перейти на выделенный сервер, так как простого сервера уже не хватало из-за увеличившегося трафика.

Где и у кого выбирать хостинг я Вам не посоветую, так как во-первых, я не рекламирую конкретные ресурсы, а во-вторых, рейтинги и услуги различных хостинг провайдеров

часто меняются и данные, которые я приведу – могут оказаться устаревшими, когда Вы их читаете.

Как вариант, советую рассмотреть инфраструктуру, основанную на облачных технологиях: AWS, Microsoft Azure, Google Cloud и другие. Конечно, если Вы с ними на “короткой ноге”.

Оптимизация работы сайта

Работа любого сайта нуждается в оптимизации. И дело тут не в том, что Вы можете создать самый крутой и навороченный сайт. Всё течёт и всё меняется: технологии, правила индексации поисковиками и т.д. Поэтому важно не то, каким Вы создали сайт, а то, как Вы улучшаете его работу, скорость обработки запросов, время отклика, дизайн, отображения на различных устройствах, способность выдерживать большую нагрузку (scalability) и много ещё чего...

В конечном итоге, всё вышесказанное влияет на выдачу информации о Вашем сайте по поисковым запросам, а это может оказаться одним из самых важным для Вас ресурсом по получению целевого трафика.

Вообще-то существуют целая специальность на тему того, как оптимизировать работу сайтов в Интернете. Но Вам не обязательно становиться супер-спецом в этой области, достаточно знать кое-какие базовые вещи, чтобы не совершать совсем уже глупых ошибок.

В Интернете достаточно инструментов, которыми Вы можете воспользоваться для проверки и оптимизации сайта. Приведу в качестве примера несколько из них:

● PageSpeed Insights – сайт компании Google анализирует контент веб-страницы и советует, как ускорить ее загрузку.

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

● Pingdom Website Speed Test – сайт, на котором Вы сможете проанализировать скорость работы своего сайта и получить рекомендации по её улучшению.

<https://tools.pingdom.com/>

● GTmetrix – ещё один ресурс, на котором Вы сможете посмотреть, как работает Ваш сайт, получить объяснение, почему он медленный, и открыть для себя возможности его оптимизации.

<https://gtmetrix.com/>

Конечно, это далеко не полный список и Вы без труда сможете найти ещё много им подобных.

Важно понять, что сегодня скорость работы Вашего сайта может сыграть ключевую роль в успехе Вашего бизнеса. Чтобы не быть голословным, приведу статистику компании Google: по их данным, если сайт не открывается в течении 3-х секунд, то 40% посетителей сайта уходят с него и пытаются найти другой сайт из той же категории, что они искали, то есть уходят к Вашим конкурентам.

Для Вас это может означать, что до 40% денег потраченных на рекламу и привлечение трафика окажется потерянными впустую. То есть, Вы смогли привлечь посетителей на свой сайт, но почти половину из них упустили. Постарайтесь этого избежать и добиться того, чтобы Ваш сайт быстро открывался и хорошо работал на разных устройствах, в т.ч. и на мобильных.

На какой рынок лучше ориентироваться: внутренний или мировой?

Это довольно важный вопрос, хотя ответ на него очень прост.

Всё зависит от вашей программы: если изначально она не была “заточена” под местные реалии, то тогда лучше всего сразу ориентироваться на глобальный рынок. У такого решения есть целая куча преимуществ:

- В случае успеха Вашей программы Вам не придётся её переделывать под нужды глобального рынка – ведь Вы это предусмотрели изначально.

- Вы получаете обратную связь от пользователей из разных стран. Вполне вероятно, что они помогут Вам лучше понять, что действительно нужно рынку.

- Вы потенциально “обречены на успех” – ведь Вы штурмуете глобальный рынок, который лично для Вас практически безграничен.

- На глобальном рынке существуют сегменты, которые на Вашем локальном рынке могут быть выражены слабо, либо вообще отсутствовать.

Так что если этот вопрос тревожит Вас, мой совет – ориентироваться на глобальный рынок (конечно, если Ваш про-

дукт к этому предрасположен).

Делать всё, включая мелкие вещи самому или заказывать на стороне?

Одна из первых проблем, с которой сталкивается частный предприниматель – это делать всё самому или же нанимать других людей. Этот вопрос, несмотря на свою простоту, на самом деле очень важен. Он него зависит очень многое.

Естественным порывом многих людей является делать самостоятельно всё подряд – ведь так проще и надёжнее. Не надо никому растолковывать что конкретно требуется, не надо ни на кого рассчитывать, не придётся потом переделывать за кем-то неоправданно выполненную работу и т.д. Опять же – экономия денег и времени... Хм... Времени? А вот это как раз таки под вопросом.

Конечно, всё делать самому – кажется надёжнее, ведь найти толкового исполнителя всегда не легко. Как когда-то говорилось: “кадры решать всё” – осталось только найти эти самые кадры.

Но именно здесь частный предприниматель может угодить в ловушку времени: чтобы нанять работника нужно потратить время и деньги, а у начинающего свой бизнес как правило нет ещё ни того, ни другого. Так что же делать?

Когда я начинал свою предпринимательскую деятельность, я находился именно в такой ситуации: денег нет и времени тоже, заказы идут и нужно продвигать дело вперёд. Я

конечно же нашёл самый простой выход – стал больше работать. Доверять я никому не хотел (сам, мол, всё-равно сделаю лучше и быстрее), да и найти кого-то нужно время... Поэтому я работал как вол – по 14-16 часов в сутки.

Всё бы хорошо, но это было похоже на беличье колесо: нужно было продвигать бизнес, думать о его развитии, подключать рычаги – усилия других людей. У меня совсем ни на что не оставалось времени – ведь нужно было успеть сделать всё, что запланировано. Я работал и за девелопера, и за маркетолога, и за техническую поддержку, и за графика... в общем, Вы уже, наверное, поняли – я пытался быть всеми этими людьми сразу. Но это удавалось мне всё тяжелее и тяжелее, ведь в сутках было всего-лишь 24 часа, а я один и через какое-то время у меня стала накапливаться усталость и началось выгорание... Я всё думал – ну, вот ещё немного, ещё чуть-чуть, я встану на ноги и смогу нанять себе помощника. Но время шло, а помощник у меня всё не появлялся и не появлялся, а усталость и раздражение росли постоянно. Я стал замечать, что проигрываю конкурентам – ведь они работали командой, а я был предприниматель одиночка и моё первоначальное преимущество (удачно выстрелившая идея), стало постепенно сходить на нет.

Так что же делать, спросите Вы? Как правильно поступить?

Если Вы собираетесь остаться мелким частным предпринимателем, то ничего делать не надо – продолжайте всё де-

лать сами своими руками, экономьте на всё, в том числе и на наёмных работниках.

Но если Вы мечтаете о росте и развитии своего дела, то Ваш нужен рычаг. И этот рычаг – наёмная рабочая сила (уж простите меня за этот словесный шаблон) и делегирование полномочий. Как это применять и каким образом – проект на отдельную книгу и я подробно на этом останавливаться не буду, Вы без труда найдёте в Интернете множество необходимой информации по этому вопросу.

На последок лишь приведу Вам один пример. В самом начале своего пути как предпринимателя, когда приходилось делать самому всё, в том числе и рисовать иконки для своих программ (мог потратить на это часы работы) – я случайно наткнулся на один сайт, где подобную работу, а также множество иной можно было заказать всего лишь за... 5 долларов США! Да, да Вы не ослышались – всего лишь за 5 долларов. Я заказал на этом сайте набор иконок для нескольких моих программ и получил их буквально через пару часов, к тому же превосходного качества! Это сэкономило мне кучу времени и позволило использовать в работе профессионально сделанные иконки.

С тех пор я пользовался услугами этого сайта не раз и не только для создания графики, но для множества других вещей.

Как Вы уже наверное догадались, это сайт компании Fiverr, Вы сможете его легко найти по адресу: <https://>

Всё это – всего лишь пример того, как даже небольшая и недорогая помощь со стороны поможет высвободить Вам руки для более важной работы. Возможно завтра Вы сможете найти профессиональных помощников или партнёров по бизнесу и таким образом удвоить или даже удесятерить усилия по развитию своего дела. Удачи Вам в этом!

Как поощрять активных пользователей Вашей программы?

Когда у Вас появиться довольно большое количество пользователей, то Вы сможете заметить, что одни из них более активны, чем другие. Кто-то купил Ваш товар – и до свидания, а кто-то постоянно списывается с Вами, даёт советы, предлагает помощь, просит помочь в установке программы, совершает новые покупки.

Для каждого бизнеса важно увеличивать долю именно активных пользователей. Активные пользователи – это те, кто будет помогать делать Ваш продукт лучше, это те, кто будет возвращаться и покупать у Вас снова и снова. Они – Ваш самый ценный ресурс, Вы должны заботиться о них и поощрять их.

Как это лучше всего сделать? Рассмотрим всего лишь несколько способов (хотя их гораздо больше, как Вы понимаете)

1. Запустите у себя программу лояльности, поощряйте пользователей за всевозможные действия, совершённые у Вас на сайте, как то: регистрация, первая покупка, десятая покупка, оставление обзора программы и т.д.

2. Скидки для тех, кто забыл что-то в корзине покупок.

3. Скидки по случаю дня рождения.

4. Скидки для новичков.

5. Бонусы для тех, кто обнаружил баг в Вашей программе.

6. Бонусы для тех, кто пишет комментарии на Вашей форуме.

7. Бонусы для тех, кто поделится в персональном блоге мнением о своих впечатлениях от использования Вашей программы.

8. Бонусы для тех, кто предложит что-то, что окажется Вам полезным и будет использовано в Вашей программе или же на сайте.

Чем большей будет доля активных пользователей – тем дольше проживет Ваш бизнес и тем больше будет Ваша прибыль.

На какого покупателя ориентироваться?

Когда у Вас начнутся продажи, Вам понадобится составить портрет своего покупателя: кто он, чем занимается, почему он покупает у Вас на сайте, как заставить его совершить ещё одну покупку у Вас, а не у конкурентов и так далее.

Не смотря на то, что эти вопросы кажутся довольно простыми, найти ответ на них не легко. И дело не в том, что это сложно технически – это как раз не так, просто при наличии нескольких вариантов нужно понять какой из них является для Вас главным.

Поясню на примере, когда у меня начала продаваться одна из программ, я долго не мог понять, кто же является её основным покупателем: фрилансеры, которым она нужно для выполнения заказов или же сами владельцы небольших и средних бизнесов. У меня заняло довольно много времени, прежде чем я смог составить полный и подробный портрет моего покупателя. И только когда я точно смог узнать, какой процент среди моих покупателей составляют фрилансеры и какой процент – это владельцы бизнеса, я смог скорректировать свою рекламу так, чтобы она работала с максимальной отдачей .

Поэтому потратьте время, чтобы определиться с тем, кем конкретно является Ваш основной покупатель. Со временем

это окупится сторицей.

Где найти своих единомышленников?

Существует мнение, что ведения своего дела – это удел одиночек. И одиночество – Ваше естественное состояние. Представьте себе часовщика, одиноко сидящего в своей будке, склонившего голову и корпящего над выполнением очередного заказа. Практически никто, кроме заказчиков не заглядывает к нему в крохотное помещение. Так Вы представляете себе жизнь предпринимателя? Увы, но это не предпринимательство – это ремесленничество.

Если же Вы грезите и мечтаете развернуться в большой бизнес, то Вам стоит найти единомышленников, которые, возможно, превратятся в хороших и верных друзей на всю жизнь.

Предпринимательство – это увлекательнейшее дело, если тот, кто им занимается имеет мечту, конкретные цели и упорно трудится на пути к этой мечте.

На этом пути, Вам придётся общаться со множеством людей – весьма разными, но такое общение позволит Вам приобрести бесценный опыт, которого нет у 90% людей на этой планете. Цените этот опыт – он Вам ещё пригодится.

Тем не менее, предпринимателей обычно не много, всё таки большинство людей – это наёмные работники и поэтому предпринимателям найти своих единомышленников (ведь иногда очень просто хочется с кем-то поделиться проблема-

ми или спросить совета) – дело не простое.

Возможно, если Вы с детства крутились в подобной среде это не представляет для Вас никакой проблемы. Но если Вы всё время были наёмным работником, а затем сменили свой образ жизни и ушли в свободное плавание, то это может стать проблемой. Не обязательно, но может.

Лично я, в своё время, прочувствовал это очень хорошо. Например, встречаясь со своими приятелями или друзьями на вечеринках я вдруг стал осознавать, что меня перестали занимать разговоры о том, кто какую работу нашёл или сменил, какая зарплата у человека на новом месте, в чём заключаются его обязанности и какие у него проблемы с начальством. Я вдруг начал ощущать себя белой вороной. В то время, как даже на отдыхе мои мысли продолжали крутиться вокруг своего бизнеса – все эти люди веселились и отдыхали – ведь у них был заслуженный выходной. Все проблемы их работы – это проблема их начальства. Для них главное – отработать положенные часы и уйдя с работы – выкинуть её из головы. Для меня же мой бизнес стал моей ежедневной и ежечасной жизнью – 24 часа в сутки и 7 дней в неделю.

Поэтому очень важно найти своих единомышленников – пусть даже одного. Они смогут стать для Вас опорой, у них всегда можно будет спросить совета в принятии сложного решения и т.д., так как вряд ли человек, который работает по найму войдёт в Ваше положение и сможет понять Ваши проблемы. Скорее всего они для него будут так далеки, как

если бы Вы прибыли с другой планеты. Посещайте бизнес клубы, форумы предпринимателей и бизнесменов, запишитесь на программу бизнес инкубаторов, в общем... попытайтесь найти среду близкую Вам по духу.

Роберт Кийосаки – известный бизнес коуч советует найти не просто единомышленника, но по возможности и наставника на Вашем тернистом предпринимательском пути. И в этом я ним полностью согласен.

Как став предпринимателем не потерять друзей

Когда Вы начинаете заниматься предпринимательством, то подобная деятельность со временем начнёт незаметно влиять на Вас, постепенно воздействуя и меняя Ваше поведение и даже, в какой-то мере, характер. И это абсолютно естественно – ведь всё в нашем мире взаимосвязанно.

Для успешного предпринимательства Вам понадобится развить и укрепить в себе такие качества характера как:

- Самостоятельность и независимость мышления
 - Критическое мышление
 - Способность полагаться только на свои силы
 - Умение договариваться с другими людьми
 - Уважение к чужому труду
- и прочее, и прочее.

А теперь подумайте, Вы в течение длительного времени вынуждены культивировать в себе эти и им подобные качества, пока они не станут частью Вас самих. Как Вы думаете – могут подобные особенности поведения изменить Вас или же нет? Ответ на этот вопрос очень прост – со временем Вы изменитесь. И как только Вы начнёте меняться, начнёт меняться и Ваше отношение ко многим вещам: людям, которые Вас окружают, политическому устройству Вашей страны, выборам в ней, отношению людей к социальному обес-

печению, поведению продавца в соседнем магазине и тысяче других вещей. Вы вдруг начнёте замечать, что практически на все вещи Вы начинаете смотреть по другому.

И в этот нет ничего плохого – это, повторюсь, абсолютно нормально. Главное здесь – не выплеснуть вместе с водой ребёнка. Вы изменитесь, но большинство Ваших друзей нет и это может создать кризис в отношениях. Вы можете почувствовать, что Вам стало не интересно с Вашими друзьями, что Вы теперь живёте в разных мирах, у Вас абсолютно разные проблемы.

В конце концов, Ваша дружба может дать трещину и развалиться. Но это не то, в чём состоит смысл предпринимательства – Вы должны стать мудрее и постараться не дать Вашему новому смыслу жизни сломать старые отношения. Ваш бизнес сам по себе, а старая дружба – сама по себе. Нужно научиться не связывать эти две вещи, хотя признаюсь честно, что сделать это не легко.

Оптимизация производства – курс слепой печати?

Как любой предприниматель Вы будете задумываться не только о том, как увеличить свою прибыль, но и как уменьшить расходы, то есть как оптимизировать своё производство. И здесь речь пойдёт не только о том, что связано с Вашей программой, сколько в Вас самих.

Возможно Вам покажется это смешным, но Вам нужно будет оптимизировать не только производство, но Вас самих. Да-да, Вы не ослышались – Вас самих. Вы основа Вашего бизнеса и Вы не должны тратить впустую своё время и свои ресурсы.

В Вашем случае может оказаться, что время – это действительно деньги, в том смысле, что потеря времени – это потеря Ваших денег.

Способов сэкономить время существует множество – я хочу поговорить об одном из них, может быть одном из самых распространённых. И тут я пытаюсь нарваться на критику, но выскажу одну “крамольную” мысль: программист, который медленно печатает – вряд ли станет отличным программистом. Я могу долго и нужно объяснять почему я так думаю, но не хочу начинать бессмысленную дискуссию – ведь на любой мой аргумент можно всегда найти контр-аргумент. Скажу только то, что медленная печать заставляет Вас

концентрироваться на клавиатуре, а не на том, что происходит на экране. То есть изначально человек, который печатает быстро – использует для осмысления написанного свои умственные возможности по максимуму, а тот, кто ищет глазами следующую клавишу – лишь часть из них.

Для тех, кому мои аргументы могли бы показаться интересны, я специально в конце книги публикую бонус: 10 причин, почему Вам надо пройти курс слепой печати на родном языке и хотя бы на одном иностранном – 40 часов, которые могут изменить Вашу жизнь.

Физическая подготовка спортсменов, и не только...

Жизнь предпринимателя не так легка, как кажется на первый взгляд и может потребовать от Вас уверенности в себе, энергии, дополнительных сил и мужества. Кроме прочего Вам нужно будет уметь противостоять хаосу, неизвестности и неопределённости, которые привнесёт в Вашу жизнь статус частного предпринимателя. Если раньше Вы могли планировать свою жизнь исходя и той зарплаты, которую получали каждый месяц в одно и то же время, то теперь может получиться так, что Вы не будете знать как финансово закончится Ваш текущий месяц: в плюсе и в минусе.

Эта неопределённость очень сильно выматывает. Кроме того, Вам придётся столкнуться с тем, что некоторые вещи абсолютно не зависят от Вас, неважно что и как Вы делаете.

К этому нелегко привыкнуть, но придётся, так как у Вас просто не будет выбора.

Помню, как во время чемпионата мира по футболу продажи моего софта упали почти в ноль. Я не знал что делать, в чём корень проблемы. Вроде и трафик на сайт практически не изменился, но продажи просто исчезли. С каждым днём я смотрел на сайт и понимал, что денег в конце месяца почти не будет, а ведь нужно платить за квартиру, еду и прочие расходы, содержать семью... Я уже не знал что делать, но к

счастью, как только закончился чемпионат, всё вернулось на круги своя.

Я пытался проанализировать эту ситуацию и понял, что в этой ситуации ничего сделать было нельзя. Даже реклама, которую я давал не приносила прибыли и казалась бесполезной. Мне пришлось признаться самому себе в том, что существуют такие периоды, когда что-бы я не делал – результат будет нулевым.

Поэтому, нужно воздействовать на то, что Вы можете изменить. Например – здоровье, своё отношение к вещам и т.д.

Как я уже сказал выше, быть предпринимателем – это работа большей частью нелёгкая, нервная. И чтобы поддерживать себя в тонусе и хорошей форме Вам нужно заниматься физической активностью.

Что это будет конкретно – решать Вам, если же хотите услышать мой совет, то это – тренажёрный зал с хорошим и понимающим тренером. В любом случае, занятия физической активностью нужны обязательно.

Зачем Вам Privacy Policy, а также Terms and Conditions

Юридическая защищённость – это основа Вашего благополучия как предпринимателя и бизнесмена.

Privacy Policy, она же Политика Конфиденциальности. Во многих странах существует закон, который обязывает публиковать на сайте "документ, определяющий политику в отношении обработки персональных данных". Точного требования к названию такого документа как правило нет, поэтому он может называться по-разному: политика конфиденциальности, пользовательское соглашение, положение об обработке персональных данных и так далее. Поэтому название документа особой роли не играет, важно здесь именно его содержание и местоположение.

Как правило в Privacy Policy документе должны находиться сведения:

1. Данные о реальном юридическом или физическом лице – владельца сайта.

2. Цели которые Вы преследуете, при использовании данных посетителей сайта.. Из этого документа пользователь должен понимать, где будут использоваться его данные и для чего. Это очень важно, так как если позднее выяснится, что Вы используете данные пользователей в целях, не указанных в документе (например, передаёте их третьим лицам), то это

будет считаться нарушением.

3. Также в этом документе следует указать какие персональные данные Вы будете собирать и хранить. Если Вы собираетесь запрашивать данные в размере большем, чем того требуется для Вашей деятельности, то Вы должны дать подробное объяснение для чего они Вам нужны. В противном случае это также может быть расценено как нарушение. Ну и кроме того, порядок и условия обработки персональных данных Ваших клиентов: как Вы их будете хранить, когда и как уничтожать, будут или нет они передаваться третьим лицам и для чего и т.д. и т.п.

4. Отдельным пунктом обычно указывается какие права есть у пользователей, куда и каким образом они могут обращаться с запросом об обработке их данных, каким образом подаётся запрос об отмене своего согласия на хранение данных и прочее.

Если Вы сами никогда не составляли подобных документов, то лучше всего будет обратиться в юридическую контору, которая поможет Вам составить этот документ исходя из Ваших персональных потребностей и особенностей Вашего бизнеса. Однако, если Вы хотите сэкономить (не рекомендую), то можете найти достаточно образцов и темплейтов стандартных Privacy Policy в Интернете.

Где публиковать этот документ?

Как правило ссылка на документ размещают так, чтобы пользователь имел возможность прочитать текст политики в момент, когда он заполняет форму со своими данными. Обычно ссылка даётся непосредственно под этой формой.

Помимо этого нужно также получить подтверждение от самого пользователя. То есть, после того как пользователь заполнил форму со своими данными, ему ещё нужно поставить галочку рядом с текстом вроде "Я ознакомился и принимаю условия политики конфиденциальности". При этом фразу "политики конфиденциальности" принято делать ссылкой на текст самого документа. Вы не обязаны проверять прочитает ли пользователь этот документ, но пока он не поставит галочку – отправка формы должна быть не возможной.

Также можно использовать вариант без галочки с текстом, в котором говорится примерно следующее: "Нажимая кнопку "Отправить" (или другое действие, которое предусмотрено у Вас), я принимаю условия политики конфиденциальности". При этом (два последних слова – также должны быть ссылкой на указанный документ.

Саму ссылку на документ политики конфиденциальности можно дополнительно разместить внизу сайта, в так называемом "подвале".

Другие данные

Что делать с cookies и IP-адресами? Любой посетитель, который попадает на Ваш сайт и взаимодействует с ним, оставляет о себе некоторые сведения, которые могут остаться на сервере. Например, Ваш сервер записывает IP-адреса устройств, через которые пользователь заходит на сайт или же cookie – маленькие текстовые файлы с данными. Веб-сервер пересылает cookie на компьютер пользователя, в них может храниться какая-то информация о пользователе, его действиях. Затем браузер отправляет их обратно с каждым запросом к серверу. Таким образом сервер может "узнать", например, на какие страницы сайта Ваш пользователь уже заходил, какие данные вводил и другие сведения (из тех, что Вы решили сохранить в у него с cookie или же в Local Storage).

Согласно международной практике, принято считать, что вся вышеуказанная информация является данными, использование которых должно происходить только с разрешения посетителя ресурса. То есть сперва Вы должны получить от пользователя разрешение на подобные действия до того, как он начнёт работать с Вашим сайтом.

GDPR, что это за зверь и с чем его едят?

Чем больше развиваются технологии, тем всё больше и больше люди делятся своими персональными данными, так как взамен этого они получают удобство и комфорт. Конечно, мы все сильно привыкли к этому и даже не представляем себе наш мир иначе. Например, при регистрации на моём сайте пользователи должны были оставить свой емейл, имя, а также по желанию страну проживания, адрес и телефон.

Что это означает с точки зрения посетителя сайта? А то, что с момента как он передал их мне на сайт, они оказались у меня в базе данных, а сам посетитель потерял над ними контроль. Увы, такова сегодня наша с вами цифровая реальность.

Конечно, многие правительства, и в первую очередь, европейские занялись этим вопросом всерьёз. В 2016 году был принят Общий Регламент защиты персональных данных (General Data Protection Regulation), иначе называемый GDPR. Он вступил в силу только через два года в мае 2018 года, чтобы у бизнеса было достаточно времени подготовиться и внести все необходимые изменения в документы и работу своих систем, в том числе и сайтов в Интернете.

С этими правилами прежние нормы защиты приватности в Интернете изменились практически кардинально. Старые

нормы оставались без изменения почти двадцать лет и являлись морально устаревшими, вызывали множество вопросов, не отвечали требованию времени.

Появившись в Европе, эти правила оказались фактически триггером для многих стран в других частях света, например ССРА в США и прочие. Так что сегодня, независимо от того, где Вы работаете и откуда Ваши клиенты – придётся учитывать текущие реалии и работать, принимая во внимание те правила, которые были введены в оборот GDPR. А сам GDPR по факту на сегодняшний день стал практически стандартом.

Бонус

10 причин, почему Вам надо пройти курс слепой печати на родном языке и хотя бы на одном иностранном – 40 часов, которые могут изменить Вашу жизнь.

Если Вам не 5-10-15 лет, Вы учите иностранный язык и хотели бы выучить его как можно скорее (не важно по какой причине), то скорее всего всё ниже написанное может оказаться для Вас полезным. Существуют разные способы ускорить изучения иностранного языка. Один из них заключается в том, что к процессу изучения стараются подключить как можно больше систем памяти: зрительную, слуховую, мышечную и т.д. Для этого ученика максимально погружают в языковую среду: учёба, радио, телевидение, общение на улице и прочее. К сожалению это не всегда возможно, особенно если обучение происходит вдали от такой языковой среды. Кроме того, не у всех есть возможность такого "погружения" из-за работы, учебы, детей и кучи других житейских проблем. Однако существует метод, у который позволяет за 40 часов совершить качественный скачок в изучении иностранного языка, что, как Вы понимаете, может в корне изменить Вашу жизнь. Интересно? Тогда приглашаю читать дальше.

Одна из проблем, с которой сталкиваются люди старшего поколения – полная компьютеризация. Дети с ней справля-

ются на "ура", а вот люди постарше вынуждены покорять её через силу. Я знаю многих людей, которые прекрасно владеют и родным и иностранным языками: пишут, говорят, читают на них, но когда дело доходит до необходимости набрать простенький текст на на клавиатуре – они впадают в ступор. Я знаю о чём я говорю, я сам был таким. Разглядеть на двух или трёхязычной клавиатуре буквы было тем ещё ребусом, а постоянные остановки с обдумыванием: как пишется то или иное слово – вообще вызывали желание разбить эту самую клавиатуру об стену. Даже разобрать несколько букв на одной клавише бывает очень трудно, особенно учитывая то, что все это буквы рисуют разными красками, при этом одна из них, как правило, почти не видна. В общем...

Я не буду долго описывать зачем и почему Вам стоит пройти курс обучения слепой печати. Я решил просто написать 10 пунктов, где чётко и ясно объясняются все те преимущества, которые Вы получите от его прохождения. Весь курс по времени занимает максимум 40 часов. Сегодня я печатаю вслепую на трёх языках. Русский курс я прошел за 42 часа, английский за 23, а третий язык всего-лишь за 18 (каждый последующий давался мне всё легче – ведь пальцы были уже приученные). Я легко даю фору многим молодым людям на работе, могу быстро набрать нужный мне текст или ответить на письмо. Мне всё равно какая клавиатура у меня под руками – можно вообще без обозначений с "голыми" клавишами". У меня перестали болеть руки от неправильной поста-

новки пальцев, и уменьшились боли в спине от постоянного наклона головы и её перемещения с экрана на клавиатуру... Всё ещё интересно? Тогда дальше Вас ждём самое главное. Итак:

1. Вы приобретаете полезный навык.

Большинство людей заканчивает приобретать полезные навыки в жизни обычно к 16-21 годам. А затем пользуются ими всю оставшуюся жизнь. Такие вещи как обучение вождению автомобиля мы не рассматриваем, так как это исключение только подтверждает правило. Когда-то это было нормой, лет 200 назад основные навыки в жизни заканчивали приобретать ещё раньше, годам к 10-15. Но сегодня жизнь очень динамична, люди продолжают учиться и в зрелом возрасте и приобретение полезного навыка для вашего сознания – это очень мощный сигнал о том, что вы ещё молоды не только душой, но и телом. Заметьте, я говорил про не учёбу – а про физические навыки.

2. Это просто круто.

Вы сможете похвастаться навыком, которым в вашей среде владеют немногие, что вызовет как минимум, если не восхищение, то уважение к вашим способностям и упорству. Мы всегда восхищаемся людьми, которые могут сделать то, что нам не под силу.

3. Это может дать вам реальное преимущество.

Да, сегодня такой навык вполне можно указать в резюме. В профессиональном плане, при прочих равных вы получа-

ете дополнительное преимущество. Кроме того, это говорит о том, что Вы человек, упорный и настойчивый.

4. Вы заботитесь о своем здоровье.

Объяснять, что чем меньше вы будете дёргать наклоненной вниз головой перескакивая взглядом с клавиши на клавишу, тем меньше у вас будет проблем с болью в спине и в руках – я думаю не надо, это итак все понимают. Плюс ко всему, вы будете меньше уставать, меньше нервничать, ваша работа станет более продуктивна, вы сможете добиваться большего и т.д.

5. Вы становитесь более грамотным.

Хотите вы этого или нет, но материал пройденный за 100 уроков, застрянет в вашей голове навечно. Зрительная память, мышечная и т.д. – вы скорее всего уже никогда не ошибетесь в написании тех слов, которые попадались вам во время прохождения курса.

6. Вы улучшаете свои познания в иностранном языке.

Если вы проходите курс не на своём родном языке, а на иностранном, то это в добавок ещё и прекрасный способ быстро продвинуться в изучения этого языка. Пусть словарный запас этих 100 уроков не такой уж и большой (хотя и не маленький – пару тысяч слов), но он будет у вас в активе, а не в пассиве, как это обычно бывает при стандартной зубрежке иностранных слов. Про правописание мы уже говорили в предыдущем пункте.

7. Прохождение подобного курса психологически заряжа-

ет на успех.

Мало того, что вы выходите с приобретенным навыком – вы еще получаете огромный импульс на успех и продвижение в жизни.

8. У вас появляется положительный опыт в достижении поставленной цели.

Подход, применяемый в этом курсе может быть с тем же успехом применен и для достижения других целей: выучить новый язык, получить новую профессию, добиться финансовой независимости и т.д.

9. Если Вы не используете метод слепой печати – Вы ограничены в скорости. Печать двумя-четырьмя-шестью пальцами имеет свой естественный предел скорости, обычно он колеблется где-то в районе 180-200 знаков в минуту (это предел, но у многих он гораздо меньше, где-то 120-130 знаков). Перепрыгнуть его практически не возможно, особенно учитывая то, что почти всё ваше внимание обращено на клавиатуру, а не на текст. С помощью метода слепой печати вы легко дойдете до 250-350 знаков в минуту (в обычной жизни больше и не понадобится), – и это даже если Вы звёзд с неба не хватаете! Ну а дальше всё зависит от Вас и дальнейшей тренировки.

10. Вы сможете сосредоточиться на самом тексте, а не на его наборе.

Когда Вы не набираете методом слепой печати, Вы сосредоточены на самом наборе, а не на тексте. Ваша мысль не

свободна, так как Ваше левое полушарие перезагружено тем, что вынуждено следить за клавишами: куда поставить палец, как исправить ошибку и т.д. и т.п. Вам тяжело творить, пытаясь одновременно думать, создавать текст и смотреть на какую клавишу ставить палец. Когда же Вы печатаете методом слепого набора, этим управляет Ваше правое полушарие и Вы совершенно не думаете о том, как набрать слово, зато можете направить всю свою мыслительную энергию на размышления и обдумывание текста. Чтобы примерно понять о чём идёт речь представьте себе человека, которые только начинает учиться вождению автомобиля: он весь сосредоточен на дороге, весь напряжен, любой вопрос не только отвлекает его, но и жутко напрягает – ведь он может потерять контроль за дорогой и управлением автомобиля. А теперь представьте себе водителя со стажем: он спокоен и расслаблен, но при этом он чётко ведёт себя на дороге, его сознание подмечает любые мелкие детали, он вовремя перестраивается в другой ряд, соблюдает дистанцию, легко обгоняет и вообще... наслаждается ездой!!! Он даже может поддерживать беседу с пассажирами – и это совершенно не отвлекает и не напрягает его!!!. Вот так примерно Вы сможете чувствовать себя, когда освоите метод слепого набора. Готовы изменить свою жизнь за 40 часов? Ну что ж, тогда я могу предложить Вам несколько вариантов.

1. Stamina

2. Соло на клавиатуре

3. Бомбина

Клавиатурных тренажёров, конечно же намного больше. Выберите тот, которым Вам больше нравится или подходит и вперёд!

Удачи Вам в Ваших начинаниях и спасибо за то, что прочитали мою книгу!