



ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ДЛЯ АСТРОЛОГОВ

Донна Вудвелл

2012

18+

Донна Вудвелл

Интернет-маркетинг

для астрологов

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69155404
SelfPub; 2023*

Аннотация

В основу этой книги легло живое выступление маркетолога Донны Вудвелл на астрологической конференции 2012 года в Нью-Орлеане, США. Перевод на русский язык произведён с разрешения автора. В книге представлены фундаментальные методы продвижения астрологического бизнеса. Начинающие астрологи-профессионалы могут использовать это пошаговое практическое руководство для заработка в сфере астрологии. В нём освещены коммерческие аспекты малого бизнеса и социального маркетинга, рассмотрена важность создания и распространения качественного контента. Автор делится личным опытом найма сотрудников и взаимодействия с полезными онлайн-сервисами, принципами ведения блога, формирования базы потенциальных клиентов и аналитической оценки показателей своей деятельности.

Донна Вудвелл
Интернет-маркетинг
для астрологов

Вплетаемся во

10 способов (и более) и
для привлечения клиент
астрологического бизне

Донна Б
Kepler Col
AFAN A

Донна Вудвелл – астролог и преподаватель Колледжа Кеплера ([Kepler College](#)) – представила 3-часовой ознакомительный воркшоп на тему, как астрологи могут использовать интернет для привлечения клиентов и продвижения своих услуг.

Впервые эта лекция была представлена для Ассоциации нетворкинга астрологов ([Association for Astrological Networking, AFAN](#)) на Объединённой астрологической конференции ([United Astrology Conference, UAC](#)) в 2012 году в Новом Орлеане.

Примечание переводчика

Идея данной книги пришла после прослушивания живого выступления Донны Вудвелл на астрологической конференции 2012 года. По сути, это запись англоязычной лекции, переведённая на русский язык. Перевод выполнен с личного разрешения автора.

Книга выпущена спустя несколько лет после выступления Донны Вудвелл, поэтому некоторые упомянутые ею веб-ресурсы уже прекратили свою работу; я указала в сносках, какими новыми инструментами их можно заменить. Несмотря на то, что в книге приведены устаревшие методы маркетинговой аналитики, – описанные там методы продвижения остаются актуальными по сей день, потому что являются

фундаментальными для астрологического бизнеса и не зависят от конкретных сайтов.

Для кого эта книга?

Начинающие астрологи-профессионалы могут использовать данное руководство как пошаговую инструкцию по интернет-продвижению (в т.ч. за рубежом). Также материал книги может пригодиться начинающим психологам и любым другим специалистам, которые занимаются индивидуальной практикой, потому что она строится по тому же принципу, что и астрологические консультации.

Астролог [Наталья Звездочёт](#)

Книга состоит из 10 частей:

1 Часть 1 содержит обзор семинара и его целей.

1 Часть 2 знакомит с основами маркетинговой терминологии и объясняет, как найти свою бизнес-нишу.

2 Часть 3 рассматривает важность создания качественного контента в эпоху социального маркетинга.

3 Часть 4 даёт полезные советы для разработки веб-сайта, самостоятельного его создания и найма веб-разработчика.

4 Часть 5 приводит основные принципы ведения блога.

5 Часть 6 содержит обзор некоторых основ по созданию и распространению собственного видео-контента.

6 Часть 7 содержит обзор использования онлайн-справочников, почтовых рассылок и других методов для формиро-

вания базы потенциальных клиентов.

7 Часть 8 приводит обзор инструментов Facebook, и как их можно использовать для роста своего бизнеса.

8 Часть 9 рассматривает другие социальные сети, такие как Twitter, LinkedIn, Google Plus и др.

9 Часть 10 затрагивает важность анализа собственных маркетинговых усилий и как с его помощью стать более успешным специалистом.

Знакомьтесь: Д

Моя миссия: жить творч
изобилием и радостью и
так же

Мой опыт:

- маркетинг, деятельн
бизнес-планирован
- профессиональный
- соучредитель GNO
агентства для культ

Часть 1. Вступление

Что ж, всем здравствуйте и добро пожаловать!

Я рада, что вы смогли посетить вторую часть дня конференции, которая посвящена интернет-маркетингу. Я назвала её “плетением сетей”, и, по-моему, этот термин весьма подходит к нашей теме.

Итак, меня зовут Донна Вудвелл. Для тех, кто не знает меня... Те, кто уже был на моих лекциях, знают, что моя главная задача – поддерживать у публики весёлое настроение, потому что если вы не будете смеяться, особенно после обеда, то точно уснёте. А если вы уснёте, то ничему не научитесь. Так что, если я время от времени буду говорить какие-то дурацкие вещи, то просто ради того, чтобы вы проснулись, обратили на меня внимание и включились в процесс. Ведь люди вовлечённые всё запоминают и, возвращаясь домой, всё ещё помнят то, что услышали на лекции. Это делает меня такой счастливой!

По поводу [моего опыта](#): я училась в международной школе и познакомилась с людьми со всей страны. По окончании школы собиралась стать внештатным корреспондентом.

В то время я ничего не знала об астрологии, мысли о ней даже не приходили мне в голову. Но ведь я человек с восхо-

дяди Стрельцом. Когда я закончила школу, одна маленькая (но решительная) планета по имени Плутон повлияла таким образом, что мои планы стать корреспондентом испарились: я сильно заболела и в процессе лечения была вынуждена переосмыслить свой карьерный путь.

Таким образом, я получила две магистерские степени, одна из которых в сфере массовых коммуникаций и маркетинга. Её я применила для работы по сбору денежных средств и получила в этом деле большой профессиональный опыт.

В то же время, я изучала астрологию, пытаюсь понять, почему я заболела, и другие важные для саморазвития вещи.

Знаете, что... вы не против, если я сниму туфли во время лекции? Просто я спотыкаюсь о провода, и это создаёт проблемы. Мы никому не скажем. Вы же так или иначе будете слушать меня.

Я занималась деятельностью по сбору средств и имела счастье поработать в пользу города Остин, штат Техас. Работала на два крупных госпиталя. Мне довелось поработать с людьми, которые были очень вовлечены в нашу деятельность, и это стало отличной возможностью получить новый опыт у потрясающих личностей. Наш директор был президентом благотворительной Ассоциации здравоохранения.

Вы, возможно, о ней даже не слышали, но там я получила действительно ценное образование и навыки использования маркетинга в благотворительных целях.

Когда во время беременности я немного выпала из общего потока, то решила разработать стратегию бизнеса, где я могла бы работать полный рабочий день. Я поняла, что все вещи, которым я научилась к тому моменту, действительно полезны для сообщества астрологов. Тем более, что никто этим не занимался в данной сфере. Так что я взошла на борт Колледжа Кеплера в качестве консультанта по маркетингу, помогающего людям прокачивать навыки самопродвижения и применять их на практике.

Также я преподаю в этом колледже курсы повышения квалификации, чтобы помочь астрологам стать более успешными. Откровенно говоря, есть много инструментов, способствующих вашему успеху, но иногда вы используете только некоторые из них. И дело тут не в недостатке интеллекта.

Если вы астролог, значит, имеете склонность к умственной работе. И значит, сможете освоить хотя бы один из инструментов продвижения и составить маркетинговый план, — это не сложнее, чем понять, как работает Twitter.

Если вы сейчас начнёте учить какой-то иностранный

язык, то каждый из вас вспомнит, что в начале, когда вы впервые познакомились с астрологией, она воспринималась почти как диковинка (как совсем не знакомый вам язык, например, греческий). И вам порой казалось, что вы вообще не способны её понять. Но как только вы вникли в суть астрологических методов, то она стала неотъемлемой частью вашей жизни. Всё, что я расскажу вам сегодня, может выглядеть непонятным пока что. Но я обещаю, если вы немного поиграетесь с этой темой, она обретёт для вас смысл.

Обзор воркшоп

- рассматриваем маркетинг
малого бизнеса
- исследуем, как интерне
расширить ваш астр
- учимся замерять св

Обзор воркшопа

Окей, цель моего мастер-класса сегодня – пройтись по некоторым основам и понять, что значит маркетинг для малого бизнеса. Потому что все мы знаем, – если вы начинаете астрологическую практику и ожидаете получать от этого доход, то маркетинг поможет вам в этом.

Астрологическое консультирование – это малый бизнес. А все правила малого бизнеса сводятся к ведению бухгалтерии, исполнению юридических обязательств и составлению маркетингового плана.

Если я содержу штат работников, – а мы все стремимся стать компанией, где будет реализовываться наша профессиональная стратегия и размещаться наш офис, – у меня всегда будут мысли взять на работу кого-то ещё. Я помню период, когда у меня в подчинении было 7 человек, и одной из моих целей при этом было окупить наличие штата.

Итак, мы собираемся обсудить, что такое маркетинг. А в следующей, второй части мастер-класса, пройдем по шагам, как вы можете использовать интернет и его инструменты для развития вашего бизнеса. В третьей части немного поговорим о том, какие измерения нужно делать, чтобы узнать, выполняют ли используемые нами инструменты те задачи, которые мы перед ними поставили. Таким образом, вы сможе-

те эффективно использовать своё рабочее время.

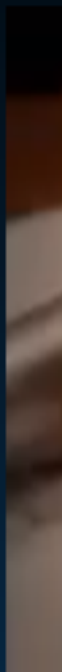
Некоторые вещи займут гораздо больше времени в начале деятельности, пока вы будете вникать, как их настроить, чтобы всё заработало. Но потом вы вольётесь в единый ритм работы, и со временем эти задачи уже перестанут быть трудоёмкими.

Формат моих мастер-классов таков, что крайне приветствуется задавать вопросы по теме, которую мы обсуждаем. Хочу убедиться, что вам понятны все моменты урока, так что не стесняйтесь спрашивать меня и добиваться разъяснений типа: “Эй, а как насчёт этого?”

Если у вас есть вопросы по каким-то специфическим темам, и они выходят за рамки семинара, пожалуйста, запишите их куда-нибудь на листочек, – мы вернёмся к ним в конце. А если у вас возникнут вопросы вообще на отвлечённые темы, я также попрошу вас придержать их на время, потому что мы сможем рассмотреть их в ближайшую 15-минутку, либо уже сделаем это по окончании всей лекции.

Рассмотрим не

Астрологиче



Часть 2. Определите свою нишу

Что ж, давайте пробежимся по основам. Астрологическая практика – это бизнес. Что нужно для бизнеса? Любому бизнесу – прежде чем с головой окунуться в зарабатывание денег – нужен определённый бизнес-план. Я не имею в виду, что вам необходим машинописный структурированный текст на 30 страницах о том, как составляются прогнозы. Вам нужно нечто, что задаст направление вашей деятельности в сфере астрологического консультирования.

“Но ЗАЧЕМ мне



Бизнес-план

Есть ли у вас представление, что нужно сделать, чтобы эффективно заниматься астрологией? Вы уже задавали мне вопросы: “Я знаю, как делать то и делать это. Но что наиболее важно? С чего лучше начать, а к чему приступить потом? Как узнать, чему стоит уделять много времени, а чему нет?”

Это вопросы, на которые вы сейчас начинаете искать ответы. Имея на руках бизнес-план, вы многое поймёте, потому что он позволит вам сузить спектр целей, которые надо достичь.

Что входит в би

- ваша целевая аудитория
- ваши уникальные условия
- ваш бизнес-бюджет
- ваша маркетинговая стратегия

Работа других астрологов может отличаться от вашей.

1 Кто-то стремится найти как можно больше клиентов и работать полный день. Буквально ставит себе цель встретиться с клиентами с момента пробуждения и до отхода ко сну; и это всё, на что он готов.

1 Другие астрологи ставят себе целью писать, писать, писать и создавать привлекательные копии текстов для регулярной рассылки. И они думают, что знают своих клиентов. Но это не самый мудрый путь, – слишком долгий. Бедные клиенты, если им приходится ждать полезной информации так долго. Но они станут благодарными клиентами, когда получат возможность лично пообщаться с вами.

2 Некоторые астрологи работают над тем, чтобы обучать, обучать, набирать как можно больше классов и заполняют собой всю образовательную нишу.

3 Есть специалисты, которые пишут книги по астрологии.

4 Есть ещё множество разных способов, которые используют люди вроде меня, – проводят маркетинговые консультации для астрологов и воочию видят своих клиентов.

5 Я бы ещё рассмотрела категорию людей из торговой эзотерической среды: некоторые из них тоже встречаются с большим количеством клиентов, но при этом они изготавливают ювелирные изделия и продают камни.

6 Кто-то разрабатывает программное обеспечение, например, [Дэвид Кокрейн](#). Он напрямую работает с клиентами и

создаёт дизайн для Кеплеровского функционала.

Чем конкретно вы планируете заниматься? Как это будет выглядеть? Это должно всецело отражать вашу сущность, – то, как вы мыслите; то, что вызывает у вас страсть. Это первый секрет маркетинга.

Маркетинг 101:

Как найти свою а

- Включите эмпатию!
чём нуждаются ваш
- Маркетинг вашего б
полной занятостью
- Реинвестируйте 6-1
маркетинг
- Разработайте марке

Маркетинг

Маркетинг – это понимание того, как найти свою аудиторию. Каждый нуждается в том, чтобы найти “своих” людей.

Если вы мыслите слишком широко, и ваша цель звучит как “Я хочу общаться с сотнями клиентов по всему миру”, – то знаете, что? С точки зрения маркетинга, вы должны ПЕРЕБОРОТЬ это своё желание и сузить специализацию до такого уровня, где вы сможете сосредоточить усилия в определённой нише, но зато получите от этого максимальный эффект.

Мир – это реально огромное пространство. И да, интернет даёт нам возможность распространять знания по всему миру. Я бы могла, если б захотела, встречаться с клиентами из Китая. Но лучшее ли это место для меня, чтобы вкладываться именно туда и рекламировать себя там? Лучшее ли это место для меня, чтобы тратить на эту аудиторию своё время? И знаете, это такие вопросы, на которые вы не сможете достоверно ответить, пока по-настоящему не поймёте свои бизнес-цели.

В этот самый момент вы поймёте, в чём ваше преимущество быть астрологом. И узнаете себя достаточно хорошо, чтобы определить идеальное место для своей работы. Ваша натальная карта тоже даст подсказку, как вы склонны вза-

имодействовать с людьми: предпочитаете общаться с ними весь день напролёт или только в рамках определённого графика, позволяя себе заниматься и другими делами. О рекомендациях натальной карты по поводу занятий астрологией мы сегодня не будем говорить, но изучить её в данном аспекте будет вашим домашним заданием.

Думая о своей маркетинговой нише, будьте предельно честны в оценке, какие виды практики вы хотите совместить. Очень важно, чтобы вы понимали: перед тем, как двигаться дальше, все ваши задачи необходимо включить в один полномасштабный план.

Аудитория

Итак, как я уже сказала, маркетинг – это умение найти свою аудиторию. Так кто эти люди? Первый шаг в маркетинге – это необходимость понять, кто к вам обращается.

Я знаю, многие астрологи, особенно в начале пути, забывают об этом. Они так воодушевлены, что набрались из книг столько знаний и мудрости! И при общении с клиентом часто тратят 50 минут на эту мудрость, читая бумажки и совершенно забывая при этом спросить у клиента его имя, или, может быть, задать вопрос, зачем он вообще сюда пришёл. Это сложно для начинающих астрологов. Мы порой сфокусированы исключительно на собственных потребностях. Если вы в своей практике активно используете астрологиче-

ские термины, то люди, которые ничего не смыслят в астрологии, просто не поймут, о чём вы говорите.

То же самое с маркетингом: придётся потратить какое-то время, чтобы задать вопрос наподобие того, какой я задавала этим утром: зачем вы здесь? Что вы знаете об астрологии? Чего вы хотите от астрологии? И в процессе вы должны понять: если у вас уже есть клиенты, значит, вы каким-то образом привлекли этот тип людей к себе. Или, что вам нравится работать именно с такой категорией клиентов, например, с женщинами среднего возраста на стадии развода. Или вам нравится находить пропавших домашних животных. Это тоже может быть чья-то ниша.

Как бы то ни было, вы должны действительно получать удовольствие от того, что узнаете. Вы должны видеть, как ваши рекомендации отражаются на ваших клиентах, и проявлять эмпатию к ним, к их точке зрения и к тому, что они ищут. Потому что люди, идущие по улице, не думают о том, где бы почитать натальную карту. Они не думают о карте прогрессий, если ещё не встречались с нею и не знают, что означает этот термин.

Они думают о том, что “у меня есть трудности в отношениях” или “меня только что уволили с работы” или “я в такой де-

прессии... когда ж это всё кончится...”, “когда я продам мой дом”, “куда же подевался мой пёс”. Вот об этих вопросах они думают. Это реальные жизненные вопросы, которые вы должны взять и включить в свой маркетинговый план. Потому что все слова, которые вы используете, все кирпичики, которые вы складываете вместе, должны фокусироваться на нуждах клиентов.

Если ваши клиенты проходят через подобные жизненные ситуации,

вам может понадобиться такой формат услуги, который даёт им план действий на месяц. Либо им понадобится одна 45-минутная сессия каждый месяц в течение определённого количества времени.

А если к вам приходят клиенты, только что отметившие своё 50-летие, – что ж, угадайте, – вам нужно разработать определённый план именно под их ситуацию.

Т.е. вы не сможете по-настоящему вникнуть, что нужно клиентам, пока не поймёте, что эти люди из себя представляют.

Продвижение

Продвижение вашего бизнеса будет занимать полный рабочий день. Здесь много подготовительной работы, и я обещаю, что мы с вами окунёмся в эти интернет-инструмен-

ты, мы всё это рассмотрим. Но вы должны овладеть этим в первую очередь, потому что остальное без этого просто не будет иметь смысла. Ещё раз повторю: маркетинговая работа в вашем бизнесе рассчитана на полный рабочий день.

Очень многие астрологи, с которыми я общалась на протяжении последних лет, говорили вещи типа: “Я не могу заниматься продвижением себя. Просто не могу. Это не моё. Мне не нравится говорить о себе”.

Что ж, предположим, вы собираетесь заняться малым бизнесом, и вы не в восторге от необходимости рассказывать всем, кто входит с вами в контакт, насколько крута астрология. В таких условиях будет очень трудно развивать свой бизнес.

Я уже упоминала ранее, что один мой знакомый создал астрологический бизнес с нуля до полной занятости быстрее, чем кто-либо другой. Это [Бенджамин Бернстайн](#), – у него ушло на это 6 месяцев. Теперь у него есть маркетинговый опыт. Он отлично поработал с “партизанским маркетингом” и другими техниками. Я также учитываю, что по астрологическим факторам он непримиримый Лев: он просто взял свои снимки и разместил их повсюду; он не сидел на месте, – много читал и разговаривал с людьми. И в маленьком Эшвилле (Северная каролина), где есть известные

астрологи, он вёл более масштабную практику, чем они, – просто потому, что был последовательным в своём послании людям. И вот к чему это привело. Так что, привычка прятать свою астрологию в дальний угол никак не поможет вам создать клиентскую базу так же быстро. И если астрологический заработок является вашей целью, то необходимо выйти из тени так же, как это сделал Бернстайн.

Конечно, не все из нас Львы, не все готовы к публичности. И это повод вернуться и посмотреть свою натальную карту, – что в ней работает на вас. А если вы просто заикнётесь типа “Эй, я астролог!”, но будете не готовы рассматривать эту работу как полноценную профессию с занятостью на полный рабочий день, то чем тогда вы собираетесь заниматься, если не этим? Просто слушать всё, что я говорю, потому что это в какой-то степени вам полезно? Или хочется просто поиграть в астрологию, потому что есть время попрактиковаться?

Если у вас есть бизнес-план и чёткое понимание, сколько денег вам нужно, чтобы оплатить все счета, и сколько вы будете зарабатывать, чтобы потом реинвестировать эти средства в дальнейший прогресс, – просто знайте, что, согласно стандартам индустрии, надо будет выделять 6-10% заработанного на продвижение бизнеса (из которых 10 – это агрессивный процент, а 6 – консервативный). Это общеотраслевые цифры для любого малого бизнеса.

У меня недостаточно данных для того, чтобы сказать, могут ли астрологи обойтись меньшими суммами. Но обычно, по моему опыту работы с деловыми людьми (я работала с некоммерческими организациями в разных сферах деятельности), – когда они считают, что они исключение, они на самом деле таковыми не являются (смеётся).

Так что, когда вы соберётесь составлять свой астрологический бюджет, то просто учтите: вам придётся потратить немного денег на маркетинговые вещи – от визитных карточек до красиво оформленной натальной карты. Также вы можете использовать буклеты отличного качества; некоторые астрологи не скупятся на такие вещи. Потому что чем эффективнее вы вложите в нужные вещи – тем больше людей к вам придёт. Держите это в уме, составляя бюджет.

И последняя небольшая маркетинговая фишка, которая закрывает теоретический раздел, – это основные принципы составления маркетингового плана.

Вот шаги, которые мы с вами обсудим:

1 что надо сделать в первую очередь, а что во вторую – в соответствии с вашими целями;

1 как потратить своё время и деньги для достижения цели. Потому что, как вы знаете, время – наиболее ценный ре-

сурс. Вы всегда сможете заработать больше денег, но время в значительной степени ограничено: однажды потратив его, вы его уже не вернёте.

Так что же такое маркетинговый план? Надеюсь, к концу нашей встречи у вас уже будет ясное представление о том, что из себя представляет маркетинговый план для интернет-бизнеса, потому что сейчас мы разберём его по частям.

Найдите свою нишу

Что такое ниша

Позиция, наиболее по-
пулярная в отрасли,
который занимает её

Найдите свою нишу

Что такое ниша? Это модный маркетинговый термин. Ниша – это место, где вы хотите в дальнейшем работать. Место, которое вы хотите занять в астрологии. Некоторые астрологи считают себя универсалами: “Я умею делать всё для всех”. Но, по теории маркетинга, практика иногда (как я уже говорила) – не лучшее место для проб и ошибок.

Гораздо проще (опять же, в теории маркетинга) взять прекрасный пример [Терри Джонсон](#), которая действительно молодец: она ищет потерянных животных и использует для этого хорарную астрологию. Если бы я была её консультантом по маркетингу, и она бы пришла ко мне с конкретной проблемой, то я бы задумалась о людях из Американского общества по защите животных или о тех, кто выписывает журналы о домашних животных. Если я сфокусируюсь на конкретной теме, то придумаю миллион мест, где она сможет найти клиентов, заинтересованных в её услугах.

При этом мне не нужно беспокоиться о людях, которые читают журналы об автогонках, но тоже, возможно, нуждаются в её услугах. Намного больше реальных клиентов среди тех, кто читает журналы о домашних животных. Мы можем сузить наш поиск, а потом подойти к вопросу творчески, например, обратить внимание на сайты о домашних животных, которые, возможно, захотят сотрудничать с ней. Или, может

быть, найдутся некоммерческие организации, которые принимают потерянных домашних животных. Таким образом, она бы могла узнать о них и стать частью их благотворительной программы. Можно привести множество таких примеров.

Прежде чем заняться поиском клиентов, вы уже должны занять свою нишу. Так что подумайте:

имеет ли ваша ниша локальную привязку (район, город, страна)?

какой конкретный вид услуг вы можете предоставить – из тех, которыми другие астрологи ещё не занимаются.

Потому что ваша ниша – это отражение вашей личности. Она должна стать вашим самым сильным увлечением, которое манит вас за собой. Следуй за мечтой!

the same time, the fact that the majority of the respondents are from the United States may have influenced the results.

There are several limitations to this study. First, the sample size is small and the respondents are all from the United States. Second, the study is cross-sectional and does not track changes in ethical perceptions over time. Third, the study is self-reported and does not measure actual behavior.

Future research should address these limitations by using a larger, more diverse sample, tracking changes in ethical perceptions over time, and measuring actual behavior.

Finally, the study highlights the need for continued research on the ethical perceptions of business students. As the business environment continues to evolve, it is important to understand how the ethical perceptions of future business leaders are changing.

References

- Adkins, N. L., & Calkins, M. D. (2006). The ethical perceptions of business students: An investigation into the influence of demographic factors. *Journal of Business Ethics*, 67(1), 5–20.
- Alford, J. (2007). *Business ethics: A practical approach*. London: Routledge.
- Alford, J., & Jones, T. (2007). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2008). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2009). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2010). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2011). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2012). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2013). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2014). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2015). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2016). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2017). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2018). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2019). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2020). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2021). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2022). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2023). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2024). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.
- Alford, J., & Jones, T. (2025). The ethical perceptions of business students: A comparison of the United Kingdom and the United States. *Journal of Business Ethics*, 74(1), 1–15.

Journal of Business Ethics (2015) 133:1–11
DOI 10.1007/s10551-015-2888-8

© Springer Science+Business Media Dordrecht 2015

This article is published with open access at link.springer.com/journal/10551

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Springer is a participant in the [Springer Author Service](http://www.springer.com/author) to help the authors with their article manuscripts.

Вчера вечером я ужинала с [Бобом Маллиганом](#) и он говорил о своих маркетинговых нишах. Их у вас может быть больше, чем одна. Но сначала всё равно надо выбрать одну. Одной из невероятных страстей этого эксперта является желание помогать астрологам добиться успеха. Так он и определился со своей нишей и со своей целевой аудиторией, которая состоит из астрологов, желающих стать профессионалами и быть успешными в своём деле. И вот с этим я теперь могу работать.

Ответы на вопросы

Почему бы нам не передохнуть и не поотвечать на вопросы? Предлагаю вам поднять руку и поделиться со всеми, что у вас уже есть. Поработали ли вы уже в этом направлении или что думали об этом?

Мужской голос из зала:

– Моим маркетинговым планом было писать на тему астрологии. По поводу составления гороскопов, я понимал, что рано или поздно это поможет создать клиентскую базу, но не считал это для себя главным занятием. Люди весьма заинтересованы в хорошо написанных статьях об астрологии, и с их помощью можно нарастить свою аудиторию. Таким простым способом можно найти клиентов, не тратя денег на рекламу?

Ответ Донны:

– Кстати, почти всё в сегодняшней презентации – о бесплатных способах сделать себе рекламу. Более дорогостоящие моменты я затрону в конце. Но вы можете сделать очень многое, не выплачивая больших сумм кому бы то ни было.

– Я могу публиковать готовый контент.

– Ага. Кто-нибудь ещё? Или я начну сама вызывать вас... Тони?

Женский голос из зала:

– Мне интересно обучение людей. Открытое обучение людей в сообществе тому, что может астрология. Обучение моих клиентов.

– Ага. Значит при написании маркетинговых материалов вы будете фокусироваться на вещах, которые помогают понять своё предназначение, осознать какие-то ваши космические факторы. На сайте вы можете размещать материалы, подходящие под эту тему: небольшие заметки о том, что означают те или иные знаки Зодиака, что означают астрологические дома в гороскопе. Можно даже встроить некий функционал в свой сайт, где человек выберет свои данные

и получит результат. Это привлечёт много трафика от людей, которые пребывают в поиске астрологических объяснений и могут увидеть, как это работает именно в их случае. Вам наверняка понадобится организовать обучение и свой класс – как часть вашего плана. И если вам это понравится, то я бы направила вас к созданию мини-статей, на основе которых можно проводить публичные чтения, благотворительные лекции – в общем, мероприятия, через которых можно привлечь большое количество людей.

Финансовая астрология – отличная ниша. С этим хорошо можно работать, потому что есть деловые журналы, инвестиционные клубы, индивидуальные финансовые планировщики и много мест, где тусуются люди, которым близка эта тема.

– Где найти людей с деньгами?

– Знаете, так как я участвовала в сборе средств, я люблю заниматься этим и знаю в Остине всех, кто состоит в этом сообществе. Я, например, участвовала в кампании по сбору средств для гёрл-скаутов. Каждый год они собираются в лагере и вывозят туда своих спонсоров. Но вместо того, чтобы организовать обычный кемпинг, они устраивают спа-день, проводят терапевтический массаж, делают эстетические процедуры, ездят верхом, пьют шоколадный марти-

ни, приглашают выступить какого-нибудь кантри-певца. И они действительно хорошо проводят время, а я провожу там лекции два дня подряд, все выходные.

Одна женщина... это было так прикольно, она захотела посекретничать с друзьями, поэтому позвала меня и трёх лучших своих подруг из начальной школы и повезла нас в свой домик у озера. Мы провели там целый день: они готовили всякую изысканную пищу, а я до самого вечера читала им лекцию.

Конечно, астрологи на таких выездах работают за гонорар. Эх, я тоже могу привыкнуть к этому (смеётся). Так что да, нам есть что сказать при работе с людьми, у которых есть деньги. Не хочу показаться грубой... С одной стороны, мы хотим помочь людям среднего достатка, но с другой – возникает необходимость помочь и тем, кто реально может заплатить хорошие деньги. Упуская такую возможность, мы останемся голодными астрологами. В астрологическом сообществе отсутствие дохода – большая проблема. Сколько раз я слышала, как астрологи говорят: “Нет клиентов...”

Поскольку речь у нас об интернет-маркетинге... хотя здесь на экране нет слайда об этом, но заказные выступления – действительно хороший способ продвижения.

Я окончила 10-недельный бизнес-класс в колледже Кеплера. Со мной был [Эрик Фрэнсис](#), [Адам Гейнсбург](#), [Рик Левин](#), [Сьюзи Кокс](#) и другие, многие из которых занимаются астрологией дольше, чем я, – они живо рассказывали о том, как они продвинулись в интернете и стали успешными. Боб Маллиган на пике своей карьеры зарабатывал четверть миллиона долларов в год.

Почитайте больше о том, как они на самом деле сделали это, и вы

поймёте, в чём секрет. Некоторые из них были подневольными людьми, но затем, даже имея небольшое число клиентов, научились достигать баланса в плане достатка.

Некоторые компании – отличное место для работы астролога. Это ещё одна ниша для вас, – если захотите работать с предприятиями и составлять для них маркетинговый план. Медицинская астрология – ещё одна сфера, где много наших коллег работают по скользящей шкале ставок.

Один из способов поднять свой доход без повышения цен – это работать по гибким тарифам. Например, я беру 150 долларов в час, но хочу повысить ставку до 225. При этом я понимаю, что экономическая ситуация сложная. “Так, – говорю я, – хорошо, у меня будут гибкие цены: вершиной этой шкалы будет 225 долларов, а нижней планкой – 75. Заплати

столько, сколько это по-твоему стоит. Таким образом, каждый клиент платит согласно своему запросу, поэтому в итоге астролог получает больше, чем раньше. Это один из способов, есть и другие.

Кто-то экспериментирует с подписками: это может быть полезно для людей, которые серьёзно относятся к жизненным обстоятельствам и хотят обсудить с астрологом эти моменты. Я не стремлюсь выделять клиентам много часов личного времени, поэтому в какой-то степени они становятся зависимыми от меня. Я просто знаю, что в некоторых случаях полезно иметь в арсенале чуть больше информации, чем можно обсудить вживую. И так как при сиюминутном запросе иногда нет возможности подготовить прогноз в лучшем виде, то можно выдавать информацию дозированно: часть при личном контакте, часть по почте. Лучше встречаться с клиентом один раз в несколько недель, чем раз в год. В этом случае я говорю: окей, вы можете оформить подписку за 50 долларов в месяц, но не менее, чем на 4 месяца. В этом случае у меня появляется время, чтобы не делать всю подготовительную работу сразу, а рассматривать вопросы по мере поступления.

В общем, есть много разных способов договориться о вещах, которые будут работать на вас. Следуй за мечтой! И займи такую нишу, где ты станешь самым лучшим и эффектив-

но воспользуешься возможностями Вселенной. Как женщина со стеллиумом в Деве, которой я являюсь.

Чем больше ты становишься собой – тем больше начинает работать закон притяжения: ты начинаешь притягивать к себе всё лучшее и эффективное. Но для этого ты должен достичь предельной ясности, кто ты и что ты намереваешься сделать. И позволить себе считать, что ты заслужил это.

Не заикливайтесь на какой-то внутренней драме типа “достоин ли я этого”, “кто я такой, чтоб люди меня слушали”... Просто заполните все свои пробелы, чтобы достичь большего. Представьте, что у вас уже есть клиенты, и работайте над тем, чтобы привлечь больше. Долбите и долбите в одну точку, как дятел; привыкайте к этому состоянию постоянного прогресса.

Я искренне верю в нашу Вселенную, где мы находимся: всё здесь – как прекрасное выражение одного момента времени. Да, это то, что мы проповедуем – быть совершенным выражением этого единственного момента времени. И знать, что это твоя ниша: те, кого ты привлечёшь к себе однажды, – и есть твоя ниша на рынке астрологии.

Часть 3. Создавайте впечатляющий контент

Теперь перейдём к той части разговора, которая касается интернета. В информационный век социальных медиа всё

строится вокруг создания совершенно другого типа контента.

Когда я поступила в вуз, и это явление под названием "интернет" только зарождалось, нас учили немножко другому. Потому что когда вы готовитесь стать журналистом... Сейчас мне придётся сделать небольшой экскурс в прошлое... ну да, прошлое, хотя я, чёрт возьми, ещё не так стара... Предполагалось, что наше предназначение – стать экспертами, которые могут отличить хороший стиль письма от плохого. Потому что мы должны были влиться в некую серьёзную инфраструктуру, чтобы публиковать важные вещи. Мы не просто шли раздавать листовки, которые никто не прочитает, – мы должны были работать в газете, писать книги для крупных изданий. Но теперь всё это осталось в прошлом.



Интернет

Как мы знаем, существуют миллионы, миллионы веб-сайтов по всему миру. И каждый, кто хочет что-то опубликовать, МОЖЕТ сделать это. В таком изобилии шума – как сделать так, чтобы тебя заметили? Когда тысячи астрологов уже ведут свои колонки и некоторые из них, как мы успели заметить, не так уж и хороши в своём деле.

Как аудитория найдёт вас? Даже если вы бриллиант в своей отрасли. Как вас найдут? И вот тут как раз приходит идея создания интересного, убедительного контента.

Если вы пишете или продюсируете... (когда я говорю “пишете”, то подразумеваю не только “пишете”, но и создаёте аудио-контент и делаете другие по-настоящему крутые вещи, которые люди могут найти), то таким образом начинает создаваться волна реакций, и люди хотят поделиться этим. Потому что в век интернета все мы спешим поделиться друг с другом самой интересной информацией.

Вернёмся опять в прошлое: прежний стиль маркетинга тогда подразумевал, что ты должен расшибиться в лепёшку, лишь бы найти клиентов. Фигурально выражаясь, ты выходишь и лупишь по кустам, надеясь, что оттуда “выпадут” клиенты.

Но теперь успех строится на том, чтобы стать реально привлекательным, по-настоящему харизматичным, чтобы люди влюбились в тебя, полюбили те вещи, которые ты делаешь, и рассказали о них своим друзьям, типа: “Эй, подпишись на эту штуку, я попробовал, и это действительно круто, да ещё и бесплатно!” Я расскажу об этом немного позже.

Klout

Есть новый сервис под названием [Klout1](#), который позволяет анализировать ваши социальные метрики. Если подключите его к своей учетной записи Facebook и Twitter, то он на основе своих алгоритмов оценит ваш рейтинг в социальных сетях. Чем выше показатель – тем труднее попасть на верхние позиции. Если вы получите 50 баллов, то считайте, что вы в социально-медийной элите. И можете увидеть оценки остальных участников большого рейтинга.

Но фишка Klout в том, что они построили эту систему, а маркетологи потом оккупировали этот рейтинг и стали повсеместно кричать, писать свои беспорядочные отзывы: “Эй, я получил этот новый продукт. Я действительно хочу, чтобы люди говорили о моём новом продукте. Хочу дать его людям, у которых рейтинг выше определённой отметки, – просто дам им бесплатную версию продукта, и, если им понравится, то они расскажут об этом всем своим друзьям”. Потому что... угадайте? С друзьями они общаются посредством интернета, и такой инфообмен срабатывает очень хорошо.

Как заметила моя соседка по комнате [Кэти Коулмен](#) вчера вечером: “Боже, ты должна подписаться на эту вещь из Klout! Они прислали мне в полную версию X, Y и Z. Посмотри, разве это не круто?”

Они освоили так называемый “маркетинг Венеры” и используют его для достижения цели. У них есть кто-то вроде меня, кто любит

выступать перед людьми и помогает им выйти на рынок и начать продавать.

Каждый, кто собирается зарегистрироваться в Facebook или Twitter, думает: “О, Facebook сейчас поможет нам всем стать друзьями!” Нет, не поможет. Они накачивают самую гигантскую маркетинговую базу данных из когда-либо существовавших, где люди сами раскрывают о себе всю информацию, – заветная мечта маркетологов. А потом они продают эти данные рекламодателям, чтобы они могли продавать свои продукты вам. Для этого используются все ключевые слова в вашем профиле: они “просматривают” всё, о чем вы говорите, и используют это, чтобы решить, какие объявления вы увидите. В один из дней они синхронизируют всё, что вам нравится, в том числе ваш мобильный телефон, через который вы заходите в Twitter, и остальную информацию, которую они собрали о вас. И когда вы будете проходить мимо

рекламного щита, на нём крупным планом отобразится куча вещей, которые “точно для вас”, но и все остальные тоже могут их увидеть.

Вот в таком мире мы теперь живём. Какая там конфиденциальность... Но в этом мире выгода идёт в обе стороны, ведь вы тоже можете использовать информацию о своих потребителях, чтобы построить свой бизнес. Так что в процессе своей работы влияйте на людей, которые поддаются влиянию, – создавайте убедительный контент.

Расскажу вам про [Hubspot2](#) – это компания, разработавшая отличный ресурс для всех, кто изучает интернет-маркетинг. Они следуют своим собственным рекомендациям для достижения цели и предоставляют много, ну просто очень много бесплатного контента – и тренингов, и электронных книг, и всяких других вещей, которые вы можете изучить, чтобы понять, как работает интернет.

Шаг 1: создайте своё

Мы живём в цифровом

Если у вас нету сайта
вы невидимы онлайн

Часть 4. Создайте свой сайт

Если у вас нету сайта, никто вас не найдёт. Давайте нарисую на доске мою концепцию. Вот ваш сайт. Мы плетём паутину, как паучок, – строим прекрасный, привлекательный сайт, куда все будут приходить с других ресурсов.

Но если у вас нету сайта, то вас просто нет. У вас нет места, куда вы будете притягивать народ. Нет центральной локации для размещения вашего контента, ваших продуктов и любых других вещей, которые с вами ассоциируются.

Вы могли бы использовать Facebook, Twitter или YouTube. Вы могли бы размещаться в каталогах. Вы могли бы быть приглашённым спикером, лектором. По всем этим направлениям генерируется ваш контент, и если вам негде его разместить, то вы не накапливаете его. В процессе создания контента важна синергия, когда энергия объединяется в одно целое и делает более глубоким ваше общение с аудиторией. Вот почему вам нужен сайт.

Как его создать? У кого уже есть сайт? (Несколько слушателей подняли руки) Ого, у многих, отлично. Кто уже зарегистрировал домен? Кто уже поработал над дизайном? Кто уже остался доволен своей работой с дизайнером? (Ещё несколько рук) Ого, неплохо, очень хорошо. А есть те, кто недоволен разработанным дизайном?

Выберите платформу

- **Нет веб-сайта**
Wordpress, Blogspot, LiveJournal, Мой Мир
- **CMS (система управления контентом)**
Wordpress, Joomla
- **Самописный сайт**

Платформа для сайта

Окей, если у вас ещё нет своего сайта, то знайте, я являюсь совладельцем компании Gnosis media, которая может быть вам полезна. Расскажу вам немножко об этом. Когда мы начинали, мы создавали сайты для астрологов и других специалистов, у которых на тот момент не было ничего. Они смотрели на нашу тарифную сетку и уходили... Мы говорили им: “Начните с простого, например, с WordPress” – обычно его мы и рекомендуем. Но есть и другие платформы.³

Если вам нужен простой сайт, то возьмите одну из таких платформ и начните в ней работать, это совершенно бесплатно. Но придётся привыкнуть к тому, чтобы постоянно следить за тем, что происходит на сайте, и думать о том, что сделать в дальнейшем, – на основе получаемого опыта.

Система управления контентом

Следующий шаг – это использовать одну из систем управления контентом, такую как WordPress, Joomla или Drupal. Чем система управления контентом отличается от сайтов старого образца? Раньше приходилось изучать HTML, учиться программировать и иметь опыт веб-дизайна, чтобы понять, как управлять своим сайтом. Теперь уже всё не так.

С одной стороны, сайты стали более сложными, теперь они состоят из двух частей:

1 база данных со всем вашим контентом: все ваши сооб-

щения в блоге, ссылки на сторонние ресурсы, все аудиофайлы, которые вы загрузили, – в общем, весь контент вашего сайта;

1 а поверх этой базы данных – система управления контентом, которая позволяет вам разместить свои данные с помощью удобного визуального шаблона. Вы сами решаете, где ваш контент появится на странице.

Раньше, чтобы добавить на сайт что-то новое, приходилось всё перелопачивать, потому что все страницы были связаны друг с другом. А в новых системах вы можете хранить весь свой контент в базе данных и просто менять оформление.

Это можно сравнить, например, с машиной: вы её любите, и двигатель работает нормально, но вам надоел цвет кузова (или его поцарапали), и вы можете с лёгкостью его перекрасить, не меняя базовую комплектацию.

Вот примерно так работают новые сайты. И мы предлагаем нашим клиентам создать сайт на WordPress и разместить его на одном из наших серверов. Сайт, сделанный на WordPress, гораздо проще перенести с одного сервера на другой. И многие веб-разработчики двигаются в этом направлении. Так что, если вы тоже собираетесь пойти по этому пути, то вам больше не нужно изучать HTML, – всю ра-

боту можно поручить веб-разработчику, чтобы он всё настроил. Многие используют WordPress. Если вы без понятия, о чём я говорю, найдите дизайнера, который сделает вам оформление (это разовая услуга) и потом можете управлять своими страницами самостоятельно.

Если вы умеете печатать в Word и сохранять документы, значит, сможете пользоваться и системой управления контентом – для создания, сохранения и дальнейшей публикации своих материалов в интернете. Всё это вы сможете делать сами. Потому что интернет изменился таким образом, что стал доступен каждому из нас – при условии использования подходящих инструментов.

Чтобы стать более продвинутым, чем обычные астрологи, которые принимают клиентов в офисе, вам надо завести счёт в платёжной системе [PayPal](#)⁴, чтобы люди могли оплачивать ваши услуги кредитной картой.

Нешаблонный контент

Вашим третьим шагом будет заставить кого-то сделать уже не шаблонное, а индивидуальное веб-решение для вас. Например, Адам Гейнсбург, интегрировал в свой сайт целое сообщество. Для этого, конечно, нужен индивидуальный дизайн. И наша компания Gnosis media как раз занимается этим. Мы строим нечто вроде Netflix для астрологов и эзотериков. Мы хотим сделать популярными людей, кто уже на-

работал какой-то контент и не хочет платить разработчику, чтобы распространять всё это.

Если у вас есть аудио или видео, вы можете просто зарегистрироваться у нас и бесплатно загрузить всё это. А затем платить абонентскую плату и продавать свой контент через наш сайт. Все, кто у нас зарегистрирован, получает преимущество видеть содержание всех остальных. Там есть кнопки, с помощью которых вы можете отметить понравившийся контент или написать отзыв о том, что вы увидели, или посмотреть, что думает вселенная обо всём этом. Да-да, там есть такая фишка (смеётся). Можете сегодня посмотреть все эти забавные штуки, которые визуализируют некое подобие сизигии, затмения.

Если вы хотите сами сделать нечто подобное, то надо будет поручить разработчику сделать всё с нуля. Или вы можете сами стать веб-дизайнером вместо астролога. Но если вы любите астрологию, то это явно не для вас.

...вопрос из зала про Wordpress...

– Я не уверена насчёт Wordpress, возможно, вам придётся что-то заплатить, чтобы отключить рекламу, но это будет не так много и, возможно, только один раз. Вы вообще можете не загружать на свой сайт какие-то платные модули. О

рекламе мы поговорим с вами позже.

Что нужно вашему клиенту?

Информационные потребности

- О вас
- Ваши продукты/услуги
- Способы оплаты
- Как с вами связаться
- Интеграция с социальными сетями
- Всякие прикольные штуки

Структура сайта

Окей, что нужно вашему сайту? Мы сейчас рассматриваем типичного астролога, ищущего своих клиентов. В основном у сайтов две секции: статичный и обновляемый контент.

1) Информационный раздел

Раздел типа брошюры, в котором размещена информация:

1 о вас,

1 о ваших товарах и услугах, которые вы собираетесь предоставлять в рамках выбранной ниши;

2 способы оплаты ваших товаров и услуг,

3 информация о том, как с вами связаться, как подать заявку;

4 ваши профили в соцсетях, где вы проявляете активность;

5 какой-нибудь забавный контент, – к этому можете подойти творчески. Всё зависит от того, что вам нравится, и что у вас есть в наличии. Например, по-особому представленная информация о знаках Зодиака, или что означает Солнце в астрологии, и всё такое, что может вылиться в образовательный материал.

Если вы финансовый астролог, то можно сделать расчёт прогнозов, или какой-нибудь ипотечный калькулятор, – в общем, то, что имеет смысл для ваших клиентов, чтобы увидеть общую картину.

У меня дома большая библиотека, и я составила список моих книг по астрологии. А потом подумала: "Эй, а может, я размещу этот список на сайте?" Я так и сделала. И когда, спустя какое-то время, начала анализировать трафик, то заметила, что посетители чаще заходят в мою "библиотеку", чем на другие страницы. Я подумала: "О, круто!" И со временем добавила к названиям книг ссылки на Amazon. Теперь, если кто-то нажмёт на мою книгу, то перейдёт на сайт Amazon, где у меня есть платёжный акаунт. И если человек купит там эту книгу, то мне начислятся бонусы. Почему бы и нет? Вы можете сделать нечто подобное у себя.

2) Обновляемый контент

Окей, мы поговорили о статичных вещах, которые будут всё время у вас на сайте. А теперь остановимся на свежем контенте:

1 это новости (раздел, который постоянно меняется),

1 ваши сообщения в блоге, например, контент, который вы пишете именно как астролог: это может быть ваш прогноз на предстоящую неделю, или какой-то другой прогноз. Это могут быть какие-нибудь жизненные астрологические советы. В общем, всё что угодно;

2 если вы проводите лекции, то нужен раздел "Анонсы мероприятий",

3 любые видео и аудио, касающиеся вашей работы,

4 любые новости о себе: куда вы собираетесь, что плани-

руете. Ваши новые достижения и фото, относящиеся к работе,

5 если вы время от времени делаете какие-то особенные предложения, то можно сделать календарь таких акций. Например, если вы даёте специальную скидку на месяц.

У меня есть маркетинговый календарь для моего бизнеса, поэтому каждый месяц я точно знаю, что намечается, на чём конкретно я сосредоточусь. Это действительно упрощает жизнь. В апреле – день матери, а май – выпускной месяц, и всё это вписывается в график, в котором я работаю.

В общем, честно выкладывайте весь свой контент, – это похоже на игру в астролога. И таким образом ваш сайт будет сочетать в себе две вещи – статический и динамический контент.

Это действительно очень и очень полезно, если вы создадите собственный сайт. Посмотрите на чужие сайты и составьте список того, что вам нравится. Я даже не могу описать, насколько это полезно – иметь свой сайт. Так что сходите, например, на сайт вашего любимого астролога и посмотрите, что там сделано. Возможно, вы скажете: “Фуу...”, а возможно: “Ого, это действительно круто!”

Я лично не чувствую стыда, что моё имя много где све-

тится. Я получаю кучу телефонных звонков из Google, Yelp и других подобных мест, которые предлагают меня порекламирровать. И я играю по их правилам, потому что хочу знать то, что знают они. Другие астрологи тоже так поступают, и довольно успешно.

Иногда люди вешают трубку при разговоре со мной, но иногда я действительно нахожу кого-то крутого, и они говорят: “Да, давайте посмотрим, что вы можете нам предложить”. Поэтому, например, я отслеживаю самую продаваемую персону в Yelp – [Джойс Ван Хорн](#) из Сан-Франциско. Я зашла в её профиль на Yelp и почитала кое-что, посмотрела, как она всё делает. А потом пошла на её сайт, потому что у неё одна из лучших страниц с часто задаваемыми вопросами. Мне нравится, как она пишет, и я позвонила ей и говорю: “Вы не против, если я скопирую ваш стиль, он такой крутой”.

Вы же знаете, что авторы часто заимствуют какие-то вещи, а иногда и откровенно воруют. Я, конечно, не предлагаю вам слизывать чужое, но вы просто посмотрите на их идеи и напишите подобное своими словами, на своём родном языке. Ведь это поможет вам. И нет ничего лучше, чем смотреть и искать, чтобы понять, какой материал хорошо привлекает аудиторию. Это то, чем я занимаюсь.

Как только вы поймете, что вам нужно, у вас сразу появится идея, как этого достичь.

Карта сайта

Теперь пришло время создать карту сайта. По сути своей карта сайта показывает, как работает сайт и все компоненты, которые он содержит. Это не техническая спецификация и она выглядит примерно так:

Архитектура са

- Создайте карту са
- Выберите шаблон
вам подходит
- Создайте/соберите
для разделов сайт
- Загрузите контент

Это просто небольшая схема, показывающая, что есть главная страница, которую посетители видят при открытии сайта; и что с неё можно перейти в раздел “Обо мне”, посмотреть, услуги, которые я предоставляю, и, может быть, мой блог и какие-то другие разделы.

Постарайтесь сделать структуру как можно проще, потому что люди не любят десять раз щёлкать мышкой, чтобы найти действительно важную информацию. Они хотят увидеть её сразу на главной странице. Просто вспомните сами: что на сайтах вас больше всего раздражает, и не повторяйте эти ошибки.

Если пользователю придётся перекопать весь ваш сайт в поисках какой-то ссылки, то скорей всего он просто уйдёт на один из миллионов других сайтов, чтобы найти то, что ему нужно.

Дизайн сайта

Итак, если вы всё это сделали, создали карту сайта, теперь (если вы используете WordPress или что-то наподобие) вам надо найти подходящий "кузов", т.е. выбрать шаблон, соответствующий вашим потребностям. Самый полезный способ узнать, какое оформление вам подойдёт, – просто меняйте цвета. Их легко можно заменить, в отличие от более сложных вещей.

Когда мы создавали Gnosis media, мы на самом деле обращались к компании themeforest.etiquette.org, у которой сотни или тысячи шаблонов для сайтов. Их можно было посмотреть в режиме реального времени, – как это всё выглядит, как располагаются блоки с текстом. У них есть шаблоны для журналов, для малого бизнеса и вообще на все случаи жизни. Пробуя их, вы поймёте, куда лучше поместить свой контент.

Следующий шаг – это создание (или сбор, или написание) контента для всех текстовых блоков. Не так давно я переписывала все страницы для новой версии сайта Gnosis. Пришлось переделать все блоки, которые мне действительно были нужны. Получилось 12 или 13 страниц со всего сайта, которые я переработала. И это было действительно очень просто. Когда я знаю, что представляет собой конкретный блок и этот раздел, тот блок и тот раздел; когда я знаю, сколько слов там должно быть, и сколько места они занимают, то действительно очень легко перенести контент в другое место. Без этих шаблонов пришлось бы искать дизайнера и разработчика и думать о том, как бы во время совместной работы не сойти с ума от обилия этих задач.

Выбор ве

(и как не свест

- определите свою ни
- подготовьте наброс
- расспросите специа
маркетинге и графич
- попросите у него по
- возьмите его контак
стоимости работ в к

Выбор веб-дизайнера

Если вам когда-нибудь придётся работать с веб-дизайнером, чтобы настроить ваш сайт, то вот что вам нужно узнать в первую очередь:

1 выбрать свою нишу,

1 определить цели вашего сайта.

Ведь вы не делаете сами свой сайт, а ожидаете, что веб-мастер сделает всё, что вам нужно. Потому что, например, сайт по финансовой астрологии должен выглядеть совсем не так, как сайт для поиска собачек. И тот, кто занимается образованием, должен оформить своё пространство не так, как медицинский астролог. Там будет и другой настрой, и другое оформление. Просто вспомните сайты, которые вы сами регулярно посещаете, – у них свой стиль и своя особенная аура.

Продумайте всю архитектуру своего сайта: распишите всё, чего вы хотите, и каковы ваши цели, которые вы пытаетесь достичь.

Принимая веб-дизайнера на работу, расспросите его о том, что у него за бизнес, какой у него опыт в области маркетинга и графического дизайна. Многие веб-мастера глубоко вникают в проблемы проекта, потому что знают, как программировать, как заниматься сайтостроением в техни-

ческом смысле, но они ничего не смыслят в бизнесе, не умеют создавать внешне привлекательные проекты. Поэтому вы можете наткнуться на тупик и расстроиться, если они не поймут ваши базовые нужды, как астролога (или даже просто представителя малого бизнеса). Может, они учились только тому, как запускать проекты. Так что попробуйте найти специалиста, имеющего сбалансированный послужной список. Либо, если у вас уже есть графический дизайнер, приведите его к программисту, чтобы они поработали вместе и согласовали свои задачи.

Пусть они покажут вам своё портфолио, список своих клиентов. Всегда очень хорошо увидеть доказательства того, что они уже реализовали. Если хотите, посмотрите все сделанные ими проекты.

Например, Шеннон Гарсиа, которая находится здесь, и которую я охотно рекомендую (если вы в поисках веб-дизайнера), – она разбирается в таких вещах. Её маркетинговая ниша – создавать сайты под ключ и обеспечивать полное сопровождение проекта, включая маркетинг. Имейте в виду, она сейчас находится на этом мероприятии и готова контактировать с вами для дальнейшего сотрудничества.

Заклучайте договор

Никогда не пытайтесь заказывать веб-сайт без заключения договора. При этой мысли все сразу огорчаются...

Никогда не платите исполнителю больше половины оговоренной суммы. Есть много случаев, когда заказчик произвёл оплату, но ничего не получил. Отсутствие договора – это глупо.

Мне пришёл хороший вопрос о сопровождении проекта. Многие люди запускают свой сайт и не знают, что с ним делать. Просто так, от одного своего существования, сайт не поможет вам. Вы потратили кучу денег, а теперь не можете его использовать... Возможно, вы получили “болванку”, а потом посмотрели статистику сайта и обнаружили, что показатели очень низкие.

По правде говоря, совсем необязательно тратить 10 тысяч долларов на астрологический сайт. Затрат от 500 до 1500, по моим прикидкам, должно хватить на всё, что вам нужно. Веб-сайт, состряпанный за 95 долларов, явно окажется проблемным, и расходы ваши на этом не закончатся. Но если у вас есть друг семьи, готовый помочь вам в разработке и поддерживать сайт, то, конечно, все ваши нужды покроются за гораздо более скромную сумму, чем 1,5 тысячи долларов. В общем, будьте реалистами. Вы же все умные.

Голос из зала:

– А люди, которые за 5 тысяч долларов предлагают сделать сайт с моим авторским доменом на Wordpress?

– Да, все эти услуги жутко переоценены. Они того не стоят. Сейчас я понимаю это, побывав по обе стороны разработки. И хочу, чтобы вы тоже поняли и особенно щепетильно отнеслись к перспективе сотрудничества с веб-разработчиком. Не имея опыта в бизнесе и дизайне, он приходит к человеку, который сидит и рассказывает о том, что не может чётко сформулировать. Просто у него в голове есть какая-то идея. Типичная фраза: “О, сайт Amazon такой классный! Хочу такой же!” А когда разработчик сделает нечто подобное, клиент говорит: “Фу, мне не нравится. Хочу, чтоб вот здесь было видео”. Потом он захочет передвинуть какие-нибудь кнопки на странице, и веб-мастер пытается сделать всё, что хочет клиент. И так до бесконечности. Они двигают всё взад и вперёд и потом разочаровываются, что не могут найти общий язык.

В общем, что я хотела этим сказать, – надо чтобы вы изначально продумали всё до мелочей и расписали в таблице. А потом попробуйте найти специалиста, с которым можно эффективно поработать, у которого есть опыт работы с владельцем бизнеса, который умеет видеть картинку целиком, а не просто решает какие-то частные вопросы. Умение решать технические вопросы и бизнес-проблемы – это совершенно

разный тип мышления. Это вообще два разных человека с разным набором навыков. Дизайнеры не умеют программировать. Программисты не умеют создавать красивый дизайн (на моём опыте, в большинстве случаев это так).

Так что вам нужны оба. Можете использовать нашу компанию для технической разработки и последующего сопровождения. Мы занимаемся и разработкой и продвижением. Всё делаем вместе, – так и должно быть. Если найдёте людей, которые могут выполнить подобную работу, то всегда оценивайте, – соответствует ли то, чего вы хотите, тому, что вы видите. Эти примеры я привожу для того, чтобы вы быстрее вникли в процесс построения своего бизнеса. Мы все будем учиться, мы все будем делать ошибки.

Техническая поддержка

Ну всё, хватит про сайты. Поговорим про сопровождение бизнеса, – оно состоит из нескольких разных уровней. И всё это множество уровней имеет значение.

1 Есть уровень сервера. Причём, расходы на настройку и поддержание своего сервера будут ежегодными. Неважно, какой программный движок вы используете, – Wordpress или что-то ещё, – его придётся обновлять так же, как вы обновляете приложения на своём телефоне. Поскольку это вопрос безопасности, то понадобятся программные патчи (заплатки, исправления багов), которые вы будете регулярно загру-

жать.

1 Для этого потребуется делать резервную копию своих данных, чтобы в случае сбоя вы всё могли восстановить. И это уже другой уровень технической поддержки.

2 Третий уровень – это отслеживание битых ссылок на сайте. Хочешь не хочешь, а они всё равно появятся, потому что контент ваш будет постоянно обновляться. И эти ссылки надо исправлять в рамках своего аккаунта. Это не основная ваша работа, поэтому её можно поручить другим людям, а самим сосредоточиться на создании медиа-плана.

Все эти уровни потребуют 200 долларов в год. Плюс затраты на доработку сайта, если вы захотите выложить туда что-то неформатное. Эти работы нужно будет включить в новый договор.

Наверняка вы захотите, чтобы клиенты могли создавать на вашем сайте свой собственный контент (Wordpress это позволяет), и по этим вопросам каждый раз придётся дёргать веб-мастера. Не будем же мы сами заниматься техническими вопросами, ведь наша почасовая ставка весьма высока.

Думая о продаже своих услуг, мы концептуально не углубляемся в эту проблему, а она на самом деле есть у всех владельцев бизнеса. С одной стороны, кажется: "Зачем я буду кого-то просить или обучать, если могу разобраться в про-

блеме и сам всё решить?" Но с другой, легче заплатить кому-то 15 долларов за час, чем тратить на самостоятельное решение вопроса своё драгоценное время, которое намного дороже.

В общем, вам надо понять детали этой работы, а она будет происходить постоянно. Поэтому, когда заведёте разговор о техподдержке, подумайте обо всех этих нюансах и обговорите каждый в отдельности.

Ещё немного о сервере, который я упомянула. Наша компания может вам его организовать. Если у вас есть веб-мастер, то он в любом случае заставит вас купить хостинг для сайта; сам он этим заниматься не будет, чтобы не брать на себя лишнюю ответственность.

Что касается обновлений, то если вы будете использовать WordPress, то, заходя к себе на сайт, будете регулярно видеть надпись типа "доступно обновление". Если наши клиенты боятся сами обновлять свой сайт, мы помогаем им безболезненно обновиться. Иногда обновления глючат, могут заporоть какую-то информацию или куда-то передвинут ваш контент, – в общем, не всегда они устанавливаются идеально. Поэтому мы советуем хотя бы позвонить нам и, находясь на прямой телефонной связи, выполнить наши инструкции по шагам. Если вдруг что-то не заработает, а мы не сможем

увидеть, что произошло, то откат изменений займёт много времени и окажется сложным. Поэтому хорошо бы, чтобы во время обновления с вами рядом был знающий человек, который мог бы довести дело до конца.

Шаг 2: заведите блог

Блог - это платформа
контента.

Запланируйте обновление
минимум раз в неделю

Часть 5. Заведите блог

Блог – это платформа для публикации контента. Это может быть текст, аудио, картинки, инфографика и всё, что вы способны создавать сами. У меня тоже есть блог. Поскольку по жизни я занимаюсь кучей вещей, то в свой блог пишу раз в месяц, но делаю это регулярно.

Если вы серьёзно настроены по части астрологии и хотите зарабатывать на этом в интернете, то вам обязательно нужен план по еженедельному обновлению блога, т.е. по добавлению туда новых материалов. Стандарты индустрии и интернет-статистика говорят о том, что наилучшей практикой является публикация постов 3 раза в неделю. Необязательно писать длинные статьи на тысячи слов, – это могут быть короткие интересные заметки. Но обновление 3 раза в неделю увеличивает активность читателей и поднимает рейтинг вашей публикации.

Рейтинг сайта

Поговорим о рейтинге страниц и о том, как он коррелирует с вашими действиями. Когда вы вбиваете какой-то запрос в поисковой системе Google, она воспринимает его как набор ключевых слов и ищет наиболее подходящие сайты, где есть ответ на ваш вопрос. На первой странице поиска вы увидите материалы с наивысшим рейтингом (т.е. самые популярные, самые читаемые). Если ваша статья будет в са-

мом конце миллиона астрологических сайтов, то никто вас не найдёт. Но шансы попасться на глаза пользователю более высоки, если в сфере астрологии вы займёте узкоспециализированную нишу. Я уже рассказывала вам про Терри, которая с помощью астрологии помогает находить пропавших домашних животных. У неё практически нет конкурентов, и со своей услугой она всегда будет в топе.

Точно так же, по запросу "астролог Остин Техас" я буду находиться на первой странице гугла, а те, кто будут искать астролога из Бостона, вообще не увидят меня.

Высокая позиция в поисковой выдаче, – это то, к чему надо стремиться, но совсем не факт, что вы сможете этого добиться. Когда вы создаёте собственный сайт, то интернет-продвижение становится такой частью вашей работы, которую надо делать поэтапно. Вы можете посадить семя в землю, но не можете заставить его расти быстрее. Продвижения не произойдёт, пока ваш сайт на войдёт в стадию роста.

Контент-план

Прошло 7... а нет, 9 лет с тех пор, как у меня появился первый сайт. Сейчас я публикую там что-то всего лишь раз в месяц. Но вообще планирую с июля начать больше писать, потому что люблю это дело. Я, слава богу, окончила вуз, чтобы стать журналистом. Написание статей – это довольно весело, я скучаю по этому занятию.

Ну и вы, если уж завели свой сайт, то должны создать контент-план, приемлемый лично для вас. Если он предполагает публикацию раз в месяц – хорошо. Если начнёте писать раз в неделю – отлично. Просто знайте, что сейчас, согласно текущей статистике, публикация материалов 3 раза в неделю считается лучшей практикой для автора. Это не перебор, и этим вы не будете никому надоедать, но зато такой график будет держать вас в тонусе, и вы не исчезнете с радаров своей аудитории, а станете счастливым блогером.

В общем, вместе с сайтом вы получили своё пространство для заполнения. Это всё равно что составить список покупок перед тем, как идти в магазин. Иногда можно читать чужие блоги, которые вам нравятся, чтобы найти идею для следующих постов. Например, посмотрите сайт [Planet waves](#) и что там публикуется. Или почитайте другого астролога, чьи идеи созвучны с вашими.

Был такой журнал, он выходил, когда я училась в высшей школе, – назывался "[Real simple](#)" ("Проще простого"). Уверена, вы все его видели. По тем временам это была новинка, и они мне присылали свои выпуски на электронную почту, потому что кто-то из сотрудников редакции провёл определённую маркетинговую работу, и я на них подписалась. Я посмотрела этот журнал и сказала: "Ого, кто-то узнал, что я

Дева, и прислал мне номер". Я была на седьмом небе от счастья и ни одну вещь не ждала так, как номер этого журнала. Это было так неловко. Так же, как другие люди ждут публикаций о каких-то популярных актрисах и светских вещах, так же и я ждала, когда на почту мне снова придёт очередной номер. И я прочту его от корки до корки и повырезаю оттуда фотографии. Посмотрели бы вы на стены в моей комнате, – они действительно выглядели ужасно с этими наклейками.

Но теперь я понимаю, – я хочу сделать для астрологии то же, что и этот журнал сделал для того, чтобы люди как-то организовали свою жизнь. До конца я ещё не поняла, как это сделать.

Раздел комментариев

Нужно проверить раздел комментариев. Когда вы заведёте блог и начнёте набирать популярность, наверняка люди захотят оставить комментарий под вашим постом – по теме, которая их заинтересовала. Желание прокомментировать ваш материал означает, что аудитория вашей ниши неравнодушна к таким вещам. Комментарии должны выходить списком, с возможностью ответить на них и как-то взаимодействовать с ними, а также использовать мнения людей для будущих тем блога.

Какие ещё есть идеи для блога?

Есть много писателей (в том числе и я), кто частенько записывает идеи для публикаций в свой блокнот. Если они

придут к вам в душе или посреди ночи, то вы просто записываете их, чтобы не забыть.

Писать о чём-то новом было бы здорово, например, писать о звёздах. Знаменитости всегда интересуют публику, так что можно, например, разобрать гороскоп Эрика Краца, или составить совместимость героев Титаника и т.п. Всё это может быть очень интересно и отразит глубину того, что мы делаем; покажет людям, что астрология – актуальная штука, а не просто однодневный прогноз.

Есть 12 астрологических домов, по каждому из которых можно придумать до 10 тем. Если даже у вас нет определённой структуры, то пишите тогда о чём хотите, рассматривайте вещи, которые вам самому интересны, и не важно, что они никак не относятся к текущей дате. Астрологи иногда могут так увлечься, что пишут о том, что произойдёт и сегодня и завтра, и для всего у них найдётся место.

Нам всем нужен прогноз погоды, но как только день прошёл, то прогноз уже стал неактуален. А если вы хотите привлечь постоянный трафик на сайт, то надо рассматривать в своих прогнозах более долгосрочные вещи: например, как правильно использовать свою натальную карту; или сделать подборку по знакам зодиака. Вы будете смеяться, но я даже выкладывала список астрологических книг, которые мне

нравятся меньше всего (своеобразные антирецензии на книги). Творчество астролога лимитировано рамками его темы, но подобные статьи имеют большой срок годности и могут принести вам больше трафика с течением времени.

Окей, какие ещё есть идеи? Включите новости и посмотрите, что происходит там, что происходит здесь, какие популярные темы ищут люди. Ведь есть много способов привести людей именно на вашу страничку. Вот почему я, например, делаю некрологи? Потому что люди умирают. Потому что кто-то ищет информацию не только о натальной карте, но и о "карте смерти". И именно благодаря этой теме они могут оказаться на моём сайте.

Гостевые посты

Пригласите блогера в качестве гостя, потому что нет такого закона, который предписывает только самому публиковать материалы в своём блоге. Попробуйте договориться, или заключите сделку с друзьями, создав небольшую коллаборацию на конкретную тему.

Я сама очень бы хотела создать "кооператив" по астрологическому консультированию, в котором будет группа людей, и каждый знает свою роль и при необходимости может отредактировать друг друга, выступить в качестве приглашённого обозревателя на чужом сайте. Я так жду этого и с надеждой смотрю на всех вас, потому что в данный момент

я не могу организовать ещё и это в своей жизни, но, может быть, кого-то вдохновит моя идея, и он подхватит её и реализует. А я в свою очередь перехвачу эту эстафетную палочку и расскажу всем о замечательных вещах, которые вы делаете. Это отличная идея, так что держайте. У меня есть куча экспертов, которые поддержат такое.

Вернусь к тому, что я говорила ранее: для накопления блоговых идей держите всегда при себе маленькую записную книжку и пишите туда все мысли, которые к вам приходят, делайте заметки из журналов, которые вы только что прочитали.

Специалисты, которые не знают о чём писать, меня удивляют. И всегда хочется сказать: "Эй, вот посмотри, вот я же могу делать наброски своих будущих статей в блокноте, так почему ты не можешь так же?" Не застревайте на одной теме, не блокируйте сами себя, аккумулируйте все возможные идеи, и вам всегда будет о чём написать 3 раза в неделю, или хотя бы раз в неделю. И потом вы постепенно придёте к тому, что создадите целый контент-план на месяцы вперёд и будете публиковать статьи по расписанию.

Для меня, Девы, это вообще естественно, потому что я люблю вставать утром, смотреть в календарь и сразу говорить себе: "Давай-давай, делай", потому что уже наперёд

знаю, чем заняться. И мне не надо беспокоиться о планах на день, пока я пью свою чашку кофе.⁵

Наличие календаря дел, которые заранее запланированы, даёт вам некоторое представление о том, как собираются ваши темы. И это может сэкономить кучу времени, потому что станет своеобразной силой притяжения для интересных публикаций. Когда ты знаешь, что будешь писать о том-то и том-то в такую-то неделю, Вселенная как будто тоже находит способ притянуть к тебе информацию, которая тебе понадобится. Иногда это происходит, как озарение! Поэтому я так люблю ведение блога.

Шаг 3: снимайте видео

Расскажите о случаях
практики напрямую
потенциальным клиен

Видео необходимо для
повышения рейтинга

Часть 6. Снимайте видео

Снимать видео очень легко. Всё, что вам нужно, это видеокамера, немного технических советов – и вы, считай, готовы начать.

Даже если вы территориально удалены от меня (например, живёте в Австралии), то видео позволяет мне смотреть на вас и говорить с вами. А вы, в свою очередь, доверяете мне, потому что видите меня вживую. Без непосредственного контакта со мной вы восприняли бы меня совершенно иначе.

1 Если вы намерены обзавестись клиентами, то это первая веская причина, почему вам необходимо снимать видео. Человек посмотрит вам в глаза и сразу решит, хочет ли он дальше слушать вас, захочет ли он поговорить с вами о своей жизни. Видя ваш образ, он сразу поймёт, стоит ли вам доверять.

1 Вторую причину, по которой видео вам необходимо, я проиллюстрирую разговором, который у меня состоялся с менеджером по рекламе из телекоммуникационной компании AT&T. Этот парень пытался продать мне целый пакет услуг, который включал в себя и видеосвязь. Потому что видео – это главный вид интернет-контента, на который компании из списка Fortune 500 тратят свои деньги прямо сейчас.

Массивная волна пользователей уже движется в сторону создания видео, потому что интернет стал широкополосным и повсеместным. И даже из маленького видео эксперта легко понять, насколько он авторитетен в своём деле.

Система ранжирования страниц Google определяет, насколько страницы вашего сайта соответствуют реальным запросам пользователей, и таким образом решает, на каком рейтинге в Google-поиске вы находитесь. А если пользователи проводят на вашей страничке больше трёх минут, то ваше место в рейтинге значительно повышается, я сама проверяла это.

Окей, вы сняли видео продолжительностью две минуты, и кто-то сидит там и смотрит его в течение этого времени. Когда две минуты истекут, вам остаётся только привлечь внимание зрителя ещё на одну минуту (каким-то сопутствующим контентом).

Я вам гарантирую, люди будут смотреть ваше видео дольше, чем проводить время за чтением статей. Одно видео может иметь колоссальный эффект на ваш рейтинг в поиске. И видеоролики не должны быть сложными, они могут быть совершенно простыми. Я для себя это давно уяснила.

- Купите веб-каму
видео-камеру
Logitech, Kodak
- напишите прост
- запишите корот
- смонтируйте ви
редакторе
Windows Live M

Выбор видеокamеры

Есть разные виды видеокamер. Ох, я даже записала для вас пару вариантов. Можете взять любую веб-камеру, но, например, Logitech делает отличные устройства, и если у вас пока нет никакой камеры, то я бы посоветовала их.

Если у вас нет современного компьютера с хорошей веб-камерой, то лучше купить внешнюю видеокamеру, потому что они обычно лучше. Пару лет назад Logitech камера HD с высоким разрешением стоила около 70 долларов. У меня этого добра было много, и если вам нужна модель, то зайдите в Skype, там есть весь список и обзоры. Или зайдите на Amazon и посмотрите отзывы, что пишут другие люди.

Можно также использовать веб-камеру – для созвона в Skype и совместного чтения каких-то материалов вместе с клиентами. Правда, иногда это то ещё испытание: из-за менее качественной оптики перед веб-камерой придётся всё время ровно сидеть, потому что там нет большой глубины резкости. Из-за этого возникнет эффект "рыбий глаз", если вы будете быстро вставать и жестикулировать в маленьком поле зрения. Поэтому, если хотите снимать качественное видео, то веб-камера – не лучшее решение, переходите на более профессиональный уровень.

Например, можно купить карманную флип-камеру Kodak

Zi8. С нею я провела много экспериментов и реально её полюбила. Всё, что вам нужно сделать, это включить камеру, дать ей настроиться и нажать красную кнопку. Там же на экране можно посмотреть снятое видео. Многие таким образом делают феноменальные видео для YouTube.

Я имею в виду именно HD камеру, – у неё отличная глубина резкости, и есть возможность подключить внешний микрофон (если надо взять у кого-то интервью). Хотя и внутренний микрофон в этой камере хороший.

Такие камеры ценой в 300 долларов поступают в продажу ближе к Рождеству, и вы можете купить себе модель прошлого поколения, которая пусть и немного устарела, но всё ещё хороша для того, чтобы снять качественное видео. Я использовала такие время от времени.

Найдите ассистента

Если вы собираетесь снимать свои собственные видео, я настоятельно рекомендую вам найти хорошего друга, который поможет вам в этом. Ему необязательно быть оператором и иметь большой опыт в видеосъёмке, но с ним вы точно не сойдёте с ума в процессе видеозаписи и не забудете, о чём хотели сказать на камеру. Да и ваша нарядная внешность не пострадает. Пусть друг всё вам настроит, установит камеру, сфокусирует кадр, а вы просто садитесь на стул и вещайте.

Так действительно гораздо проще: когда всё готово, и вы сидите в кресле, как герой видео, то даже подсознательно вы быстрее настроитесь и, может быть, снимете отличное видео. А если будете постоянно отвлекаться на технические вещи, то так и не войдёте в образ, будете каждую минуту прерывать себя: "Боже, что я говорю..." И несколько раз придётся начинать всё сначала.

В общем, привлеките друга. Перед съёмкой напишите несколько коротких сценариев и выберите какие-нибудь милые виньетки, которые можно вставить в видео для красоты. Чем короче ваше видео – тем лучше. Короче – это действительно лучше, потому что короткое видео не придётся долго редактировать. Монтаж видео – очень трудоёмкая вещь, занимающая много времени.

Идеи для видео

Если есть список вопросов, которые вам часто задают люди, можно рассмотреть их в одном видео, в том числе с демонстрацией космограммы. Космограмма – это астрологическая карта неба на определённый момент времени. Зрителям вы объясните, что маленькие символы на космограмме – это планеты, и они разбросаны по карте потому, что в момент рождения человека находились в разных частях неба. И так далее.

Если выразаться метафорически, то, придумав первую

идею для видео, вы как бы посадите первое зёрнышко ваших планов. И если будете постоянно практиковать такие выпуски, то зёрнышко вырастет в целое дерево, показывая масштаб вашей работы.

То, что я постоянно говорю на публике, может превратиться в отличное видео, которое можно разместить на сайте, чтобы люди смотрели и пересматривали. Уверена, что у вас есть хотя бы несколько идей, благодаря которым можно снять видеоролики.

Просто позвольте себе взаимодействовать со своей публикой; расскажите людям о том, чем вы занимаетесь. К каждому видео добавьте небольшое описание, перечислив по пунктам, какие темы вы затронули. Такой списочек будет очень удобен вашим зрителям, – чтобы заранее понять содержание ролика и запомнить важные моменты. Конечно, это займёт ещё некоторое время после съёмки, но зато станет большим преимуществом вашего видео, позволит людям узнать о вас, даже не просматривая ролик.

Монтаж видео

Окей, допустим, вы уже отсняли небольшое видео. Теперь надо его смонтировать, – для этого понадобится персональный компьютер или Mac. Во втором случае всё гораздо проще, потому что программа для редактирования видео по умолчанию есть на Макинтоше⁶. Я сама не являюсь пользо-

вателем Mac, но знаю, что он просто создан для обработки медиа-файлов, и там есть понятные инструкции, как сделать всё правильно.

Если вы пользователь Windows, то можете использовать программу Movie maker, – её нужно скачать и установить на компьютер. Это небольшая утилита для редактирования клипов.

С помощью этих программ можно вырезать фрагмент, когда вы, например, встаёте со стула и выключаете камеру. Также можно порезать видео на маленькие фрагменты. Например, у меня была долгая 40-минутная лекция, и мне надо было разбить её на кусочки по 5 минут, чтобы потом по отдельности залить на YouTube. Таким же образом можете поступить и вы.

Публикация видео

Залив своё видео на YouTube или Vimeo, вы сможете поделиться этой ссылкой в соцсетях или встроить видео в публикацию своего блога. Люди, которые зайдут на ваш сайт, увидят, что ролик размещён на видеохостинге, и, может быть, подпишутся на вас там, поставят лайк, – двойная выгода! Ещё один плюс видеохостинга в том, что там есть поиск, и по ключевым словам люди также смогут найти ваш ролик.

Своё видео я сделала буквально за 10 минут. И ещё доба-

вила туда кадры из моей презентации: когда они отображались, то меня не было видно, просто мой голос звучал в фоне. Это выглядит очень круто.

Часть 7. Будьте на виду

Итак, вы создали свой впечатляющий контент и прокачались в техническом плане. Теперь ваша маркетинговая задача состоит в том, чтобы сфокусироваться на своей профессиональной нише и регулярно освещать то, что у вас хорошо получается.

У вас есть сайт, есть контент-план для блога, есть идеи для будущих видео – как новый уровень ваших инвестиций.

Шаг 1: добавьте свои бесплатные каталоги

Список локальных каталогов:

- Google Places
- Bing local
- Yahoo Search

Сайты с отзывами:

Бизнес-каталоги

Ваш бизнес – это самая приоритетная вещь. Каждый слушатель в этом зале говорил о том, что если вы не находитесь там, где обитают ваши клиенты, то они вас никогда не найдут.

Раньше это означало, что вы должны организовывать лекции в книжных магазинах или посещать любые другие публичные встречи, где можно открыть рот и сказать, что вы астролог. Это актуально и сегодня.

Но у нас появилось и другое место, где надо быть заметным, – это интернет. Простое и бесплатное (реально не требующее затрат) место, где можно начать с любого уровня и быть у всех на виду. И сделать свой сайт более известным, например, добавив его во всякие бизнес-каталоги. У вас это займёт всего лишь полдня, и вы это сможете сделать, попивая чаёк в приятной атмосфере с зажжённой свечкой.

Конечно, очень утомительно заполнять множество форм на разных веб-сайтах, но это необходимо. В бизнес-каталоге [Google](#) и [Yahoo](#)⁷ вам надо создать страничку о своей компании, указав свой физический адрес. А если вы работаете только по почте и не хотите указывать свой домашний адрес, то надо придумать временное решение, чтобы люди знали, куда обращаться, например, создать абонентский ящик для

клиентов и т.п. Такой ящик привязан к конкретному адресу в городе, а значит, его тоже можно использовать в поисковой системе. Я очень рекомендую это сделать.

Я дружу со многими массажистами, и их клиенты, конечно же, приходят к ним в кабинет. Так что если у вас есть какой-то салон или место, где можно встречаться с клиентами, то обязательно воспользуйтесь этим и разместите его координаты. У меня раньше был собственный кабинет, но вы можете использовать любое удобное место для приёма людей и ведения бизнеса.

Если вы не хотите, чтобы люди приходили к вам домой, но можете использовать дом как временный офис, то организуйте себе рабочее место вне дома (например, на заднем дворе). Все эти варианты подходят для того, чтобы разместить свой адрес в каталоге локальных компаний. Для этого понадобится физический адрес места и аккаунты на крупнейших сайтах поиска услуг – [Yelp](#) и [Foursquare](#)8.

Yelp

Не знаю, знакомы ли вы с этими ресурсами, но это нечто вроде соцсетей, где люди могут оценивать компании, которые они посетили, и оставлять свои отзывы. У этих сайтов есть бесплатные мобильные приложения, и они очень популярны. Если вы туда зайдёте, то они покажут все места, которые вы отметили и посетили. Чтобы пользоваться такими

приложениями, их надо скачать на свой телефон и авторизоваться.

Если посмотреть там астрологов, то в Yelp можно, например, найти [Джойс Ван Хорн](#). Любой может посмотреть информацию о ней, и там видно: у неё 30 лайков и 40 отзывов, и даже есть небольшое видео. Yelp позволяет оформить бесплатный аккаунт, так что вы можете войти на сайт и просто посмотреть другие компании. Возможно, у вас уже есть учётная запись Yelp, просто вы забыли, что мимоходом уже заходили туда. А если нет, то можете запросто зарегистрироваться.

Yelp – это довольно сложное явление, поэтому мы поговорим о нём отдельно. Почему сложное? Потому что оно фокусируется на клиентских отзывах. Создатели данного сайта пытаются создать сообщество "елперов" или даже как-то по-особому именовать своих пользователей, которые оставляют отзывы об организациях.

Как было в моём случае: клиенты оставили на сайте Yelp несколько отзывов обо мне, но Yelp заблокировал их и не засчитал, мотивируя это тем, что они слишком "хорошие". По их мнению, отзывы не должны быть слишком хвалебные, – они приветствуют здоровую критику и определённым образом ранжируют людей, оставляющих честные отзывы, чтобы

их мнение отображалось выше остальных.

Если о вас опубликуют только хорошие отзывы, то в итоге вы останетесь вообще без отзывов. Эту систему сложно сломать, потому что владельцы Yelp не хотят, чтобы вы просили кого-то оставить отзыв, – по их мнению, это читинг.

Как же побудить клиентов оставить отзыв на Yelp? У самой платформы нет ответа на этот вопрос. Если вы не можете получить от людей отзыв, который Yelp высоко оценит, значит, вас будет сложно найти на этой платформе, и новых клиентов вы не получите.

Я много раз пыталась что-то сделать с этим, а потом они позвонили и предложили мне платный бизнес-план порядка 300 долларов в месяц на рекламу (речь здесь идёт о премиальных услугах). Конечно, я внимательно выслушала их сказку, потому что знаю, как такие вещи работают, и как их метрики работают. Но потом сказала: "Если бы вы могли гарантировать мне, что приведёте хотя бы одного клиента, то я бы подписалась на это в мгновение ока, а все затраты списала бы, как расходы на маркетинг". Но гарантии никакой нет.

Хаотичный мир эзотерики

Когда вы попадёте в каталог Yelp, то быстро поймете, что астрологов и экстрасенсов сваливают там в одну кучу, нравится вам это или нет. И поэтому вы начнёте получать те-

лефонные звонки от людей, которые случайно выбрали ваш номер в 20:30 вечера в канун нового года и начнут в панике плакать в трубку: "Меня бросил парень, я не знаю, что делать. Можете дать мне прогноз прямо сейчас?"

Именно это и будет происходить. Я тоже получала такие звонки. Обязательно найдутся люди, которые понятия не имеют, что такое астрология, и чем вы занимаетесь. И они плохо понимают, что такое "рабочие часы" и нарушение личных границ.

Настоятельно рекомендую ограничиться только бесплатными аккаунтами на всех этих сайтах, потому что у вас хотя бы будут небольшие странички, где можно разместить ссылку на свой сайт. А т.к. Yelp – популярный публичный сайт, то размещение там поднимет ваш рейтинг, и сайт ваш будет чаще отображаться в результатах поиска. Этот рейтинг очень важен, потому что если люди не смогут вас найти в интернете, то у вас и клиентов не будет.

Так что я бы воспользовалась этими сайтами в любом случае, и сделала бы там такое же конкретное описание услуг, как Джойс Ван Хорн. Посмотрите её [страничку](#) на Yelp, это хороший пример презентации себя, как эксперта; вы можете сделать нечто подобное. Для начала просто напишите стоимость ваших услуг и режим работы. Хотя бы нескольких че-

ловек эта информация привлечёт.

Я не могу вам сказать: уговорите своих клиентов написать отзыв, потому что Yelp это не понравится. И не советую просить других пользователей платформы оставить вам отзыв, потому что Yelp это тоже не понравится. Некоторые люди пишут отзывы для разных компаний, а потом просят вас прийти и оценить их услуги, которыми вы не пользовались. Возможно, пара человек поставит вам 4 звезды из 5, даже если вы этого заслуживаете, и отзыв будет одобрен системой, показывая вашу страничку как приоритетную. Возможно, вы захотите создать ещё одну учётную запись Yelp на имя своего брата и напишете от его лица несколько отзывов. В общем, обходных путей много, но советовать я их не буду, потому что Yelp это не понравится. Вдруг они вообще заблокируют мой аккаунт, если узнают, что я рассказываю вам такие вещи.

Шаг 2: создайте клиентскую базу

- онлайн-маркетинг, позволяющий клиентам получать персонализированную информацию на электронную почту
- сервисы почтовой рассылки типа MailChimp без программирования

Почтовая рассылка

Начните собирать адреса электронной почты клиентов для почтовой рассылки, – это крайне важно, т.к. является долгосрочной инвестицией в ваш бизнес.

Собирайте данные клиентов каждый раз, когда вы: организуете публичную лекцию для слушателей,

составляете прогнозы клиентам,

организуете вечеринку,

встречаетесь с потенциальными клиентами

Всем своим клиентам я даю на приёме небольшую форму, – это всего одна страница, и там есть поле, куда они могут вписать свой электронный адрес, если хотят добавиться в мой список рассылки. На моем сайте тоже можно подписаться на рассылку. Если вы подпишетесь на мою страницу в Facebook, то там тоже найдёте ссылку для регистрации.

Рассылки можно заводить на разные темы: они могут быть похожи между собой, но касаться разных вопросов. Если рассылка посвящена разбору натальной карты, то при регистрации запрашивается информация о времени рождения клиента. В этом случае я программирую рассылку таким образом, чтобы человек автоматически получал от меня поздравление в день своего рождения и какую-то полезную ин-

формацию, которая рассчитана на основе его данных. Это очень ценная функция почтовой рассылки, я об этом расскажу чуть позже.

Сохраняйте списки адресов своих клиентов, потому что если когда-нибудь кто-то скажет: "Я не просил, чтобы вы присылали мне письма" – у вас будет доказательство, что этот человек сам дал своё согласие на рассылку. Даже если он отпишется от вас, не удаляйте его адрес из подписной базы (храните его какое-то время).

Иногда клиент не отписывается, а просто блокирует ваш Email, используя для этого функцию почтовой службы. Это значит, что он расценил вашу рассылку как спам. Когда я получаю такие уведомления, то сохраняю их в файл. А у себя в базе напротив почтового адреса клиента ставлю галочку, что я вручную удалила его из рассылки.

Да, об этом придётся поговорить. Ничто не остановит людей, чтобы пожаловаться на ваше письмо. Просто учитесь на чужом опыте.

Но всё равно, используйте любую возможность получить от клиента его Email, потому что электронный маркетинг – это ещё один способ, позволяющий вам быть на виду и время от времени напоминать людям, что вы на плаву, что вы

всё ещё предоставляете свои услуги и может доставить им на почту полезный контент.

Текущая статистика говорит о том, что на фоне популярности Facebook и Twitter стремление людей получать письма заметно уменьшилось. Всё меньше и меньше клиентов рассматривают электронную почту как долгосрочный канал связи. Не думаю, что Email-рассылки полностью исчезнут, но потребность людей в таком контенте определённо меняется – в зависимости от его содержания. Просто пользоваться соцсетями стало гораздо удобнее. На данный момент я всё равно советую вам собирать адреса электронной почты клиентов, – пусть они просто хранятся в вашей базе на всякий случай.

Никогда не отправляйте клиентам письма с личного ящика. Почтовая система Google выступает против массовых рассылок. Поэтому я настоятельно рекомендую создать почтовый ящик для работы и подключиться к сервису почтовых рассылок. Изучение этого вопроса займёт у вас одни выходные, ну, или даже один день, если вы технически продвинутый человек. Плюс такого сервиса в том, что функции подписки, отписки и антиспама уже изначально встроены в них.

Mailchimp

Три самые крупные игрока в этой сфере – это [Constant contact](#), [iContact](#) and [Mailchimp](#)⁹. Я пользовалась всеми тре-

мя. Их услуги относительно сопоставимы, за исключением того, что Constant contact стоит 35 долларов в месяц, iContact – 14 долларов в месяц, а MailChimp бесплатен. Он примерно такой же, как Constant contact, и там даже больше пространства выделяется пользователю.

Я настоятельно рекомендую тем, кто только начинает знакомство с почтовыми рассылками или уже собрал 400-500 клиентских адресов, подключиться к MailChimp, – просто потому, что он бесплатный. Если вам понадобится больше подписчиков, то можно перейти на платный тариф. Они реально, прям реально классно всё сделали.

Я использовала этот сервис несколько лет назад, и там надо было иметь собственное серверное пространство, чтобы загрузить их функционал. Для этого нужны были и некоторые технические навыки, но сейчас всё гораздо проще. Они выложили хорошие небольшие видео-инструкции. А ещё у них очень эффективная техподдержка, доступная в течение рабочего времени в виде чата. Да и вообще у них весёлая компания, – как и их маленькая обезьянка на логотипе. Я к ним часто обращаюсь по тем или иным вопросам. Они присылают мне бесплатный мерч: футболки MailChimp и т.п. Я ничего за них не платила.

В общем, если вы решите идти по пути Email-маркетинга, то хорошо наладите работу своего блога.

RSS

Технически продвинутые читатели могут подписаться на вашу RSS-ленту. Это такой механизм, который автоматически отправляет пользователю контент, только что появившийся на вашем сайте.

Если у вас настроен RSS-канал и работает он должным образом, то даже если ваши клиенты не знают, что это такое, вы можете подключить новостную ленту к сервису рассылки, и дайджест с новыми публикациями пользователи будут раз в месяц получать по электронной почте. Такой дайджест содержит не всё содержимое ваших статей, а только заголовки. И если пользователя что-то заинтересует, то он сможет нажать кнопку "Читать далее" и перейдёт на ваш сайт.

Это стандартный шаблон дайджеста новостей, но вы можете придумать и что-то своё, создать формат анонсов на любой вкус. Всё это доступно внутри сервиса почтовых рассылок. Свой шаблон можно сделать на базе существующего: поменять цвета (чтобы они гармонировали с дизайном вашего сайта), изменить текст надписей (например, вместо "Читать далее" написать "Посмотреть на сайте") и т.п.

В общем, базовая задача электронной рассылки – увеличить трафик на вашем сайте.

Регулярные рассылки

Так же, как и я, вы можете воспользоваться крутой бесплатной функцией MailChimp, которая отправляет клиенту поздравление в день его рождения. В шаблонах я сделала поздравительную открытку от моего имени и добавила к ней купон, который даёт человеку возможность получить следующий прогноз со скидкой в 25 долларов. А ниже идёт небольшая заметка про его знак зодиака.

Такой сервис начинает работать с того момента, как пользователь подписался на мою рассылку и указал дату своего рождения. Это гарантирует, что в указанный день он получит моё поздравление с подарком. Мне понадобилось только в начале настроить текст поздравления, а сейчас письма уходят сами, – согласно алгоритму почтового сервиса. И я об этом вообще не думаю. Потому что всё автоматизировано, и система как бы сама общается с клиентом от моего имени. Мне не приходится утром мучительно вспоминать: "Кого же надо поздравить? Отправила ли я открытку Джо и Сьюзи?" Всё происходит само собой, достаточно один раз настроить.

Платные подписки

В MailChimp есть ещё одна бесплатная штука, которой можно воспользоваться, – это абонентское обслуживание. Мне надо было сделать доступной для клиентов маленькую ежедневную подписку на мои услуги. И я трясла своего веб-дизайнера... (которого я люблю, как родного брата, потому что общаюсь с ним каждый день) чтобы он такое реализо-

вал. И он внедрил простую функцию на моём сайте, чтобы людям было легко оплатить подписку на месяц стоимостью 2,99 долларов (дешевле, чем стакан кофе). И теперь я могу посылать им небольшой ежедневный прогноз, чтобы с утра поднять людям настроение, сказать им что-нибудь приятное.

У меня постоянно возникают какие-то идеи, – сделать для клиентов то или это. Некоторые вещи до сих пор не внедрены, я фактически сапожник без сапог... Поэтому подумываю найти веб-дизайнера, чтобы он сделал это для меня.

Например, однажды я поняла, что оплачивать мою подписку люди могут через платёжный сервис Amazon Payments, – у них для этого есть специальная кнопка, которая обрабатывает платежные операции. Просто заплатите мне и получите новостную рассылку. Мне это очень на руку, потому что не придётся платить разработчику тысячу баксов, чтобы привязать платёжную систему ко мне на сайт, ведь есть готовое решение.

Такое вы не сможете сделать в iContact и Constant contact, потому что просто так у них такие вещи не работают. От Constant contact я отказалась, потому что у них неважная поддержка клиентов. У iContact с этим дела получше, но эти ребята меня взбесили по другому вопросу, и если я когда-нибудь вернусь к ним, то только на бесплатный тариф.

Почему вам следует вращаться в кругу людей, которые любят поговорить, и делать что-то для них? Потому что это добавит вам популярности. Можете найти астрологическое сообщество (я имею в виду группу, где обитают астрологи вроде меня). Если вы начнёте отвечать на вопросы обычных людей, то клиенты начнут выстраиваться к вам в очередь: поговорив с вами, человек расскажет о вас своим друзьям, а они – своим друзьям. И такое сарафанное радио – очень крутая штука: люди любят делиться тем, что им нравится.

MailChimp присылает мне бесплатные купоны, бесплатные футболки и другие штуки, например, расписание их мероприятий. Если у вас есть база данных ваших клиентов, то, посылая им письма, вы тем самым побудите их чаще заходить к вам на сайт. Это, в свою очередь, поможет повысить ваш рейтинг.

Шаг 3: проводите мероприятия

- найдите возможности слушать и вещать в реальной жизни
- используйте Eventbrite, Meetup, чтобы проводить ближайшие мероприятия

Мероприятия

Ещё одна вещь, которую вы можете сделать, чтобы стать более заметным в социуме, – это организация мероприятий, где люди могут встретиться с вами. Для этого не нужно придумывать какие-то сложные концепции, – просто найдите для себя возможность высказаться, показать людям, какой вы в реальной жизни.

Для этого можно использовать сервис [Eventbrite.com](https://www.eventbrite.com) или [Meetup](https://www.meetup.com)¹⁰, которые помогают прорекламирровать ближайшие мероприятия. Eventbrite – бесплатный сервис, позволяющий разместить описание всех ваших мероприятий и обеспечивающий онлайн-оплату для людей, которые захотят на них пойти.

Кроме того, у интернет-сообществ есть календари, которые умеют работать с Eventbrite; для этого надо просто добавить туда конкретное мероприятие. Например, если я анонсирую событие и укажу там свой город Остин, то об этом даже могут узнать местные СМИ, которые по календарям мониторят все планируемые мероприятия.

Некоторые люди анонсируют события в группах Meetup. Я не буду сейчас рассказывать, как это работает. При необходимости вы сами разберётесь, – в любое время можете опубликовать информацию о вашем мероприятии на сайте и раз-

местить эту ссылку где угодно, чтобы пришло больше людей. Желательно писать о таком на авторитетных сайтах, чтобы рейтинг ваших страниц стал выше.

Шаг 4: синергируйте

- пишите отзывы и комментарии
- создавайте контент других сайтов
- формируйте единую практику с другими практиками

Синергия

Синергия – это вид сотрудничества, при котором эффект взаимодействия двух или более факторов в несколько раз превышает сумму аналогичных действий, совершённых по одиночке. Знания и усилия нескольких человек, объединённых одной целью, не просто удваивают результат, а преумножают его, взаимно усиливая вклад каждого из них.

Создайте бизнес-страницу в Facebook

- Facebook - это крупнейший интернет-сайт
- увеличивайте трафик сайта и видимость контента
- здесь больше шансов

Часть 8. Facebook

Чтобы быть на виду, конечно, надо вести активность в социальных сетях и создавать востребованный контент.

Я всё ещё считаю, что блоги и текущие версии веб-сайтов тоже являются социальными, потому что у них есть раздел комментариев (как часть Web 2.0). Но социальные медиа, такие как Facebook, Twitter, Google+ – всё это места, где у каждого есть личный профиль, где люди общаются друг с другом. В эти межличностные взаимосвязи я твёрдо верю. Несмотря на тот факт, что у меня есть достаточно много претензий в адрес Facebook (особенно про плохо спроектированный дизайн и интерфейс), всё-таки эта соцсеть мне нравится.

Как ни крути, это самый быстрорастущий интернет-сайт. И несмотря на то, что его многие критикуют, никто ещё не придумал лучшего решения. Не думаю, что Google+ это лучшее решение. Да, это самый большой и быстрый интернет-сайт с постоянно увеличивающейся аудиторией, но не равня Facebook.¹¹

Итак, вернёмся к тому, что я ранее говорила:
если у вас нет сайта, то вас могут найти в Facebook;

если вы пользуетесь интернетом, то обязательно зарегистри-

стрируйтесь в Facebook;

если у вас нет странички в Facebook, то вас просто не найдут.

Каждая ссылка, которую вы размещаете в Facebook, ведёт на ваш сайт. Не надо в соцсети публиковать свои статьи полностью, – просто разместите ссылку, используя соцсеть как ещё один канал трафика. Таким образом вы сохраняете право собственности на то, что вы создали, потому что контент находится на вашем сайте, а не в Facebook. В то же время, соцсеть даёт вам бесконечное пространство для общения и взаимодействия с людьми.

Вернёмся к нашей любимой теме сбора средств: если вы максимально вовлечены в процесс, то и средств будет привлечено много. Чем более человек заинтересован – тем вероятнее он откроет свою чековую книжку и сделает пожертвование.

То же самое и с клиентами: если они вас знают и чувствуют, что вы о них думаете, то они будут доверять вам. Если они всё время читают ваш контент, верят в вашу философию и присутствуют там, где вы вещаете, то гораздо больше шансов, что они подпишутся на вас. Если уж они поверили в вас, значит, в душе почувствовали, что между вами завязалась

определённая связь.

Facebook и остальные социальные сети дают нам уникальную возможность обратиться к людям. Если бы 20 лет назад вы спросили у маркетологов, как организовать сбор средств, то они всё равно бы предложили концепцию, подобную той, как функционирует Facebook.

На самом деле, я точно не скажу вам, как Facebook работает. Нет никакой гарантии, что на следующей неделе его алгоритмы не изменятся, и, возможно, всё будет иначе. Просто старайтесь следить за новостями и корректируйте свои посты таким образом, чтобы они соответствовали общим принципам Facebook. Изучите все плюсы и минусы и ознакомьтесь с основными правилами.

Личный профиль

Когда люди регистрируются в Facebook, они получают так называемый профиль. Я чисто случайно использовала мой профиль для работы, потому что это был самый быстрый вариант. Это такая страничка, которую может сделать каждый – в том стиле, который ему нравится. И речь сейчас не о знаменитостях, не об известных авторах, не о бизнесменах.

Вы можете добавить в друзья до 5000 людей. Правда, завтра Facebook может ввести другие ограничения. По идее, это должны быть ваши реальные друзья, т.е. люди, которых вы

знаете. Но по факту таких людей в нашей жизни не больше 120-130.

В сообществах, посвящённых астрологии, такая же тенденция. Ведь очень легко нажать кнопку и добавиться кому-то в друзья. Вы можете сами увидеть, сколько "друзей" у астрологов, из которых 3000-4000 – вообще незнакомые им люди. Это касается тех специалистов, кто использует свою страницу как гибрид личного профиля и бизнес-страницы. Хотя, конечно, профиль не предназначен для работы с клиентами. И если вы пойдёте по этому пути, то не сможете использовать функционал, который есть у профессиональных страниц.

Ярким представителем таких астрологов является [Сьюзи Кокс](#), она мне нравится. За время работы в Canyon Ranch через неё прошло 45000 клиентов. В этой компании она работает астрологом. А сейчас ещё ведёт ежемесячное шоу на телевидении, в котором переодевается в костюмы разных знаков зодиака. Да, она просто великолепна! И она из тех людей, у кого есть красивый веб-сайт.

На самом деле, у неё нет такого количества друзей, которое позволяет добавить Facebook. И если бы она создала свою профессиональную страницу, то на неё бы сразу подписались десятки тысяч человек (ведь не все хотят быть дру-

зьями).

В Facebook появился новый инструмент, позволяющий конвертировать профиль в бизнес-страницу. И после того, как вся эта магия произойдёт, ваша страница начнёт работать по новым правилам.

3 вида страниц

Я знаю, всё это звучит запутанно, но есть 3 разных вида страниц, о которых вы должны знать, чтобы выбрать то, что вам лучше всего подходит. В некоторых случаях можно сделать все три, главное понимать, для чего они предназначены.

Профиль Face

- личность;
- можно добавить 5
- можно публиковать
информацию где
- можно создавать
страницы;
- можно отправлять
сообщения;
- можно подключить
Твиттеру:

Личная страница

С помощью личной страницы вы можете размещать информацию от вашего имени где угодно – в [личном профиле](#), в профиле своих друзей; на любой странице, которая вам понравилась; в любой группе, участником которой вы являетесь. Также вы можете создавать собственные группы и страницы, через которые можно отправлять и получать личные сообщения. Также вы можете связать свой профиль с Twitter, чтобы туда репостились ваши публикации. И вообще, есть целый ряд приложений, которые можно подключить к Facebook для расширения базового функционала.

Страница Facebook

- есть административная панель;
- 1+ млн человек могут лайкнуть страницу;
- можно публиковать фотографии и видео на других страницах;
- можно отправлять сообщения;
- можно запускать рекламу;
- есть статистика о действиях пользователей;
- можно подключить...

Бизнес-страница

Теперь рассмотрим другой вид страницы – бизнес-страница. У меня она тоже есть. На странице я могу посмотреть статистику, – там очень много показателей, например, возраст моих подписчиков. А на титульной странице можно увидеть последние отзывы, фотографии и видео.

Это очень круто. Я знаю, что 25% людей, которые поставили "нравится" моей странице, – это женщины в возрасте от 35 до 45 лет. Собственно, это моя возрастная группа, так что неудивительно. Но суть в том, что именно для этой аудитории я создаю свои продукты и услуги: позиционирую себя как специалиста, который может помочь женщинам среднего возраста в решении их вопросов; который может истолковать их планетарные транзиты. Это идеальная астрологическая ниша для меня. Главное понять, как реализовать всё это.

Статистика страницы может многое сказать о том, кто следит за вашим контентом, и что ещё может понадобиться вашим читателям, чтобы удовлетворить их потребности.

Если у кого-то аудитория старше 55 лет, то это открывает перед вами новый спектр вопросов, например:

вы можете предположить, чем астрология полезна людям, вступающим в пенсионный возраст;

дать им своеобразный "план" выхода на пенсию с учётом их локации;

помочь им настроиться на тот образ жизни, который они хотели бы вести;

вдохновить их на поступки, для которых раньше не было времени;

побудить их исследовать новые вещи и территории.

Отталкиваясь от характеристик вашей группы, вы можете рекламировать определённые товары (востребованные у аудитории), а также продвигать собственную страницу в сообществах, где общаются пенсионеры. Если всё это – ваша стихия, то отлично. Статистика страницы может вам понять, кого вы привлекаете, как личность.

Вы можете назначить администраторов страницы, т.е. предоставить служебный доступ к вашей странице людям, которые на вас работают, – добавляйте сколько хотите.

У бизнес-страницы может быть миллион лайков и даже больше, – Facebook это не волнует. Вы можете собрать даже миллиарды людей, которым нравится ваша страница, потому что данный формат не ограничен 5000 друзьями.

От имени бизнес-страницы вы можете размещать сообще-

ния только на других таких же страницах. Если, допустим, я создам страницу "Four Moons Astrology", то не смогу что-то написать от имени этого проекта на своей личной странице или на странице вашего профиля. В группах я тоже не смогу ничего написать¹². Но могу лайкать другие страницы и писать там сообщения от имени моей компании. Например, могу лайкнуть страницу Starbucks как "Four Moons Astrology" и написать там что-то от имени этой бизнес-страницы. Это тоже в определённой степени круто, потому что если Starbucks мне что-то ответит, то куча людей это прочитает, а может даже прокомментирует. Если упоминание моей страницы продолжит там появляться (например, если кто-то ответит на мой комментарий), то люди снова увидят ссылку на "Four Moons Astrology"; и если нажмут на неё, то перейдут прямо на мою страницу. Это очень тонкий вид рекламы.

Можете представить выгоду от такого В2В взаимодействия страниц. И если вы знаете страницы брендов, которые как-то связаны с вами, то можно начать публиковать там свои астрологические рекомендации. Например, у людей, чей бизнес связан с организацией пространства, есть миллионы клиентов, рождённых под знаком Девы.

В общем, вот это всё умеют делать страницы в Facebook.
Сторонние сервисы

В других приложениях можно создавать опросы со ссыл-

кой на ваш Twitter или YouTube. Есть сайты, которые позволяют в рамках бизнес-страницы проводить конкурсы и прочие интересные штуки. И если у вас количество пользователей меньше определённой цифры, то доступ к такому функционалу будет бесплатным.

Однажды я обнаружила, что не вписываюсь в бесплатный лимит (у меня больше подписчиков, чем надо). И тогда немного почистила список этих людей, удалив тех, кто вообще не проявляет активности. Всё ради того, чтобы попробовать в своей работе что-то новое.

Раньше, когда дело доходило до интернет-маркетинга, мы заходили в Google и набирали "как использовать страницу Facebook для продвижения бизнеса". Ну, и, конечно, получали целую кучу ссылок с большим количеством разных идей. Так как всё очень быстро меняется, то можно ограничиться просмотром топовых рекомендаций. Тем более что трудно уследить за всеми новшествами.

Поскольку у бизнес-страниц есть несколько категорий, то Facebook позволяет вам выбрать самый подходящий вариант. Я пыталась понять, что из этого МОЁ, и отталкивалась от того, что я предоставляю консультационные услуги. Здесь на странице вы этого не увидите (там небольшая надпись), но сам Facebook позволяет классифицировать страницы в сво-

ей системе. Насколько я понимаю, наличие категории добавляет удобства для размещения вашей информации, но в целом никак особо не влияет на ваше продвижение.

Что можно сказать точно, так это то, что астрологи относят себя к профессиональным услугам, к консультационным услугам, к сфере развлечений или позиционируют себя как наставника, который обучает чему-то других. То есть они работают в таком диапазоне.

Я добавила всех вас в мой список рассылки, и если выясню что-то новое по этому вопросу, то будьте уверены, я вам расскажу об этом.

Группа Facebook

- можно сделать открытой и секретную;
- любой участник группы может делать в ней публикации;
- есть администраторы;
- сама по себе группа может публиковать сообщения;
- нельзя подключить рекламу;
- нет встроенных платных функций.

Сообщество в Facebook

Группы в Facebook объединяют людей по интересам и позволяют создать синергию. В отличие от личного профиля, где только я могу постить на своей стене, и в отличие от бизнес-страницы, где только вы и ваши администраторы можете делать публикации, – в группе все её участники могут публиковать сообщения. В зависимости от активности пользователя, ему присваиваются почётные статусы.

В январе я создала группу в Facebook и назвала её [The AstroDivas](#). На самом деле, я давно хотела это сделать, но последние пару лет подарили мне адский опыт в моей жизни, и теперь я вернулась в прежнее русло, снова начала писать. Я так гордилась собой и думала, что же делать дальше, чтобы подтвердить, что я действительно разбираюсь в моей сфере. Мне нужна была группа поддержки, поэтому я добавила в группу пару друзей, чтобы мы вместе могли что-то обсуждать, – так сказать, подготовила почву для более массовых обсуждений.

В общем, 1 января я добавила в сообщество первых участников и рассчитывала на то, что остальные сами подтянутся. Мои друзья пригласили своих друзей и так далее, и через 12 часов в группе было уже более 300 женщин-астрологов, и это число продолжает расти. Мы говорим обо всех вещах: обсуждаем женские проблемы, роль женщин в астроло-

гическом сообществе по сравнению с мужчинами и даже какие-то вопросы межполовых отношений. Я понятия не имела, что всё произойдёт именно так. Но образовалась некая синергия в группе, потому что каждый здесь имеет право что-то опубликовать.

У групп вообще другой принцип работы, в отличие от страниц. Правительство распознаёт принадлежность личной страницы какому-то конкретному лицу; правительство также может соотнести страницу корпорации к тем людям, которые ею владеют. Личные и брендовые страницы в Facebook имеют похожий формат. Но сообщество живёт только своей внутренней жизнью и не может где-то что-то опубликовать от своего имени.

Для ведения группы можно привлечь администраторов – доверенных лиц, между которыми распределяется рабочая нагрузка.

От имени группы не получится что-то опубликовать в Twitter. И метрик тут никаких нет. Но если вы создадите свою брендовую страницу, то у вас там будет вся клиентская аналитика. А параллельно можно ещё создать сообщество людей, которым интересна ваша тема. Вы там вообще можете не появляться. Если сообщество большое, то оно начнёт жить своей жизнью.

Возможно, вам как раз пригодятся оба варианта. Всё зависит от того, какова ваша цель:

1 если вы хотите привлечь людей, чтобы они общались между собой на тему вашего бизнеса и делились друг с другом полезной информацией, то создание группы будет наилучшим решением;

1 если хотите продвигать свой бренд, свою личность и продолжать размещать информацию, которую вы считаете нужной (чтобы остальные её комментировали), то создание страницы полностью вам это обеспечит. Выборочный контент можно и в группу закидывать.

Реклама в Facebook

Я забыла упомянуть о том, что страницы можно рекламировать. В настройках Facebook вы можете создать рекламный кабинет для вашей страницы и привлекать на неё трафик. То же самое для сообществ: теперь уже и у них есть рекламный кабинет и возможность посмотреть там эффективность вашей рекламы.

На своих ресурсах вы можете рекламировать чужие страницы, а у них – рекламировать себя. Я немного поработала с рекламой в Facebook; сложноватая вещь, конечно, но использовать можно. Реклама невероятно мощная, но чрезвычайно дорогая. Если подойти к этому вопросу безграмотно, то деньги потратятся не по назначению. Это всё равно что

лить воду в ведро, у которого нет дна.

Так что если вам интересны такие вещи, мы поговорим об этом в конце. И немного затронем некоторые дополнительные услуги, которые станут вам доступны на платной основе. Просто подойдите ко мне позже, я буду здесь на выставке всю неделю, так что мы сможем подробнее обсудить некоторые отдельные вопросы.

Люди постоянно меня спрашивают (потому что астрологов очень много): как создавать страницы? Я запустила свою страницу примерно в 2008 году. Если вы заведёте свою страницу, то первым делом пригласите туда своих друзей, чтобы они подписались на ваши посты. Конечно, чтобы превратить страницу со 150 подписчиками в страницу с 30000 подписчиками, придётся разгадать некий секрет.

Когда я завела свою страницу и прорекламовала её всем моим друзьям, угадайте, что произошло? Конечно, они не сидят в Facebook всё время, и не зайдут туда только для того, чтобы лайкнуть мою страницу. Большинство из них вообще не астрологи и, может быть, даже совершенно равнодушны к этой теме. Поэтому им надо немного помочь. Я на самом деле давала о себе совсем немного рекламы в Facebook. Не писала ничего, кроме бесплатного ежедневного прогноза (типа прогноза погоды) с добавлением кнопочки типа "Нажмите

здесь". Больше ничего. Правда, я была немного обеспокоена тем, что в ссылке на мою страницу, помимо слогана, отображался мой старый логотип.

Что касается рекламы, то Facebook позволяет выбрать, сколько денег вы хотите потратить в день. Я решила, что буду тратить на рекламу 1 доллар в день, – просто чтобы посмотреть, что получится. Любой может позволить себе доллар в день. Мой ежедневный бюджет на кофе и то больше, поэтому я вложила доллар в рекламу и смотрела, как это работает. По ходу дела я вносила правки в своё рекламное сообщение, чтобы понять, в какие дни оно более эффективно. Для этого я выбирала разные ключевые слова по моей теме.

Как я уже говорила, как только вы попадёте в свой рекламный кабинет, вы сразу начнёте понимать эффективность контента, который вы размещаете в социальной сети. Facebook открыт для каждого рекламодателя. А может, и нет (если говорить конкретно о вас). Я, например, хотела увидеть всех людей, которые где-нибудь лайкнули страницу, посвящённую астрологии; или упомянули её в своём профиле. Потом добавила в свою рекламную аудиторию людей, которые когда-либо интересовались картами Таро, ну и так далее. Таким образом, я хотела, чтобы моя реклама отобразилась у них в ленте, и на это я тратила доллар в день.

Мне потребовалось от 6 до 8 недель, чтобы привлечь ещё тысячу подписчиков. Но я нарушила правила Facebook, – в том плане, что у меня был гораздо более высокий рейтинг кликов, чем это вообще бывает в Facebook. После того, как моя страница набрала тысячу подписчиков, реклама автоматически прекратилась. Теперь я больше не запускаю рекламу, потому что люди продолжают добавляться сами. Тогда моя страничка содержала немного контента, но она стала важным ресурсом, который теперь надо было дальше развивать.

В общем, я сделала вложения в самом начале, зная, что смесь факторов для вовлечения аудитории приведёт меня к цели. А потом сказала себе: ладно, давай теперь перейдём на следующий уровень и начнём создание целевых публикаций, предназначенных только для Facebook. Нужный пул людей у меня уже есть. И хотя очередной процесс роста за счёт рекламной публикации не произойдёт за одну ночь, но всё равно я немного облегчила себе работу.

У большинства астрологов, которых вы знаете, есть страница в Facebook. Некоторые создали даже несколько страниц. Люди становятся умнее и понимают, что на начальном уровне продвигаться сложнее, а на следующем – уже проще. Рекомендую вам вступать в сообщества типа AstroDivas, – они помогут вам понять, как некоторые методы продвиже-

ния работают, причём, совершенно бесплатно.

Ну, а реклама – это уже платное продвижение. Как только у вас появится собственная страница в Facebook, я расскажу, что конкретно надо сделать на старте, учитывая ваши текущие возможности.

Расширяйте с

- микроблоги - Twitter
- нетворкинг - LinkedIn
- видеохостинг - YouTube
- фотохостинг - Flickr
- слайдхостинг - SlideShare
- радиохостинг - Blip.fm
- хранилище ссылок - Dribbble
- источники новостей - NewsGator
- веб-поиск - StumbleUpon
- сайты компаний - LinkedIn

Часть 9. Другие соцсети

Когда вы соберётесь расширить свой социальный круг, то Twitter, LinkedIn, Google+, YouTube и Vimeo станут, вероятно, следующими крупными сайтами, которые вам пригодятся.

Twitter

Поговорим о секретах [Twitter](#)¹³. Людей, которые залогинились в Twitter, вы увидите, даже не авторизовавшись там. И на вашей странице весь мир увидит ваши последние твиты. После входа в систему, Twitter превращается в новостную ленту, которая выглядит точно так же, как лента Facebook: там все люди, на которых вы подписаны, и все их публикации. Если хотите, можете стать моим фолловером. Не так давно я посмотрела на Twitter и спросила себя: буду ли я там что-то писать? Смогу ли я заниматься этим? И я там зарегистрировалась, потому что большинство астрологов (95%) используют Twitter.

Но делают они это таким образом: связывают свою страницу в Facebook с Twitter, и когда они что-то публикуют в Facebook, то эта информация автоматически дублируется в Twitter. По сути получается просто повтор содержания без вашего физического участия. В конце прошлого года я тоже решила так сделать. И, поскольку я вам читаю тут лекцию по продвижению, то мне действительно следовало бы уйти дальше этого подхода. Т.к. я собиралась обсудить с вами возможности Twitter, то я целенаправленно села и разобралась, как он работает. И сейчас мы поговорим о том, что будет, если вы не умеете его правильно использовать.

... ОТ



- Клиент для Twitter
электронной почты

Если вы соберётесь завести Twitter, то вам понадобится программа. Так же, как мы не можем пользоваться интернетом без Google и читать почту без Outlook или Thunderbird, мы не сможем использовать Twitter без специальной программы-клиента. Она позволяет упорядочить вашу новостную ленту, потому что информация там приходит по нескольким потокам.

Просто представьте спонтанную коктейльную вечеринку, где люди одновременно разговаривают. Вам нужно изловчиться, чтобы понять, кто из присутствующих сказал фразу: "Эй, Донна, ты тоже пришла?" Повсюду звучат приветствия... А если кто-то в комнате заговорит про астрологию, то вам тоже желательно присоединиться к такой беседе, и нужно знать, как это сделать.

Если у вас нет понимания такого способа коммуникации, то нет никакого смысла пользоваться Twitter. По моему личному опыту, платформа микроблогов не работает, пока вы не научитесь эффективно потреблять её контент. Знаю, это звучит пугающе, в отличие от того, что я говорила раньше, но поверьте, в использовании Twitter будет гораздо больше смысла, когда вы на самом деле вникнете в его работу и будете испытывать искреннюю потребность что-то там написать или отреагировать на чужой контент. Вместо того, что-

бы собрать всё полезное в один столбец (а остальное скрыть), Twitter отображает всё на одной странице, поэтому вы видите всё и сразу. К этому придётся привыкнуть.

Окей, на этой картинке – все люди, на которых я подписана. Здесь я вижу, что они пишут, кто упомянул меня по имени, кто обратил внимание на мою публикацию, а на какие твиты я сама ответила. В общем, всё здесь разбито по колонкам, чтобы можно было видеть сводную картину. Это похоже на окно чата, где люди открыто разговаривают друг с другом. Но есть и личные сообщения, а также уведомления о том, сколько человек посмотрели мои твиты, кто их ретвитнул (т.е. поделился моей информацией в своей ленте, чтобы показать другим людям). В общем, я вижу, какой контент оказался по-настоящему ценным.

Tweetdeck – это самый популярный Twitter клиент; настолько многообещающий, что владельцы соцсети купили его. Он бесплатен для использования, – надо просто получить учётную запись Twitter, придумать адрес своей страницы и закрепить её за собой. Самое ценное в этом приложении то, что из простой соцсети Twitter превратился в инструмент управления, который позволяет отслеживать всё, что произошло в вашей ленте на этой неделе.

Есть более сложные аналитические инструменты для

ведения социальных сетей: например, платная версия Hootsuite за 5 долларов и 99 центов в месяц (или около того). Они предоставляют всю статистику по Facebook и Twitter, с помощью которой можно подробнее изучить, кто пишет вам твиты, как и почему. Можете рассмотреть данный инструмент, как свою будущую эволюцию в плане продвижения.

Если вы освоите Hootsuite, то уже автоматически станете более продвинутым, чем большинство астрологов. Потому что люди в основной своей массе просто копируют друг друга, клепают один и тот же контент. Почему у них есть клиенты? Потому что их клиенты никого больше не знают. Если у кого-то появится к ним вопрос, и он будет по их теме, и они ответят на него, – то это лайк. Лента комментариев – это всегда приглашение к общению, и таким образом они подбирают людей там и сям, вовлекают в общение тех, кто хоть что-нибудь написал в их блоге. И неважно, нуждается ли реально человек в их услугах.

Я думаю, здесь много неиспользованного потенциала: люди не пользуются сложными инструментами, потому что не умеют их использовать. Сейчас этому придаётся больше смысла, чем раньше. И на самом деле эти инструменты не так страшны.

Что касается меня, то у меня в них была реальная потреб-

ность, потому что я медийная личность, и я по натуре технарь-наркоман, так что подобные вещи не занимают у меня много времени. Я села однажды днём и изучила все доступные возможности Twitter. Всё происходило в спокойной обстановке, с плиткой шоколада, романтической музыкой и зажжённой свечой. Это же так приятно – узнать что-то и потом использовать, применить в деле более продвинутые вещи.

Twitter культура

- больше, чем просто публикации из Facebook — это живой интерактив
- вовлечение аудитории в короткие промежутки времени;
- наилучшая практика — 12-16 твитов в день
- 6 к 1 - соотношение твитов к рекламе;
- возможности продвижения

Как я говорила ранее, Twitter – это целая культура. Там реальные люди, и они не просто что-то постят, – они привлекают читателей в режиме реального времени.

Лучшие практики Hubspot гласят:

если вы собираетесь вести блог, то надо публиковать новый контент 3 раза в неделю;

в случае с Facebook – от 3 до 7 раз в неделю, не более; для Twitter лучшая бизнес-практика – 12-16 твитов в день, – если вы действительно хотите использовать его возможности по максимуму.

Большая часть контента должна быть информационной, а не рекламной. По мнению Hubspot, это должно быть соотношение 6:1.

Думаю, это даже немного не дотягивает до культуры Twitter: если люди любят поговорить, то они хотят поговорить, хотят быть в окружении людей, а не продавать что-то всё время.

Есть и другие прикольные штуки, которые вы можете сделать в Twitter. Я никогда бы не подумала, что они есть, если бы не сидела там и не игралась каждый раз с какими-нибудь

функциями.

У Кеплера есть бесплатный вебинар про Twitter. Я просто отобрала некоторые их изречения и вставила в свои слайды в PowerPoint, добавила заголовки и основные моменты разговора. Иногда мне жаль, что раньше у меня не было таких набросков, с заранее прописанным материалом. Получилось прикольно, потому что таким образом удаётся привлечь целую кучу людей, которые не учились в Колледже Кеплера. Их Twitter-аудитория растёт. Все материалы дублируются с Facebook с предпросмотром страниц официального сайта. В итоге в одном городе мы находим ещё большее сообщество клиентов, увеличивая базу потенциальных студентов, которые в один прекрасный день могут прийти к нам учиться.

Думаю, для вас тоже не так уж сложно сделать презентацию или что-то вроде того из материала готовых лекций, – как это сделала я в своём городе. Я тоже искала в интернете все эти вдохновляющие картинки и потом просто публиковала в Twitter фрагменты презентации, потому что в этой соцсети сообщение может содержать только 140 символов. Но однажды, когда вы поймёте, что один пункт вашего списка на слайде – это практически и есть один твит, то сразу начнёте время от времени публиковать эти маленькие кусочки информации, давая ссылку на полный урок или увеличенную версию картинки.

Так что, если вы настолько заморочены и убеждены, что трудно придумать 16 твитов для своих публикаций, то просто прочитайте одну лекцию по астрологии или возьмите за основу объяснение, которое вы регулярно озвучиваете своим клиентам, или придумайте какой-то другой шаблон. Если собрать всё это вместе, то получится довольно много контента для Twitter, – возможно, даже больше, чем вы, на первый взгляд, думаете.

Автопостинг

В Facebook я публикую сообщения каждый день, – об этом знают те, кто подписан на мои астрологические формулы. Вести страницу в Facebook очень просто, это один из пунктов моего распорядка дня: обычно я с утра разбираю какой-нибудь важный планетарный аспект или привожу цитату, отражающую атмосферу сегодняшнего дня.

Поначалу я придумывала слишком сложные схемы для публикаций, и это занимало много времени. Помню, это было тяжело для меня, и я с трудом находила время для своей страницы. Но потом я начала гуглить интересные цитаты и просто брала их в кавычки, – благодаря этому получила гораздо больше реакций, чем от сложных астрологических тем.

Я начала каждый день публиковать полезные цитаты, и эта

практика оказалась нормальной на самом деле. Это как бы моя личная астрологическая йога, которую я практикую, с которой я начинаю свой день – с моей чашкой чая и моей транзитной Луной, имеющей сегодня какие-то свои особенности.

Но чтобы делать это регулярно, я заранее подыскиваю информацию. Например, чтобы расписать каждый день недели, я смотрю положение планет в воскресенье на неделю вперёд. А потом каждый день просто беру подготовленный прогноз и одним щелчком публикую его. Так что, если мои посты выходят каждый день, это не значит, что я каждый день их публикую, – я их просто ставлю в расписание, а они потом сами появляются в ленте в нужное время. Таким образом я поддерживаю постоянный ритм своей работы.

То же самое я сделала с моей учётной записью в MailChimp, потому что мои "Luna tunes" превратились в платную подписку за 29,9 чашек кофе в месяц: туда входит ежедневная лунная настройка и другая информация от меня.

Это мой способ вернуться в мир блогов. Я действительно хочу писать, но у меня нет времени. Поэтому пока решила сделать что-то коротенькое, чтобы поддерживать связь с людьми каждый день. По сути это ежедневный прогноз с текущими астрологическими "котировками" и немного раз-

мышлений о том, как можно использовать эту энергию. Прогнозы я предварительно загрузила на почту, чтобы потом всё отправлялось на автомате.



Donna Woodwell

Website development and marketing coach
Entrepreneur • Professional Training & Coaching

- Company** **Instructor & Marketing Consultant at Baylor College**
Director at International Society for Autobiographical Research
Marketing & Success Coach at Impact Entrepreneurs LLC
owner
- Year** **Board Member at Autobiography Users Society**
Founder & Board President of Autobiographical Society of America
Board Member & Publications Director at National Council for Geographic Research
owner
- Education** The University of Texas at Austin
The University of Texas at Austin
University of Michigan
- Communities** 3M Connections
- Organizations** VORTEX Media LLC
Your Website Marketing

Donna Woodwell's Summary

A true Renaissance woman, Donna Woodwell is a writer, scientist, publisher and entrepreneur. Her mission is to creatively help parents, parents abundance and to engage others to do the same. Working her business acumen and entrepreneurial talent Donna works with individuals and businesses to find creative and practical solutions to challenges.

Education

Business planning, project management, fundraising, financing, social media, market research, business, printing

Donna Woodwell's Experience

Instructor & Marketing Consultant

Baylor College

Project #1177 - [View project details](#)
[View project details](#) - [View project details](#)

Your success is business planning and marketing for entrepreneurs. Please contact me for pricing and terms. Donna Woodwell

LinkedIn

[LinkedIn](#) – это новый рубеж интернет-бизнеса. Как вписать его в свою стратегию? По сути, это ваша конференция или выставка 24/7, идеально подходящая для общения с людьми внутри одной профессиональной сети. Сейчас это, наверное, не лучшее место куда можно пойти и попытаться найти себе клиентов, заинтересованных в саморазвитии. Но это не значит, что оно не станет таким когда-нибудь.

LinkedIn действительно больше о людях, об их профессиональных компетенциях. Определённо, я бы предложила вам пойти туда и создать свой профиль с информацией и ссылкой на ваш сайт, потому что обратные ссылки повышают его PageRank. Для вас это способ найти себе сотрудников и продавцов. Это то же самое, что и Facebook, но здесь все общаются только на профессиональные темы.

Вы думаете, что найти клиентов можно только на астрологической конференции? Всё зависит от того, чем конкретно вы занимаетесь. Я, например, работаю маркетологом, и я работаю в Gnosis media, и я являюсь приятельницей Алиши Катс, которая создаёт восхитительную бижутерию с блуждающими звёздами. Она крутая, неплохо продвигается в своём деле, знает кучу всего про заработок в интернете, – ради интереса загляните к ней. Хорошей возможностью найти клиентов для неё могут стать самые разнообразные и непри-

вычные места, просто там она будет продавать свои услуги по другой стратегии.

Интернет – это лучшее место для поиска курсов повышения квалификации. Успех ждёт тех, кто без проблем умеет говорить об астрологии в своих профессиональных кругах.

Не уверена, что астрологи обитают в LinkedIn, но это не значит, что вам не следует там быть. Эту сеть вы можете использовать для своего профессионального развития. Организация, связанная с работой профессиональных астрологов, собирает их под своё крыло, чтобы вырастить группу отраслевого нетворкинга. То же самое справедливо и для LinkedIn. И если такое удастся сделать, то будет реально круто.

Люди могут там задавать любые вопросы:
как наладить консультационную практику?

сколько составляют издержки такой деятельности?
что вы делаете в тех или иных обстоятельствах?

Это классно. И каждый раз, когда вы что-то публикуете в этой группе, можно вставить ссылку на свой сайт. Таким образом, вы становитесь авторитетом в данном вопросе, а

также поднимаете рейтинг своей страницы. И вы для этого как будто ничего особенно не сделали, просто осветили какую-то тему и в конце указали адрес сайта.

Поэтому я предлагаю вам зарегистрироваться в LinkedIn хотя бы для того, чтобы у вас там был профиль, по которому вас можно найти. Там можно размещать свои образовательные материалы, можно присоединиться хотя бы к одной группе, связанной с бизнесом, маркетингом и любой другой темой, которая вам, как астрологу, интересна. Думаю, это потенциально богатый источник междисциплинарной синергии. Типа "эй, астролог, пошли пообщаемся с лайф-коучами, узнаем, чем они там занимаются". Или, если вы деловой и финансово грамотный человек, то можете присоединиться к какой-нибудь инвестиционной группе и начать говорить на эту тему. Это хороший способ показать всем, что вы знаете, что вы делаете не так, как другие, и при этом получаете впечатляющий результат.

Видеохостинг

- много зрителей;
- можно размещать в соцсетях;
- можно встраивать на свой сайт;
- короткие видеоролики (до 1 минуты и менее);

Видеохостинги

Рассмотрим сайты видеохостинга, такие как YouTube и Vimeo. У этих сайтов невероятно высокая просматриваемость, особенно у YouTube.

"О боже, ты залил видео на ютуб, я посмотрел и просто залип на твоём канале..." – знакомая фраза?

Однажды я сделала 5-минутную презентацию о себе и рассказала об астрологическом сообществе города Остин, в котором состою. Больше я это видео не смотрела. Но всякий раз, когда меня спрашивают о моей работе, я не трачу время на рассказы, а просто даю ссылку на это видео.

Если видео по какой-то теме получается слишком большое, то я разделяю его на фрагменты.

Раньше на ютубе не было рекламы, а сейчас даже тысячу просмотров уже невозможно монетизировать. Но т.к. под видео указана ссылка на мой сайт, то каждый просмотр потенциально может привести туда пользователя YouTube. А если видео размещено у меня на сайте, то каждый просмотр котируется так же, как если бы человек посмотрел его на видеохостинге. Мы уже говорили о том, что подобное встраивание контента полезно для повышения рейтинга страницы сайта.

Yo

YouTube

- Намного больше а
- 15-минутный лимит
в бесплатном акка
- Позволяет монети
видео-контент

YouTube или Vimeo?

В данный момент есть два главных сайта, где можно размещать видео – это YouTube и Vimeo.

YouTube гораздо больше, но они оба играют определённую роль в интернете. Сейчас поговорим об этом.

YouTube имеет значительно большую аудиторию, но с бесплатным аккаунтом там можно размещать ролики длительностью не более 15 минут. В действительности, именно короткие видео имеют больше шансов стать вирусными, т.е. получить быстрое распространение по интернет-аудитории за короткое время.

YouTube позволяет монетизировать видеоролики: вы можете размещать рекламу и получать деньги за количество людей, которые смотрят ваши видео.

Vimeo позволяет загружать видео очень большой длины, но там аудитория гораздо меньше и нет рекламы, поэтому монетизация описанным выше способом невозможна.

Так что подумайте, какой из этих видеохостингов подходит для ваших целей, и начните использовать какой-нибудь один. Я использую оба – в зависимости от моих потребностей. Давайте покажу вам несколько примеров.

Для моих астрологических лекций иногда очень подходят короткие видео, – так гороскопы проще рассматривать. Я размещаю их на YouTube, предварительно разделяя один большой ролик на части. Если вы видели мои учебные презентации, то вот эти фрагменты как раз соответствуют отдельным слайдам: введение, первый раздел, второй раздел и т.д. Я их специальным образом нумерую и знаю, что за чем идёт. Такие короткие ролики смотрит гораздо больше людей.

Также я хотела опубликовать все часовые аудио-выступления с ESR симпозиума, который проходил в прошлом году. Я сделала один час с выступлением Жизель Терри и час – с Гленом Перри. Остальные выступления не было времени нарезать, и я действительно не знаю, как сделать из них видео без заранее известной структуры. Конечно, можно было бы всё прослушать, определить обсуждаемые темы и дать соответствующие имена отдельным роликам. Но я просто залила файл как есть и дала людям ссылку, чтобы все желающие могли послушать конференцию полностью.

Эти длинные видео не стали вирусными, ведь их нельзя посмотреть быстро, на одном дыхании. Но давайте будем честными, обучающий ролик по продвинутой интерпретации натальных карт в принципе не может быть вирусным. Этого просто не произойдёт, потому что нас тут, например,

в астрологическом сообществе Соединённых Штатов всего 3000 человек. Ну, и в других странах мира примерно столько же. Тем не менее, Vimeo стал бы хорошим местом для размещения объёмных видеороликов, потому что доступ к ним есть со всех уголков Земли.

Помимо этого, я давала интервью в этом году: была на странном шоу Бена Бернштейна, была у Хизер Шоу. Ходила и снимала много видео, потому что иногда проблематично получить этот контент на чужих передачах (даже в виде аудио-архива). Плюс я не знаю, что может случиться с чужими каналами в долгосрочной перспективе, – вдруг их закроют. Таким образом, я брала предоставленные мне аудио-интервью и выкладывала их полностью на мой сайт, вместе со старой рекламой, которая крутилась тогда на этих радио-шоу. Но потом я с помощью Movie Maker делала из этих файлов видео и загрузила на Vimeo. Теперь они уже навечно на моём сайте. И я могу предлагать их к просмотру всем друзьям. И мне не нужно беспокоиться о режиссёрах, которые снимали меня в передаче, потому что это уже переработанный материал. Я спокойно даю людям ссылку на своё видео. Таким образом, я за раз решила кучу проблем.

Синергия

Нам нужны люди, чтобы объединяться в группы.

Астрологический бизнес – это огромная отрасль. И если

я не дам вам пошаговую инструкцию, как продвигать себя в ней, то вам будет труднее заставить себя что-то делать и двигаться вперёд. О боже, как же мне сделать всё это?

Сначала надо выяснить, как работать умнее, а не как работать больше.

Разве мир рухнет завтра без астрологии? Действительно ли миру нужна ещё одна плохая книга по астрологии? Кому нужен ещё один плохой астрологический блог? Не пишите посты только ради того, чтобы написать (если вдруг вам почему-то кажется, что вы должны это делать). Надо не просто генерировать контент, а создавать убедительный, вдохновляющий контент. Лучше вещать кратко и ёмко, чем многословно и бесполезно.

Почему бы нам не поделиться своими талантами? Ведь мы все в этой сфере вращаемся. Угадайте, в чём её потенциал? Давайте не конкурировать и не дублировать друг друга, а делать что-то вместе.

Если вы посмотрите на демографические показатели маркетинга, такие как образ жизни, здоровье, устойчивые интересы... Кто эти люди, которые делают те же вещи, что и вы? Которые хотят потреблять пищу, в которой нет нефтехимии. Всё это выставлено на всеобщее обозрение. Некоторые вещи

трудно увязать между собой. Но, например, есть люди, которые хотят пользоваться продуктами, не содержащими животных компонентов. И они связаны с людьми, которые ходят на иглоукалывание и массаж. И астрология тоже коррелирует с этой группой. Потому что все они заинтересованы в саморазвитии.

Астрология – один из самых быстрорастущих рынков Соединенных Штатов, даже во времена безумной монетарной политики. И он продолжает расти примерно на 5-10% в год. Потому что люди устали. Они устали и хотят воспринимать реальность по-новому. И у нас есть возможность повести их по этому пути, дать им в копилку ещё один инструмент.

В настоящее время этот рынок монетизируется где-то на порядка 450-500 млрд. долларов в год и имеет рост около 38-40%. Я дам вам всю статистику, можете использовать её в своей статье. И помогайте расти любому, кто придёт к вам. Я имею в виду 60 млн. жителей США, которые являются потенциальными клиентами астрологов.

Окей, давайте посчитаем: сколько нас на этой конференции? Зарегистрировалось 864 человека, я проверила на прошлой неделе. Окей, сколько профессиональных учёных в Соединённых Штатах? Пара тысяч реально хороших специалистов. Итак, пара тысяч и 60 миллионов. Получается 30

тыс. клиентов на одного астролога.

Если мы считаем друг друга конкурентами, если мы выбиваем друг друга из нашей сферы, то это сильно вредит нашей коллективной способности трудиться над одной идеей. Так стыдно...

Нам нужно вместе заявить о намерении работать в одном сообществе. Это моя маленькая проповедь на сегодня. Для меня это вдвойне грустно, у меня стеллиум планет в Деве.

Нам нужно навести порядок у себя в голове. Все инструменты у нас под рукой. Чтобы сейчас выйти из этой аудитории и пойти по единому новому пути.

Как-то мы с вами смотрели, какое место в рейтинге Google занимает ключевое слово "астрология". И там сначала был такой низкий, низкий, всё время низкий плавающий график, а потом вдруг резкий скачок в январе 2011 во всём мире, и затем снова постоянный спад. Видели вы это или нет? Но Google действительно зафиксировал такую реакцию.

● astrology

Поисковый запрос

Соединенные Штаты ▼

Динамика Популярности

Давайте теперь подумаем, что мы можем с этим сделать. Если мы действительно объединим наши коллективные усилия и начнём регулярно хорошо делать нашу работу, то мы изменим отношение людей к астрологии. Может, не сегодня, может быть, завтра, но это вполне реально в период продолжительности моей жизни. Мне, кстати, 40 лет, а некоторым нашим студентам – 20-25 лет.

То, что я сейчас говорю, – очень важно для меня. То, что нас останавливает, – это мы сами. Так что, народ, который вливается в нашу сферу, – давайте объединяться! Потому что ни я, ни какой-то другой отдельно взятый специалист не может в одиночку развивать такую глобальную науку. У любого из нас нет никаких причин пытаться делать всё самостоятельно. А вот вместе мы можем многое, и нет смысла эту коллективную возможность упускать.

Никто не скажет вам: "Ты не сможешь". Нет тут такой иерархии, чтобы кто-то мог диктовать, кому можно, а кому нельзя. Так почему бы нам не взять бразды правления в свои руки? Мы просто сами не используем эту возможность.

Всё, конец проповеди. Создавайте контент для чужих сайтов, а не только публикуйте всё у себя. Обменивайтесь ссылками с другими практикующими астрологами в своей соб-

ственной партнёрской сети.

Я всё ещё работаю над запуском партнёрской программы, где умельцы делают свечи, делают украшения, а я их рекламирую, и они просто отстёгивают мне небольшой процент от продаж. Такого рода сотрудничество отлично работает. И если у вас уже есть какие-то свои наработки, то подумайте о том, как создать больше резонанса, как сделать больше "кругов на воде".

Шаг 4. Создав

Расширяйте свой соц

- микроблоги - Twitter
- нетворкинг - LinkedIn
- видеохостинг - YouTube
- фотохостинг - Flickr
- слайдхостинг - SlideShare
- радиохостинг - Blip.fm
- хранилище ссылок - Dribbble
- источники новостей - NewsGator
- веб поиск - StumbleUpon

Сторонние сервисы

Если вы чувствуете, что у вас накоплен определённый багаж, но вы можете контролировать ещё и другие области деятельности, то делайте больше.

Есть куча сайтов, например, фотохостинг [Flickr](#), где можно размещать сделанные вами фотографии. Не совсем уверена, как это можно использовать для астрологии, но если вы творческая личность, то научите и кресло летать.

Можете загрузить на [SlideShare](#) свои презентации, сделанные в PowerPoint. Так же, как YouTube позволяет вставлять видео к себе на сайт, так же вы сможете размещать и презентации – в удобном для читателя виде. Это совершенно новый сервис, и я бы сказала, что очень много женщин используют его. Так что это хорошее место, где можно познакомиться с потенциальными клиентками. Это реально новый сервис, у меня даже не было возможности подробно его изучить и понять, как это работает.

Социальное радиовещание в [BlogTalk](#) – отличное место для тех, кто хочет создать своё радио-шоу, но не знает как. Где-то есть книжка, как это всё настроить и срежиссировать. Поговорите с Джеки и скажите, что бы вы хотели записать в виде подкаста. Если вы медийная персона, и вам нравится вещать на публику голосом, то можете заняться этим вплот-

ную. Раз в неделю можно принимать в эфире звонки от клиентов и, отвечая на их вопросы, демонстрировать свои астрологические навыки.

[Del.icio.us](#) – это агрегатор ссылок, где можно хранить все свои браузерные закладки, – списки избранных астрологических сайтов.

Социальные новости [Digg](#) – это когда вы размещаете свои материалы в новостном агрегаторе. [Reddit](#) – это коллективный блог, где обсуждаются любые новости. С этих сайтов можно получить много трафика, если поделиться там полезной ссылкой и инициировать массовое обсуждение.

Про [Yelp](#) (агрегатор услуг) мы уже говорили, так что я пропущу его. Я сейчас пытаюсь немного ускориться, потому что знаю, что мы это уже проходили. А сейчас надо сконцентрироваться на ваших целях.

Часть 10. Оценивайте и учитесь

Это последний раздел презентации. О боже, она вобрала в себя весь материал, который я делаю; разложила всё по порядку.

Что ж, я дала вам стимул для начала. Выполните шаги из первого раздела лекции, если вы поняли его. Потом можете приступить ко второму разделу. Необязательно делать всё с

начала и до конца. Можете сделать одно задание из первого раздела, одно из второго, одно из третьего и затем двигаться дальше. Но эту последнюю часть для отслеживания вашего прогресса попробуйте всё время держать в голове, чтобы привыкать измерять свои показатели.

Шаг 1. О

Оцените эффект
ориентир, куда



Это мои цели. Это то, что я делала, и то, что происходило после моих действий. В этом есть разница. Без измерения эффективности своей деятельности вы будете просто часами сидеть в Facebook при полном отсутствии клиентов. А это плохой вариант расхода вашего времени. Это, конечно, может быть очень весело, если вы большой фанат Facebook, но дохода вам не принесёт.

Что я измеряю

Измеряйте свои цели!

- Как много пользы вы охватили?
- Сколько людей стало клиентами?
- Какие ещё у вас цели?

Итак, приступим к метрикам: как измерять показатели? Какие из них эффективны, а какие нет? Как понять, что вы делаете что-то не так?

Что мы измеряем? – Целевые показатели.

Здесь подразумевается, что вы уже знаете свою нишу. Вы должны чётко определить для себя, чем вы уже занимались, и принесло ли это результат? Что нужно отслеживать теперь, чтобы увеличить вашу аудиторию настолько, насколько это возможно?

Можно смотреть показатели за короткий период. Или потратить много времени на изучение задач, в которые лучше всего инвестировать свои ресурсы в следующие 6 месяцев. Вы начнёте больше говорить о преобразовании своей аудитории в клиентов, и именно этот вопрос окажется в центре внимания, – как люди становятся клиентами. Вы получили новый приток клиентов, потому что предприняли какой-то особенный шаг? Или можно поставить перед собой любую другую цель, которая имеет смысл для вашего маркетинга и бизнеса.

Измерить можно всё, что угодно, если вы знаете, что именно вы измеряете. Таким образом мы получаем стати-

стику, которая помогает мониторить нужные показатели.

Шаг 2. Устано

- Установите Google
- Настройте аккау
- Настройте аккау
- Посетите Hubspot
- Создайте аккаунт

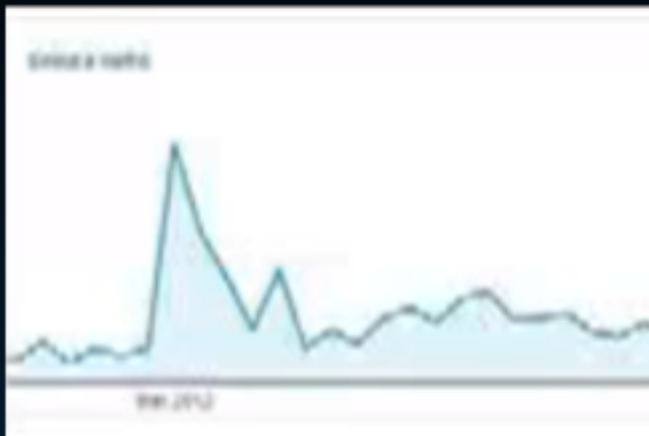
Есть много инструментов, которые для этого используют, в т.ч. куча бесплатных способов. Заметьте, как я продолжаю пиарить бесплатные штуки, потому что их действительно очень много. И вам совсем необязательно искать платные решения. Даже я предпочитаю то, что бесплатно. На данном этапе используйте то, что вы можете сделать самостоятельно.

Google Analytics

Установите Google analytics, это бесплатный инструмент. Просто подключите его к своему сайту, и он предоставит вам все виды статистики о том, откуда люди приходят к вам.

С помощью сайтов Alexa, Site Meter, Hubspot, Klout, Facebook и Yelp я могу показать вам некоторые примеры. Кто из вас знаком с Google Analytics? Окей, это великолепный инструмент для отслеживания интернет-активности вашего сайта. Он срабатывает каждый раз, когда на одну из ваших страниц приходит входящий трафик.

Google Analyti



- Отслеживайте ин
- Смотрите, откуда
- Выясните, по каки

В своём блоге я тоже отслеживаю трафик. В начале каждого месяца – март, апрель, май... видно, какой свежий контент там появился и насколько хорошо он повлиял на продажи, – от этого будет зависеть высота графика. Если бы я занималась публикациями 3 раза в неделю, то у графика был бы совсем другой вид: всё бы шло довольно ровно, и линии не опускались бы слишком резко, как на кардиограмме.

Вот почему говорят, что надо писать посты как минимум раз в неделю. Потому что люди тогда чаще возвращаются к вам на сайт и проводят там больше времени, и объём данных для ваших целей автоматически увеличивается. Чем больше трафика вы получаете – тем выше рейтинг ваших страниц.

Если бы у меня не было такой аналитики, то я бы даже не подозревала, что происходит на моём сайте.

Давайте посмотрим, откуда приходит ваш трафик, из каких частей света люди открывают ваш сайт. Ко мне заходят из 75-85 стран, что-то вроде того. Увидеть это не так уж сложно. Но ещё круче – увидеть, кто читает ваш контент. А также выяснить, по каким ключевым словам люди находят ваш сайт. Большая часть трафика формируется, когда вы что-то публикуете на Facebook или отправляете в почтовой рассылке. Но некоторые переходы происходят, когда люди

что-то гуглят в интернете. И вам, конечно, захочется узнать, что именно они ищут. Потому что таким образом вы сможете создавать больше востребованного контента либо добавите больше ключевых слов¹⁴ в свои публикации, увеличивая таким образом их посещаемость. Либо вы сможете соответствующим образом подкорректировать описание своих страниц и правильно оформить раздел "Обо мне", – чтобы он больше отвечал пользовательским запросам. Подобные действия можно повторять регулярно, детализировать и дополнять описание страниц, если обнаружится, что ваш контент соответствует новым запросам пользователей.

Изучите, кто ссылается на ваш сайт. Если какой-то пользователь указал на своём ресурсе ссылку на вашу страницу, и оттуда пришло много трафика, то можете написать благодарственную записку или ответ в его блоге.

[Astrology.com](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#) | Category: Society & Culture
Resources: [astrology](#) [astrology](#) [free astrology](#) [astrology](#)

[Astrology Zone by Susan Miller](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#) | Category: Society & Culture
Resources: [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#)

[AstroDread](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#) | Category: Society & Culture
Resources: [free astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#)

[GaneshAdharma.com](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#) | Category: Society & Culture
Resources: [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#)

[Cafe Astrology](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#) | Category: Society & Culture
Resources: [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#)

[Astrology, DMY HANAMEDA & ZAR](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#)
Resources: [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#)

[Astrology Online](#)

★★★★★ (4.9) | [Visit Website](#) | Category: Society & Culture
Resources: [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#) [astrology](#)

[Jonathan Cainer's Zodiac Forecast](#)

Alexa и Site Meter

Что бы вы ни использовали – [Alexa](#) или [Site Meter](#) – это ещё один способ узнать, кто просматривает ваши страницы.

У Alexa есть система ранжирования, и она одна из лучших в мире. Если вбить там слово "астрология", то первым делом высветится [astrology.com](#), и это неудивительно. Далее идёт [Зона астрологии](#) Сьюзан Миллер, [Astrodiens](#)... а мы там все внизу рейтинга. Если кликнуть по каждому из этих пунктов, то выйдет более подробная информация об этих сайтах, откуда трафик к ним приходит. Так вы можете изучить своих конкурентов и увидеть, что делают другие люди. Для этого нужно набрать в поиске Alexa названия интересующих вас сайтов, и она выдаст вам всю информацию.¹⁵

Site Meter – это счётчик, который можно подключить к своему сайту. Он показывает некоторую операционную статистику. Вообще, он бесплатен, но есть также платная версия. Но на начальном этапе нет надобности её покупать, пока вы не научитесь этим пользоваться.

Hubspot и Klout

Есть и другие инструменты, о которых я говорила, например, [Hubspot](#). Для начинающих это отличный ресурс. Если вы собираетесь заняться интернет-маркетингом, то неизбежно будете сталкиваться с людьми, которые тоже вращаются в этой среде. Hubspot создали свою собственную "библию"

маркетинга и научились действительно хорошо использовать инструменты продаж. Они раздают отличный бесплатный материал – электронные книги и вебинары. И дают как минимум месяц, чтобы вы послушали все темы, которые вас интересуют. Помимо этого, они дают много другой подробной информации.

У Hubspot много статистических инструментов, которые можно подключить к себе на сайт и увидеть, как он функционирует (по разным категориям): как выглядит аналитика вашей Twitter-ленты, насколько успешны ваши маркетинговые акции. Просто подключаетесь и смотрите. Вам представят все варианты просмотра статистики.

HubSpot



HubSpot All-in-one Marketing Software

Marketing software solutions you need to manage everything that connects with leads and drive customer growth.

- ✓ **Get Found** - Help prospects find you.
- ✓ **Connect** - Nurture your leads and drive sales.
- ✓ **Analyze** - Measure and optimize your performance.
- ✓ **Integrate** - Access the marketing tools you already use.

People Who Like Your Page (Demographics and Location)

Gender and Age

Это раздел "Демография" моей Facebook-страницы, о которой я рассказывала. Каждое действие, произведённое пользователями, отражается в этом графике. Например, здесь можно увидеть, что публикацию про астрологические формулы посмотрело 25% читателей в возрасте 25-44 года. И я знаю, что 82% всех моих подписчиков – это женщины.

Вот посмотрите, – я имею в виду, посмотрите на людей, сидящих в этой аудитории: здесь соблюдается тот же баланс мужчин и женщин. Но в перспективе задача маркетинга – выровнять этот перекос.

Моё Солнце в соединении с Венерой, и поэтому я всегда в окружении женщин. Видимо, моя миссия – сосредоточить своё внимание и энергию там, где их больше. А мальчики пускай сами позаботятся о себе. Неплохой план (смеётся). Эта тенденция часто прослеживается в моей жизни, и мне даже интересно, почему судьба всё смоделировала так, а не иначе, – что у меня нет клиентов-мужчин.

Что для меня действительно круто, – даже не то, что Эрик присутствует на моей лекции в окружении женщин, а то, что я стою сейчас перед вами и разговариваю на темы, которыми женщины в принципе не очень интересуются. Я имею в виду презентацию на тему маркетинга. Что ж, так или иначе, это

мой случай, поэтому я и рассуждаю о таких вещах.

А вам надо знать, где находится ВАША аудитория. И чем и как она может помочь вам закрепиться в своей астрологической нише. В этом вам поможет [Klout](#). Он предоставляет разную статистику, я люблю с ней играть, потому что она помогает увидеть, что я делала в определённый день, и какой от этого был эффект.

Klout ещё достаточно молодой, запустился не так давно. И они всё ещё изучают интернет-рынок. Не думаю, что на данный момент их статистика измеряет истинное влияние социальных сетей, потому что они анализируют только личные страницы, а не бизнес-профили. Кроме того, они позволяют добавить только один Twitter-аккаунт, а для таких людей, как я, это неудобно. Я управляю Twitter-лентами пяти человек плюс у меня есть и собственные страницы. Их данные не совсем отражают мою способность делать масштабную работу, и для них это пример, как нужно доработать их продукт.

Но вы всё равно обязательно подпишитесь на бесплатные материалы, которые они отправляют по почте. Чем больше там будет астрологов – тем лучше разовьётся наша сфера. Klout поможет вам определиться с дальнейшей стратегией. Ведь вам не нужны множественные аккаунты, которые есть у меня.

Шаг 3. Продол

- Повышайте свою
- Изучите правила (и основы маркетинга)
- Тестируйте виджеты и элементы страницы для таргетинга
- Запускайте рекламу в Facebook Ads и др.
- Продавайте услуги
- Наймите консультанта

Продолжайте развиваться

Ну что ж, это мой последний слайд по маркетингу. Если вам кажется, что это не огромная сфера деятельности, то я должна вам сказать, – у меня магистерская степень по этой теме. Я долгое время посещала учёбу, а на сегодняшнюю лекцию мне выделено всего 3 часа. 3 часа – это совсем не много, поэтому я старалась дать вам всего помаленьку. Если у вас есть желание вникнуть в эту тему гораздо серьёзнее, то надо продолжать учиться, посещать маркетинговые семинары.

Ещё одна вещь, которой вам нужно научиться, это SEO (Search engine optimization – поисковая оптимизация), – набор знаний о том, как на своём сайте использовать ключевые слова, как повышать показатели онлайн-статистики.

Боже, что такое 3 часа... Помимо этого, вам надо тестировать виджеты для прямого контакта с клиентами, создавать различные посадочные страницы для различных видов рекламных кампаний. А также посадочные страницы в Facebook и Twitter, чтобы запускать рекламу, адаптированную под эти соцсети. Смотреть, как те или иные инструменты работают; как ваши читатели реагируют на разные сообщения, и какие из этих сообщений привлекают к вам больше клиентов.

Естественно, надо попробовать и платные маркетинговые кампании; мы немного поговорили о Facebook Ads. Эта рекламная платформа стала для меня первой, прежде чем я окунулась в большой мир Google Ads. И все эти маленькие всплывающие окошки, когда вы заходите в Google, – знаете, это платная реклама. И если вы оплатите это рекламное место, то и ваше имя появится там. Всё это необходимо делать, если вы действительно хотите нарастить свою клиентскую базу в интернете. Но не советую вам заниматься платной рекламой, пока вы не сделали всё остальное. И даже в этом случае надо готовить рекламные компании очень осторожно, чтобы от них действительно был толк.

Однажды вы доживёте до того момента, когда уже начнёте рассматривать возможность найма работников, которые возьмут на себя часть всей этой работы. Ведь если вы не маркетолог, то вам придётся много читать, а денег вы из-за этого будете получать меньше, потому что сил на основную деятельность останется мало. Если вы всё-таки решите создать собственный сайт, то без веб-мастера вам придётся изучать HTML, а эти технические моменты очень трудно даются людям, не имеющим инженерного образования. Если вы будете выполнять всю работу сами, то это сильно усложнит ваши продажи и создание контента.

Огромный потенциал продаж заложен в публикации ва-

ших электронных книг, в распространении своих аудио- и видео-уроков. Ещё один отличный способ продвигать свой контент, – это выступать в рамках мероприятий в Международной астрологической [академии](#) Кеплера или астрологической школы [Авалон](#). В данный момент есть много разных мест, с которыми можно поработать, встретить там единомышленников и скооперироваться с ними. Весь этот путь вы будете выстраивать самостоятельно.

Окей, если вам нужно больше информации, подписывайтесь на мою рассылку, если вы этого ещё не сделали, и я вам вышлю бесплатные материалы. А копии аудио-лекций можете попросить у Эрика.

Здесь указан мой номер телефона, так что в рамках этой конференции можете позвонить мне или написать сообщение. Я пока здесь, и я действительно хочу убедиться, что вы ушли с лекции с большим объёмом полезной информации, которую можно успешно применить на практике. За эти 3 часа вы действительно получили тонну информации.

Я всегда боюсь, когда во время долгой лекции у людей глаза стекленеют... А когда они наконец переварят эту информацию, то потом приходят и говорят: "Эй, Донна, а как насчёт вот этой штуки?" Вы спрашивайте – и я вам сразу отвечу. Это неотъемлемая часть учебного процесса.

Один урок не изменит вашу жизнь, но он даст старт большим изменениям. Поэтому мы можем продолжить дискуссию через диалог. Так что, если вам понадобится, найдите меня онлайн, или просто погуглите на тему маркетинга, – это поможет вам в построении астрологического бизнеса.

Сейчас я спокойно справляюсь с наплывом клиентов, и не все они из интернета. Приходят не только по "сарафанному радио", но и благодаря холодным звонкам. Так что это вполне возможно – запустить астрологическую практику.

В качестве примера можете посмотреть [Марию ДеСимоне](#). Не знаю, знакомы ли вы с ней, она живёт в Нью-Йорке, у неё огромная клиентская база – только благодаря работе, которую она проделала в интернете. Так что, можете и вы приступить к созданию своего бизнеса таким же образом.

Notes

[

←1

]

Klout прекратил своё существование в 2018 году. В качестве альтернативы можно воспользоваться [Hootsuite](#) (прим. переводчика)

[

←2

]

Hubspot изначально разрабатывалась для западного рынка, поэтому русскоязычной версии у этой системы ведения учёта клиентов нет.

[

←3

]

Перечисленные на картинке CMS слишком сложны для людей без технических навыков. Среди русскоязычных пользователей самыми популярными являются конструкторы сайтов [Tilda](#) и [Wix](#), у которых есть бесплатные тарифы

[

←4

]

PayPal – международная платёжная система, которую вы можете подключить к своему сайту и принимать оплату в валюте от клиентов по всему миру. Внутри страны можно использовать платёжные системы, предоставляемые банками второго уровня, или подключить агрегатор типа [ЮMoney](#), который совмещает в себе сразу несколько платёжных систем, и клиент ваш может выбрать из них ту, которая ему наиболее удобна

[

←5

]

В тропической астрологии Донна Вудвелл [является Де-](#)

вой, но в сидерической она типичный Лев. И это, кстати сразу заметно по её громкому голосу, раскованности и экспрессивной мимике (прим. переводчика)

[
←6
]

Речь, видимо, о приложении iMovie в MacOS (прим. переводчика)

[
←7
]

Yahoo каталог завершил свою работу в 2014 году. Для русскоязычных компаний он не подходит, лучше использовать Яндекс.Услуги. Если у вас есть собственный офис, то можно добавить координаты и описание вашей компании в 2ГИС и Google Business. На этих сайтах ваши клиенты могут найти вас и оставить отзывы о вашей работе (прим. переводчика)

[
←8
]

В русскоязычном мире для этих целей больше подходит сервис 2ГИС: там вы можете разместить адрес вашего офиса и всю информацию о вашем бизнесе. Т.к. по клиентскому взаимодействию функционал Yelp в чём-то схож с 2ГИС, то политика отзывов там скорей всего аналогичная и не допускает накрутки (прим. переводчика)

[
←9
]

MailChimp подходит для русскоязычных пользователей, но там нет поддержки русского языка, поэтому перевод служебных сообщений придётся делать вручную. В качестве альтернативы можно использовать [Unisender](#) и [Sendpulse](#), там есть бесплатные тарифы (прим. переводчика)

[
←10
]

Кроме указанных сервисов для проведения мероприятий можно упомянуть русскоязычный [Timepad](#) (прим. переводчика)

[
←11
]

[Google+](#) прекратил своё существование, как соцсеть, в 2019 году. Для продвижения авторского и консультационного бизнеса сейчас больше подходит не [Facebook](#), а [Instagram](#) и [ВКонтакте](#)

[
←12
]

В данный момент Facebook позволяет бизнес-страницам присоединяться к сообществам и проявлять там активность

от своего имени. Главное чтобы администратор сообщества одобрил ваше вступление туда (прим. переводчика)

[
←13
]

Twitter очень популярен на западе, а в русскоязычном пространстве его формат малоэффективен для продвижения бизнеса (прим. переводчика)

[
←14
]

Ключевые слова, описывающие содержимое веб-страницы, уже не используются поисковыми системами для индексирования страниц, потому что недобросовестные веб-мастера использовали ключевые слова, не имеющие общего с контентом страницы, что, однако, позволяло им повысить рейтинг сайта в интернете (прим. переводчика)

[
←15
]

Alexa и Site Meter уже прекратили своё существование, в качестве альтернативы можно использовать [SimilarWeb](#) (прим. переводчика)