



Библиотека успешного партнера

Рассылка успешного партнера

Основы создания многотысячной подписной базы для заработка на партнерах

Рассылка успешного партнера
Основы создания многотысячной подписной базы для заработка на партнерах

Библиотека успешного партнера



Dmitry Pecherkin

Дмитрий Печеркин www.biblioteka-partnera.ru

Изучите этот бесплатный видеокурс прежде, чем читать книгу



*Посмотрите 3 часа видео, чтобы усвоить
информацию из этой книги в полном объеме!*

**[Нажмите сюда, чтобы получить
видеокурс бесплатно прямо сейчас](#)**

Оглавление

Коротко об авторе и книге	4
Важная информация о книге	5
Введение.....	6
Как выбрать тематику рассылки для продвижения партнёрских продуктов?	8
Как спланировать рассылку под партнёрский продукт?.....	13
Пошаговая инструкция по регистрации на сервисе рассылок	22
Как создать эффективную страницу подписки?.....	23
Не единой страницей подписки... ..	30
10 эффективных способов набора подписной базы	33
Комплект интеллект-карт по наращиванию подписной базы и работе с подписчиками	40
Секреты успешных продаж партнёрских продуктов	41
5 прибыльных возможностей для дальнейшего развития.....	49
Основные ошибки при создании рассылки и работе с подписчиками	54
Заключение	57

Коротко об авторе и книге



Дмитрий Печёркин является специалистом по продаже информации в сети Интернет.

За его плечами не один десяток успешных релизов информационных продуктов, как своего изготовления, так и других авторов.

Основная деятельность - обучение построению информационного бизнеса на своих и чужих инфопродуктах.

Онлайн-предпринимательством занимается с 2009 года. Имеет опыт выступления в качестве спикера на конференции "Практика партнёрского маркетинга" в

Москве.

Владелец коммерческих онлайн-проектов:

- [«Секреты инфобизнеса от Дмитрия Печёркина»;](#)
- [«Все про партнерки \(партнерские программы\) инфопродуктов»;](#)
- [«Все о реселлинге \(бизнесе на правах перепродажи\) инфопродуктов»;](#)
- [«Бесплатные обучающие курсы в режиме онлайн!»;](#)
- [«Прием оплаты и партнерка за 57 минут!»;](#)
- [«10 шагов к прибыльному бизнесу на Google AdSense».](#)

Данная книга входит в состав его нового проекта под названием «Библиотека успешного партнёра». В рамках этого проекта вы сможете получить серию книг по заработку в партнёрских программах. Одна из этих книг сейчас находится в ваших руках.

Если вы хотите получить остальные книги в рамках серии, нажмите на ссылку

[Нажмите сюда, чтобы получить серию книг](#)
[«Библиотека успешного партнёра»](#)

Важная информация о книге

Несколько важных моментов, прежде чем мы с Вами начнём.

Замечание #1. В книге отражено мнение автора и его личный опыт, которые могут не совпадать с мнением и опытом читателя.

Автор этой книги не несет ответственности за действия, которые будут выполнены читателем после её прочтения, а также за неверную интерпретацию её содержания. Читатель книги принимает ответственность за использование её материалов на себя.

Замечание #2. Ваши права на книгу

Данная книга является урезанной демо-версией полной книги, которую Вы сможете получить в комплекте [«Библиотека успешного партнёра»](#).

С этой демо-версией вам разрешается делать всё что угодно: читать, распечатывать на принтере, отправлять по почте своим друзьям и знакомым, выкладывать на своих сайтах и блогах, давать бонусом за подписку на вашу рассылку, раздавать подписчикам в очередном выпуске рассылки и т.д.

Единственное, что вам запрещено – это продавать извлекать из нее коммерческую выгоду (продавать за деньги и прикладывать бонусом к коммерческим предложениям).

Замечание #3. Вы можете не просто раздавать эту книгу, но еще и заработать деньги на её распространении. Все подробности [смотрите на этой странице >>](#)

Замечание #4. Данная книга предназначена для тех людей, которые уже имеют некоторое понятие о заработке в партнёрских программах. Если вы впервые слышите об этом виде онлайн-предпринимательства, то многие моменты из книги вам будут просто-напросто непонятны!

Поэтому в обязательном порядке перед прочтением книги изучите бесплатный видеокурс [«3 базовых стратегии заработка в партнёрских программах инфопродуктов»](#).

Там вы получите все вводные сведения по теме и сможете полноценно усвоить информацию из этой книги.

Введение

Недавно я запустил новую рубрику в рамках своего проекта, посвященного заработку в партнёрских программах. Рубрика называется [«Интервью с авторами партнёрок»](#). Там я задаю авторам партнёрских программ различные вопросы, один из которых звучит так:

Кого бы вы с радостью хотели видеть в числе своих партнёров? Кто, по вашему мнению, мог бы стать действительно успешным партнёром в рамках вашей партнёрки?

Удивительно, но ответы всех без исключения авторов партнёрских программ сводятся всего лишь к трем характеристикам, которые, по их мнению, присущи настоящему успешным партнёрам.

Характеристика #1. Успешный партнёр должен быть специалистом в контекстной рекламе.

Действительно, это один из самых быстрых способов заработать в партнёрских программах. Но он также является одним из самых рискованных. Я обычно сравниваю его с инвестированием.

Данный способ подвластен далеко не каждому, так как он тесно связан с аналитическим складом мышления, способностью анализировать массу разных параметров в рекламных кампаниях и умением быстро принимать решения. Подробнее об этом способе читайте в книге [«Партнёр-Инвестор»](#).

Характеристика #2. Успешный партнёр должен быть владельцем высокопосещаемого тематического ресурса

Неважно, какой это ресурс – сайт, блог или форум. Самое главное, чтобы данный ресурс ежедневно посещало несколько сотен, а то и тысяч представителей целевой аудитории покупателей партнёрского продукта.

Например, для автора продукта по садоводству очень хорошими партнёрами являются владельцы сайтов и блогов, посвященных садоводству и так далее.

Для того чтобы создать и раскрутить подобный ресурс до высокой посещаемости, требуются месяцы и годы работы. Но, в конечном итоге, это окупается с лихвой, потому что способов монетизации таких ресурсов, помимо партнёрских программ, существует ещё великое множество...

Подробнее об этом читайте в книге [«Сайт успешного партнёра»](#).

Характеристика #3. Успешный партнёр должен быть владельцем крупной тематической почтовой рассылки

Данная характеристика является одной из самых значимых для авторов партнёрок. Именно владельцев популярных тематических рассылок они хотят видеть, прежде всего, в числе своих партнёров.

Для примера, мне, как автору нескольких рассылок, чуть ли не ежедневно поступают следующие письма:



В них авторы продуктов просят разместить их рекламу в моей рассылке, обещая до 50% комиссионных с продаж.

Вы только представьте... Мне не нужно заниматься поиском подходящих партнёрок, на которых можно заработать. Мой аккаунт в службе поддержки и без того завален коммерческими предложениями. И я всегда могу выбрать из них те, которые мне наиболее всего подходят (и при этом получить повышенные комиссионные).

В данной книге я расскажу вам, как добиться тех же результатов. Вы узнаете, как создать рассылку в выбранной нише, набрать базу подписчиков и эффективно продавать по этой базе партнёрские продукты, зарабатывая при этом до 50% комиссионных.

Информация из этой книги поможет вам стать по-настоящему успешным партнёром и, если у вас будет такое желание, плавно перейти к созданию собственных информационных продуктов (что существенно повысит количество зарабатываемых вами денег).

Читайте книгу внимательно и внедряйте полученную информацию прямо сейчас!

*С уважением, автор книги,
Дмитрий Печёркин*

Как выбрать тематику рассылки для продвижения партнёрских продуктов?

Более подробно о выборе партнёрских продуктов я писал в книге [«Та самая партнёрка!»](#). Сейчас я пробежусь по этой теме очень кратко и лишь сделаю упор на тех моментах, которые не рассмотрел в книге. Но, для начала, несколько мотивационных снимков из моих партнёрских аккаунтов.

Посмотрите на эти скриншоты. Все эти деньги были заработаны путем рекомендации различных партнёрских продуктов в моей рассылке, при этом, для того чтобы заработать каждую из этих сумм, я потратил не более часа своего времени.

Точно так же и другие владельцы крупных почтовых рассылок тратят сравнительно немного времени на рекламу партнёрских продуктов и зарабатывают в разы больше комиссионных, чем партнёры, использующие другие виды рекламы.

Период	Количество переходов	Количество заказов						Заработано
		Наложный платеж (плюс заказы с курьерской доставкой)				Предоплата		
		Неподтвержденные	Оплаченные	Неоплаченные	Всего	Оплаченные	Неоплаченные	
Сегодня	1	0	0	0	0	0	0	0
Вчера	4	0	0	0	0	0	0	0
За текущий месяц	152	0	0	0	0	2	0	407.60 руб
За прошлый месяц	180	0	0	0	0	0	0	0
За все время	11440	6	34	12	46	327	478	86125.07 руб

Привлечено партнеров	Заработано на партнерах	Заработано на клиентах	Заработано всего
201	9002.56 руб	77122.51 руб	86125.07 руб

Период	Количество переходов	Количество заказов						Заработано
		Наложный платеж (плюс заказы с курьерской доставкой)				Предоплата		
		Неподтвержденные	Оплаченные	Неоплаченные	Всего	Оплаченные	Неоплаченные	
Сегодня	3	0	0	0	0	0	0	0
Вчера	6	0	0	0	0	0	0	0
За текущий месяц	162	0	0	0	0	2	3	645.00 руб
За прошлый месяц	462	0	0	0	0	4	4	3575.00 руб
За все время	7082	0	35	8	43	65	69	94625.00 руб

Привлечено партнеров	Заработано на партнерах	Заработано на клиентах	Заработано всего
105	1715.00 руб	92910.00 руб	94625.00 руб


Рассылка успешного партнёра. Основы создания многотысячной подписной базы для заработка на партнёрах

Ваш заработок

- Заработано на клиентах **69758.13 руб.**
- На партнёрах **4956.24 руб.**
- Привлечено партнеров **243 человек**: [подробная статистика](#)
- Заработано всего **74714.37 руб.**
- Выплачено **67905.97 руб.**
- Осталось выплатить **6808.39 руб.**
- Максимально возможный заработок, если все заказы будут оплачены **74714.37 руб. + 24300.84 руб.**
- Прогнозируемый заработок **74714.37 руб. + 3081.79 руб.**

Ваш партнерский идентификатор (логин): **imibukars**

Ваша комиссия:

Процент по вашим заказам i	По заказам L2 i	По заказам L3 i	По заказам L4 i
 33% (Серебряный уровень)	5%	3%	2%

[Как перейти на следующий уровень комиссионных?](#)

Всего оплаченных заказов: **145** i

Привлечено партнеров второго уровня (L2): **180** i

Партнеров третьего уровня (L3): **45** i

Партнеров четвертого уровня (L4): **6** i

Заработано всего **104'916.60 руб.**

Сейчас на счете: **0.00 руб.**

20:50:15 03.08.2012	Печеркин Дмитрий	7275	1547.50 руб.	50 %	201
21:02:08 01.08.2012	Печеркин Дмитрий	7238	75.00 руб.	5 %	201
21:02:08 01.08.2012	Печеркин Дмитрий	7238	30.00 руб.	5 %	201

Количество: 250 на сумму: 185 910 руб.

Настройки фильтра:

Период	Количество переходов	Количество заказов						Заработано
		Наложный платеж (плюс заказы с курьерской доставкой)				Предоплата		
		Неподтвержденные	Подтвержденные		Всего	Оплаченные	Неоплаченные	
	Оплаченные	Неоплаченные						
Сегодня	15	0	0	0	0	0	0	0
Вчера	55	0	0	0	0	5	7	6616.00 руб
За текущий месяц	2518	0	0	0	0	19	22	22086.00 руб
За прошлый месяц	245	0	0	0	0	0	1	0
За все время	17644	0	29	12	41	36	83	184324.50 руб

Привлечено партнеров	Заработано на партнерах	Заработано на клиентах	Заработано всего
198	0	184324.50 руб	184324.50 руб

Вы тоже сможете повторить подобные результаты! И самое первое, с чего вам стоит начать – это выбор ниши для создания собственной рассылки, правильная её организация и работа над увеличением подписной базы.

Это требует времени, порой даже очень большого количества. Но зато потом – потраченное время и усилия окупаются хорошей прибылью 😊

Итак, как же выбрать тематику для будущей рассылки, которая будет приносить вам сотни тысяч рублей комиссионных?

Шаг #1. Определитесь с тем, чего вы хотите добиться в конечном итоге

Есть два основных способа ведения почтовой рассылки. Оба они, так или иначе, работают. На данном этапе, ещё до выбора тематики рассылки, вы должны определить для себя, чего именно вы хотите добиться в конечном итоге. От этого зависит то, каким способом вы будете вести рассылку.

Способ 1. Продажи на автомате

В этом случае вы создаете свою рассылку один раз и настраиваете её таким образом, чтобы она совершала продажи на автомате.

После подписки на такую рассылку подписчику приходит определенная серия автоматически отправляемых писем, которые дают ему бесплатный полезный контент + делают продажи платного партнёрского продукта.

Когда серия писем закончится, письма подписчику больше не приходят. Плюс, по своему желанию, вы можете либо периодически вручную отправлять ему какие-нибудь письма, либо со временем перейти на второй способ ведения рассылки.

Способ 2. Регулярное ведение рассылки

В этом случае вы не только настраиваете серию автоотправляемых писем, но и регулярно отправляете всем существующим подписчикам дополнительные письма. Иными словами, вы ведете свою рассылку, общаетесь с подписным листом, выстраиваете с ним доверительные отношения и... что-нибудь да продаете 😊

Этот способ потребует от вас больших затрат времени, чем первый, потому что нужно постоянно готовить новый контент для своих подписчиков.

Запомните! Если вы будете отправлять своим подписчикам только рекламу, то скоро вас перестанут читать. Поэтому вы должны на регулярной основе выдавать новую *бесплатную* информацию по теме своей рассылки.

Такой способ позволит вам выстроить хорошие отношения со своим подписным листом и в итоге продавать больше. Но в этом случае нужно самому быть специалистом в выбранной нише, иначе ничего не получится.

Никто не будет читать вас, если почувствует, что вы являетесь дилетантом и сами толком не разбираетесь в том, о чем пишете.

Шаг #2. Определитесь с тематикой рассылки (нишей)

Первый способ ведения рассылки можно использовать для любой тематики, даже для той, в которой вы сами не являетесь экспертом и которая вам мало интересна.

Поэтому, если вы хотите использовать именно этот способ, то можете выбрать любую нишу, в которой есть хорошие партнёрские продукты.

Второй способ ведения рассылки является более сложным, но и более перспективным. Остановимся на нем подробнее.

Чтобы вести рассылку данным способом, нужно, чтобы тема рассылки:

- вам нравилась, была вам интересна (иначе вы просто-напросто забросите рассылку уже через несколько недель);
- была вам максимально понятна, вы сами являлись в ней экспертом (ведь вам предстоит регулярно выдавать подписчикам ценный бесплатный контент);
- была монетизируемой (в ней должны быть партнёрские продукты, которые действительно продаются, то есть люди готовы платить за эту информацию).

Когда вы определите тематику, которая будет находиться на стыке этих трех условий – ваша рассылка будет приносить вам хорошие деньги.

Если интереса к теме у вас не будет – ничего не получится. Это как ходить на нелюбимую работу и заниматься там скучными делами. Интерес к теме – первостепенный двигатель вашего успеха!

Если тема вам не понятна, и экспертом вы не являетесь, то вам нечего будет выдавать своим подписчикам. Но тут есть одно исключение. Если при этом тема вам ИНТЕРЕСНА, то экспертность вы приобретете в кратчайшие сроки.

Сейчас в Сети полно информации по любой теме, поэтому приобрести экспертность вы сможете довольно быстро. Как минимум, купите те партнёрские продукты, которые вы потом будете продвигать, проштудируйте их, и вы - уже эксперт! 😊

Кстати, понятие экспертности у многих неправильное. Именно поэтому большинство людей и боится вести свою рассылку, уповая на то, что «я же ещё много чего не знаю!!!».

ВСЁ знать вовсе не обязательно. Никто не знает ВСЕГО. Вам достаточно знать больше, чем Ваши подписчики, и вы уже будете экспертом в их глазах!

Если тема не монетизируется, и платные продукты в ней просто не продаются, то зачем вам такая рассылка? Вы же хотите заниматься бизнесом, а не хобби!

Шаг #3. Определитесь с партнёрскими продуктами в нише

О том, как выбирать партнёрские продукты, читайте в книге [«Та самая партнёрка!»](#).

Если вкратце, то продукты должны быть качественными, их продающие тексты - хорошо работающими, а автор продуктов - честно выплачивающим комиссионные своим партнёрам.

Чтобы всё это проверить, нужно ещё до создания рассылки провести тестирование выбранных продуктов в системе «Яндекс.Директ» и проверить их продаваемость, так сказать, «в боевых условиях».

Для начала остановитесь на каком-то одном продукте, под который вы будете организовывать Вашу будущую рассылку. Потом, если у Вас будет на то желание, всегда можете начать рекламировать другой продукт.

Не стоит рекламировать сразу много однотипных продуктов, уповая на то, что подписчик сможет выбрать из них наиболее ему подходящий. Чем больше у него выбора, тем он больше будет колебаться, и тем выше будет вероятность, что в итоге не выберет ничего.

Просто выберите самый качественный и продаваемый продукт в данной нише и ссылайтесь на него, как на самый полный источник той информации, которая нужна потенциальному клиенту!

Шаг #4. Начинайте планировать будущую рассылку

После того, как вы определитесь с партнёрским продуктом, переходите к следующей главе. Там мы с вами будем планировать вашу будущую рассылку.

Как спланировать рассылку под партнёрский продукт?

Давайте немного остановимся и введем одно понятие, на основе которого мне более удобно будет доносить до вас всё, о чем будет говориться дальше.

Это понятие – «мини-курс».

Мини-курс – это специально настроенная последовательная серия писем, которая отправляется подписчику после того, как он оставит вам свои контактные данные (подпишется на вашу рассылку).

Понятие «мини-курс» отличается от понятия «рассылка». В классическом смысле, рассылка представляет собой периодически отправляемую информацию по какой-то теме. Например, новости крупной компании или новые статьи на блоге.

А вот мини-курс ориентирован на последовательное обучение вашего подписчика основам какой-то деятельности. Если он захочет пойти дальше этих основ, то более продвинутую информацию он найдет в платном партнёрском продукте, который вы будете предлагать в своем мини-курсе.

Понимаете смысл?

Вы даете бесплатные основы, которые подписчик может применить на практике и получить какой-то небольшой результат. Естественно, ему будет хотеться большего. Но для того, чтобы добиться большего результата, он должен пройти обучение по платному партнёрскому продукту.

Получается, что мини-курс служит своеобразной воронкой, которая призвана не только помочь подписчику решить какую-то его проблему, но и заинтересовать его в покупке платного продукта.

Именно планированием такого мини-курса мы и будем с вами сейчас заниматься.

Шаг #1. Определитесь со способом создания мини-курса

Есть 2 способа создания мини-курса.

*Способ #1. Выделите основную проблему потенциального покупателя партнёрского продукта, которую вы можете помочь ему решить **БЕСПЛАТНО** и создайте по ней полноценный мини-курс*

Платные партнёрские продукты, как правило, дают комплексное решение какой-либо глобальной проблемы подписчика.

Например, он хочет устроиться на высокооплачиваемую престижную работу. В платном партнёрском продукте рассказывается ОТ и ДО, каким образом это можно сделать при минимальных затратах времени и средств.

Но каждая глобальная проблема может быть разделена на ряд небольших проблем. Вот несколько из них – грамотное написание резюме, правильный имидж для прохождения собеседования, получение хорошей характеристики с прежних работ, проработка ответов на основные вопросы, которые могут возникнуть в ходе собеседования и т.д.

Куча проблем, одним словом!

Вы можете выбрать одну из них и очень подробно разжевать её в своем мини-курсе.

Способ #2. Дайте краткое комплексное решение глобальной проблемы

Есть и другой подход. Вы можете дать решение глобальной проблемы, не углубляясь в подробности и нюансы, которые дает платный продукт.

Например, по теме поиска работы вы можете дать несколько фишек по составлению резюме, несколько правил внешнего вида на собеседовании и т.д.

В своем мини-курсе вам нужно будет последовательно вести подписчика по всем этапам решения глобальной проблемы, но рассказывать о каждом этапе достаточно кратко.

Платный продукт в этом случае нужно позиционировать как углубленный разбор каждого из этих этапов, который поможет подписчику быстрее и безболезненнее решить его проблему. И не совершать при этом кучу ошибок, которые он мог бы совершить, отказавшись от покупки платного продукта.

Каждый из этих способов будет работать хорошо. Главное, чтобы вы в своем мини-курсе дали что-то, что ваш подписчик мог бы применить уже сейчас и получить некий результат!

Шаг #2. Определитесь со стратегией рекламы партнёрского продукта

Есть два способа рекламы партнёрского продукта в своем мини-курсе.

Способ #1. Дать рекламу сразу

После подписки вашему подписчику начинают приходить письма с бесплатностями. И параллельно с ними он будет видеть рекламу платного партнёрского продукта.

Каждый раз, открывая новое письмо от вас, он будет вспоминать, что есть ещё и платное продвинутое предложение по теме. Чем чаще он будет видеть рекламу, тем более будет склонен к покупке.

Используя этот способ, вы начнете зарабатывать комиссионные с самого начала построения вашей подписной базы.

Но у этого способа есть один существенный минус (который, кстати, можно и обойти, о чем мы ещё поговорим в дальнейшем на страницах этой книги).

Минус заключается в том, что у подписчика нет стимула заказать партнёрский продукт прямо сейчас!

Он всегда может решить отложить покупку на потом. И это «потом» с большой вероятностью не произойдет уже никогда...

Способ #2. Дать рекламу в виде специальной ограниченной акции

Используя этот способ, вы на начальном этапе набора первой 1000 подписчиков ничего не рекламируете. Подписчики получают ваш бесплатный мини-курс и остаются в вашем подписном листе. Никаких платных предложений вы им не отправляете.

Как только ваша база вырастет до 1000 подписчиков и более, вы пишете следующее письмо автору выбранного вами партнёрского продукта:

=====

ИМЯ_АВТОРА, здравствуйте!

Меня зовут ВАШЕ_ИМЯ. Я – владелец почтовой рассылки НАЗВАНИЕ_МИНИ-КУРСА. Подписаться на нее можно здесь ССЫЛКА_НА_СТРАНИЦУ_ПОДПИСКИ.

На сегодняшний момент в моей рассылке %%% подпсчиков.

Я бы хотел прорекламирровать Ваш продукт НАЗВАНИЕ_ПРОДУКТА по своей подписной базе.

Для того чтобы сделать больше продаж, я бы хотел попросить Вас сделать специальную скидку на Ваш продукт для моих подписчиков в размере 10-20%.

Возможно ли это?

Заранее спасибо за ответ!

С уважением, ВАШЕ_ИМЯ

=====

Я уверен, что автор продукта пойдет вам навстречу, и вы сможете организовать специальную скидочную акцию для ваших подписчиков.

Подобные акции обычно делаются на 36 или 72 часа. Параллельно вы можете попросить у автора повышенные комиссионные (до 40-50%).

После того, как всё будет готово, запускайте по своей базе серию писем о том, что вы буквально силой выбили из автора продукта скидку для своих любимых подписчиков 😊

Если продукт и его продающий текст достойные, то продажи в любом случае будут!

После того, как акция прошла, вы можете настроить рекламу этого продукта (уже без скидки) на постоянной основе в вашем мини-курсе. То есть перейти на *способ #1*.

А после этого, при наличии нескольких подходящих партнёрских продуктов в нише, запускать подобные акции на разные продукты можете хоть каждый месяц!

Шаг #3. Определите длительность мини-курса

Для способа #1 из предыдущего шага

Мини-курс отличается от обычной рассылки тем, что информация в нем структурирована, подается дозированно и доводит подписчика до достижения определенного результата.

Это значит, что мини-курс вам надо разбить на определенное количество небольших обучающих уроков, которые будут последовательно приходить на почтовый ящик вашего подписчика.

Можно, конечно, дать все уроки сразу в одном письме. Но тогда вам надо подумать о том, что будете высылать в остальных письмах? Возможно, это будут какие-то дополнительные уроки, мини-книги и т.д.

Смысл мини-курса состоит в том, чтобы подписчик получил от вас несколько писем, открыл их, усвоил бесплатную информацию и параллельно увидел рекламу платного продукта.

Если вы отправите все уроки в одном письме, то он, конечно, будет вам благодарен. Но тогда такой подписчик увидит рекламу платного продукта всего лишь один раз, и далеко не факт, что у него сразу же возникнет желание сделать покупку.

По статистике, большинству людей надо увидеть рекламу как минимум 5-10 раз, чтобы решиться на покупку рекламируемого продукта.

Поэтому задача вашего мини-курса – за счет полезной бесплатной информации постоянно напоминать подписчику, что у вас есть ещё и платное предложение! И напоминать об этом далеко не один раз...

Для способа #2 из предыдущего шага

В этом случае вы можете выдать все уроки сразу, забив в серию автоотправляемых писем всего одно письмо. Всё равно ваш подписчик после этого останется в подписном листе, и будет доступен для дальнейшей рекламы.

Но лучше всё-таки разбить свой мини-курс на отдельные смысловые части. Это нужно для того, чтобы подписчик привык открывать письма, которые приходят от вашего имени. Это приведёт к большей открываемости ваших писем с дальнейшей рекламой.

Так на сколько же частей оптимально поделить мини-курс?

Забегая вперед, скажу, что для ведения рассылок я рекомендую вам пользоваться сервисом [SMARTRESPONDER](#). Это - один из лучших на сегодняшний день сервисов ведения рассылок в Рунете, и аналогов того же уровня пока что не существует.

Так вот, на этом сервисе есть возможность открыть бесплатный аккаунт начального уровня. При переходе на более продвинутые аккаунты вам нужно будет платить ежемесячную абонентскую плату от 10 евро в месяц и выше.

Если у вас пока нет лишних денег, то вы можете зарегистрировать бесплатный аккаунт, а по мере роста доходов перейти на платный.

В рамках бесплатного аккаунта можно создавать мини-курсы максимум из 5 автоотправляемых писем:

Описание функционала	 FREE
Максимальное количество активных подписчиков в аккаунте	1 000
Стандартное количество писем, которые автор может отправить за месяц аренды аккаунта	50 000**
Количество рассылок, которые Вам можно использовать одновременно в аккаунте	5
Максимальное количество сообщений в одной автоматической серии писем	5

Полную версию данной книги вы найдете на официальном сайте «Библиотека успешного партнёра»

Вот что вы ещё узнаете и получите в полной версии книги:

- 2 способа рекламы партнёрских продуктов в мини-курсе;
- *Какая оптимальная длительность мини-курса поможет вам продавать максимально большое количество продвигаемых продуктов;*
- Какие форматы подачи мини-курса вы можете использовать;
- *Как придумать эффективное название мини-курса и отдельных его уроков;*
- Шаблоны писем мини-курса, которые вы сможете скопировать и вставить для ускорения своей работы;
- *21-минутное видео по работе созданию своего первого мини-курса на популярном сервисе рассылок;*
- 3 способа создания эффективной страницы подписки для набора подписчиков на ваш мини-курс;
- *5 элементов страницы подписки, которые непосредственным образом влияют на эффективность ее работы и количество ваших подписчиков;*
- 4 простых шага к победному завершению работы над вашим мини-курсом после создания страницы подписки;
- *10 эффективных способов набора подписной базы, которые вы можете и должны использовать для продвижения своего мини-курса;*
- Как часто и как именно нужно предлагать подписчикам различные партнёрские продукты;
- *Как стимулировать подписчиков совершить покупку именно по вашей партнёрской ссылке;*

- Как увеличить активность подписчиков, чтобы они лучше соглашались на покупку;
- *Как не испугать подписчиков большим количеством писем рассылки;*
- Каким образом удержать подписчиков, если по ссылкам они уходят к автору партнёрского продукта;
- *Как правильно проводить рекламу партнёрского продукта в выпуске рассылки (наглядный пример из 4-х писем);*
- Как можно оживить интерес подписчиков к выпущенным ранее продуктам, и как узнать "среднюю продолжительность жизни" информационных продуктов;
- *Как правильно передавать бонусы за покупку партнёрского продукта своим подписчикам;*
- 5 прибыльных возможностей дальнейшего развития для обладателей собственной читаемой рассылки;
- *5 ошибок при создании рассылки и работе с подписчиками, которые могут оставить вас без продаж;*
- И многое другое...

Полную версию данной книги вы сможете получить ТОЛЬКО в составе комплекта из 7 книг в рамках серии «Библиотека успешного партнёра».

Чтобы получить этот комплект:

1. Для начала [нажмите сюда и перейдите на официальный сайт проекта](#).
2. Там вам будет предложено подписаться на получение комплекта демо-версий всех 7 книг, чтобы вы убедились в качестве предоставляемой информации.
3. Введите свое имя и рабочий e-mail адрес в специальную форму на сайте, и на указанный вами e-mail придет ссылка на скачивание демо-версий книг.
4. Внимательно изучите их и подумайте, нужен ли вам полный комплект. Если да, то у вас будет возможность сделать заказ по специальной цене!

*Хотите максимум информации по всем аспектам
заработка в партнёрских программах?*

Получите полную коллекцию книг «Библиотека Успешного Партнёра»



**Нажмите сюда, чтобы получить
коллекцию книг прямо сейчас**

У вас есть возможность заработать деньги на распространении этой книги!

Если у вас есть сайт или рассылка по теме электронной коммерции, и вы считаете, что эта книга будет интересна вашей аудитории - приглашаю вас заработать, распространяя ее бесплатно среди ваших подписчиков и посетителей вашего сайта.

Ваша аудитория получит ценный бесплатный контент, а вы – хорошее вознаграждение 😊

**[Нажмите сюда, чтобы узнать
подробности этого предложения](#)**