

Numer 1 na liście bestsellerów „New York Timesa”

JEFF WALKER

Zdobyć rynek

Jak sprzedać

prawie wszystko online, stworzyć
upragniony biznes i żyć marzeniami

Sekretna formuła internetowych milionerów

Tytuł oryginału: Launch: An Internet Millionaire's Secret Formula To Sell Almost Anything Online, Build A Business You Love, And Live The Life Of Your Dreams

Tłumaczenie: Anna Kanclerz

ISBN: 978-83-283-0918-0

Original English language edition published by Morgan James Publishing.
Copyright © 2014 by Jeff Walker.

Polish language edition copyright © 2015 by Helion SA. All rights reserved.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://onepress.pl/user/opinie/zdoryn>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność



Spis treści

Do czytelnika	15
1. Ojciec zajmujący się domem i sześciocyfrowa suma w siedem dni	19
Weź sprawy w swoje ręce i rzuć etat	21
Jak wzbogaciłem się na pomaganiu innym w bogaceniu się	22
Zasady się zmieniły	24
Czasy milionowych zarobków	25
Dzień, w którym zmienił się marketing	27
Dosyć o mnie, co z Tobą?	31
2. Od bonów żywnościowych do sześciocyfrowej sumy: jak działa formuła wprowadzania produktu na rynek	35
Twarde lądowanie	37
Zwycięstwo wyrwane losowi z gardła	37
Ostrzeżenie przed wielkimi kwotami	39
Tajemniczy świat marketingu internetowego	40
Formuła, za pomocą której wprowadzono na rynek tysiące produktów	42
Zmień marketing w wydarzenie	44
Prowadź z odbiorcami rozmowę	46
Sekwencje działań, historie i bodźce	47
Historia: jak ludzie się komunikują	49
Ostatni kawałek układanki: bodźce mentalne	50
Podsumowanie	51

3. Maszynka do zarabiania pieniędzy: Twoja lista	53
Świetna strategia	55
Co ze spamem?	57
Twoja lista nie jest jakąś tam strategią — to <i>ta</i> strategia	58
Co z mediami społecznościowymi?	60
Kupujący jest ważniejszy	61
Jak utworzyć listę?	63
Jak skłonić ludzi do dołączenia do Twojej listy?	64
Chcesz mieć listę? Działaj!	71
 4. Seria listów sprzedażowych: jak bić rekordy sprzedaży, nie będąc nachalnym	 73
Stare narzędzie, nowe zyski	75
Seria listów sprzedażowych	76
Przesiadka z maszyny torowej do superekspresu	77
 5. Broń wywierania masowego wpływu: bodźce mentalne	 87
Skuteczne wywieranie wpływu to duża odpowiedzialność	88
Sekwencjonowanie bodźców: wyższy stopień wtajemniczenia	97
 6. Strzał ostrzegawczy: zwiastun zapowiedzi	 101
10 pytań przed przygotowaniem zwiastuna	102
Moja ulubiona strategia stosowana w zwiastunie zapowiedzi	105
Krótkie ogłoszenie i prośba o przysługę	106
110 tysięcy dolarów, siedząc w szlafroku	112
 7. Sprzedaj im to, czego oczekują: magia zapowiedzi wprowadzenia produktu na rynek	 115
Użycie broni palnej w walce na noże	118
Kup mój produkt, kup mój produkt, kup mój produkt!	119
Seria zapowiedzi wprowadzenia produktu na rynek	120
Odcinek 1. Możliwości (zmiany na lepsze)	122
Odcinek 2. Przemiana	125
Odcinek 3. Doświadczenia użytkownika	127
Harmonogram publikowania zapowiedzi wprowadzenia produktu na rynek	129
Jedna rzecz decydująca o powodzeniu przedsięwzięcia	130

8. Pokaż mi pieniądze: czas wprowadzić produkt na rynek	133
Perspektywa astronauty	137
Już tu są... i chcą kupować	138
Dzień wprowadzenia produktu na rynek	139
Obserwowanie napływających zamówień	141
Strategia otwartego koszyka	142
Wielkie zamknięcie	143
Miedzy otwarciem a zamknięciem	145
Gdy coś idzie niezgodnie z planem	146
Gdy nikt nie kupuje	148
Co robić po wprowadzeniu produktu na rynek — kontynuacja	149
9. Jak zacząć od zera: Seed Launch™	151
Wyplata przed powstaniem produktu	152
Kiedy dopiero zaczynasz	153
Katastrofy zdarzają się w słoneczne piątkowe popołudnia	154
Kilka problemów... rozwiązanych!	156
Wprowadzenie Twojego produktu na rynek od załączka	159
Od wprowadzenia produktu na rynek od załączka do imperium	165
10. Jak zarobiłem milion dolarów: JV Launch	167
Pierwszy produkt wprowadzony	
na rynek w ramach wspólnego przedsięwzięcia	170
Dlaczego formuła wspólnych przedsięwzięć jest skuteczna	174
Nie testuj na listach wspólników	175
Pozyskiwanie wspólników	177
Milion dolarów w 53 minuty	179
11. Budowanie firmy z niczego: The Business Launch Formula	183
Naczelný lekarz wojskowy — nie wiesz, kto może oglądać Twoją	
zapowiedź wprowadzenia produktu na rynek	184
Sprawdzona formuła — rozszerzenie	186
Formuła rozwijania biznesu	188
Od bonów żywnościowych do sześciocyfrowej kwoty (i jeszcze dalej)	188
Psi żywót... może być lepszy	190
Od absolwenta do magnata nowych mediów	191
Wprowadzanie produktów (i nie tylko) na rynek	192
Sześć kluczy formuły rozwijania biznesu	192
Formuła, która pomogła rozwinąć się wielu firmom	197

12. Tworzenie biznesu, który będziesz uwielbiać	199
„Dlaczego?”	200
Przyciągnij klientów, którzy będą Ci odpowiadać	201
Sprawdź, co jest za zakrętem	203
Grupa mastermind	203
Najważniejsza rzecz w biznesie	206
Nigdy nie jesteś zbyt dobry na to, żeby się uczyć	207
Nie jesteś wyspą	208
Twój biznes musi opierać się na informacji	209
Osobowe podejście	209
Trzymaj się własnych zasad	210
13. Przepis na dobre życie	211
Przeprowadzka do Durango	212
Rozpocznij od wizji	214
Poczucie bezpieczeństwa przedsiębiorcy	216
Ostrzenie piły	216
Żyjemy w Himalajach	217
Trzymaj się swojej strefy geniuszu	219
Twoja najcenniejsza umiejętność	220
Klienci, których uwielbiasz	220
Nie możesz osiągnąć celu sam	221
Magiczne słowo	222
Esencja życzliwości	223
Dobre życie	225
Tańcz i podróżuj dookoła świata	225
14. Teraz Twoja kolej	227
Śmierć procesu wprowadzania produktu na rynek	228
Metody się zmieniają, strategia jest wieczna	228
Zmień swój komputer w maszynkę do zarabiania pieniędzy	229
Mało uczęszczana droga	230
Twój pierwszy proces wprowadzenia produktu na rynek	232
Długa podróż, która zaledwie się rozpoczęła	233
Podziękowania	235
Słowniczek	239
O autorze	245



Rozdział 1

Ojciec zajmujący się domem i sześciocyfrowa suma w siedem dni

To było zwykłe kliknięcie myszką, takie, jakie wykonujemy setki lub tysiące razy każdego dnia. Tym razem jednak czynność ta była dla mnie niezwykle ważna, dlatego się zawahałem. Mój palec zastygł nad przyciskiem: 5 sekund, 10 sekund, a ja dalej czekałem. Prawdę mówiąc, byłem przerażony. Przez wiele lat wiązałem z tym jednym kliknięciem wielkie nadzieje i poświęciłem długie miesiące na jego planowanie. Miałem wrażenie, że od tej czynności zależy przyszłość mojej rodziny.

Nie zdawałem sobie sprawy z tego, że to jedno kliknięcie myszką wywoła lawinę zdarzeń, które dosłownie zmieniają oblicze internetowego marketingu i biznesu. Kiedy jednak siedziałem przy zmajstrowanym samodzielnie biurku wciśniętym w kąt słabo oświetlonej piwnicy, nie myślałem o niczym więcej niż tylko o zarobieniu kilku dodatkowych dolarów na utrzymanie rodziny. Do dyspozycji miałem zdezelowany komputer i modemowe połączenie internetowe, a od ponad siedmiu lat pozostawałem bez pracy. To były naprawdę skromne początki.

Tymczasem prawdziwy powód mojego wahania był jeden — desperacja. Rozpaczliwie pragnąłem zmiany. Potrzebowałem sukcesu i możliwości zarobku. Musiałem zmienić swoje życie. Zbyt długo czekałem (i pracowałem) na tę chwilę.

Moje przedsięwzięcie rozpoczęło się od momentu, w którym moja żona Mary weszła do domu cała we łzach — ta chwila wryła mi się w pamięć na zawsze. Wyszła z pracy w środku roboczego dnia i teraz stała przede mną, szlochając, przytłoczona poczuciem obowiązku utrzymania naszej rodziny. Nie mogła już dłużej znieść tego, że wyjeżdżała do pracy wcześniej rano, kiedy dwójka naszych malutkich dzieci jeszcze spała, a wracała późno wieczorem, gdy dzieci trzeba było kłaść do łóżek.

Zajmowałem się domem i naszymi dziećmi. Dzisiaj taka funkcja ma swoją politycznie poprawną nazwę — „tata zajmujący się domem”, ale w tamtych czasach nazywałem siebie po prostu „pan mamuśka”, a moje zajęcie było znacznie gorzej akceptowane przez społeczeństwo niż obecnie. Kilka lat wcześniej rzuciłem pracę w korporacji (zajmowałem się zarządzaniem operacyjnym), pracę, którą większość ludzi uznałaby za dobrą. W korporacji czułem się jak przysłowiowy groch przy drodze — po prostu nie pasowałem do tego świata. Nie rozumiałem korporacyjnych intryg, a kiedy próbowałem wykonywać swoje zadania, miałem wrażenie, jakbym ciągle płynął pod prąd. Uważałem się za korporacyjnego nieudacznika. Dlatego gdy mój syn miał rok, a moja żona ukończyła University of Colorado i dostała pracę w Amerykańskim Biurze Rekultywacji (U.S. Bureau of Reclamation), rzuciłem swoją posadę.

Nie miałem żadnego planu. Nie wiedziałem, co będę robił. Byłem jednak pewien, że nie dam rady żyć w korporacyjnym świecie.

Pełnienie funkcji „pana mamuśki” trwało dłużej, niż się spodziewałem. Wkrótce urodziło nam się kolejne dziecko, zajmowałem się więc już dwójką. Ci z Was, którzy opiekowali się dziećmi, wiedzą, że miałem pełne ręce roboty. Pragnąłem jednak zmienić swoje życie. Musiałem wymyślić jakiś sposób na utrzymanie rodziny, odciążenie żony i wyzwolenie się z przyniatającej nas presji.

Życiowe zmiany i zadbanie o lepszą przyszłość naszej rodziny — oto z czym wiązało się to jedno kliknięcie myszką. Chodziło o wypuszczenie na rynek produktu i zajęcie się biznesem, czyli o stworzenie źródła dochodu i wzięcie odpowiedzialności za los swojej rodziny. Nigdy, w najśmielszych marzeniach, nie spodziewałem się, że to kliknięcie myszką w jakimś sensie zmieni świat.

Weź sprawy w swoje ręce i rzuć etat

Kiedy wreszcie zdobyłem się na odwagę i wcisnąłem przycisk myszki, konsekwencje mojego czynu zaparły mi dech w piersiach — to było jak wciśnięcie pedału gazu w Porsche 911 Twin Turbo.

Kliknięciem myszki wysłałem ze swojego komputera e-mail.

Moja wiadomość została przesłana do serwera znajdującego się nieopodal miasta Green Bay w stanie Wisconsin.

Aktywowała wysyłkę e-maili do osób, które zapisały się na subskrypcję mojego newslettera.

W ciągu kilku sekund newsletter znalazł się w skrzynkach pocztowych subskrybentów.

Moja wiadomość była krótka, zawierała mniej niż 50 słów, a na końcu zamieściłem link do formularza znajdującego się na mojej stronie internetowej, za pomocą którego internauci mogli kupić przygotowany przeze mnie produkt. Tym produktem był newsletter poświęcony giełdzie oraz moim prognozom giełdowym.

(W gruncie rzeczy mój produkt nie był jeszcze gotowy, ale ten temat zostanie poruszony w dalszej części książki, z której dowiesz się, na czym polega wprowadzanie produktu na rynek od załączka, czyli Seed Launch™).

Oczywiście to wszystko trwało zaledwie kilka sekund, ale od chwili, gdy nacisnąłem przycisk *Wyślij*, czas dłużzył mi się w nieskończoność. Czułem się tak, jakbym na zawsze wstrzymał oddech. Musiałem znać odpowiedź na następujące pytanie: „Czy ktoś kupi mój produkt?”

Po 30 sekundach mój optymizm skłonił mnie do sprawdzenia, czy znalazł się pierwszy klient.

Pudło.

Po 40 sekundach — nikogo.

Minęło 50 sekund — zero kupujących.

Po 59 sekundach... znalazł się PIERWSZY klient!

Po kilku sekundach pojawiło się następne zamówienie. A potem jeszcze jedno i następne, po czym trzy kolejne. Za każdym razem, kiedy odświeżałem stronę internetową, liczba zamówień była większa.

Po godzinie sprzedaży wartość zamówień wyniosła ponad 8 tysięcy dolarów. Pod koniec dnia sprzedaż osiągnęła kwotę ponad 18 tysięcy dolarów, a po tygodniu, dzięki swojej skromnej ofercie, zarobiłem ponad

34 tysiące dolarów — prawie tyle, ile udało mi się kiedyś zarobić przez cały ROK w korporacji.

Sprzedaż tego produktu pozwoliła Mary wrócić do domu. To nie był pierwszy produkt wprowadzony przeze mnie na rynek (zwariowaną historię swojej pierwszej sprzedaży przedstawię w dalszej części książki), ale to wydarzenie przekonało mnie, że mój mały, raczkujący biznes pozwoli mi utrzymać rodzinę. Po kilku miesiącach Mary odeszła z pracy i została w domu. Byliśmy zachwyceni (żartowaliśmy, że odeszła na emeryturę, ale ten żart nie miał nic wspólnego z rzeczywistością, ponieważ, oprócz przejęcia matczynych obowiązków, wkrótce zajęła się administracyjną obsługą naszego biznesu).

Pieniądze to zabawna rzecz. Dla niektórych 34 tysiące dolarów to zawrotna, prawie niewiarygodna kwota (a dla mnie oznaczała życiową zmianę). Dla innych taka suma nie jest na tyle duża, aby się nią ekscytować. Nieważne jednak, do której grupy się zaliczasz, bo jeśli przeczytasz tę książkę, poznasz kilka zadziwiających faktów, którymi się z Tobą podzielę.

Wtedy ich nie znałem, ale mój biznes dopiero co wystartował. Pracowałem nad czymś, co zmieniło dosłownie tysiące ludzkich losów.

Jak wzbogaciłem się na pomaganiu innym w bogaceniu się

Na początku chciałbym wyjaśnić jedną sprawę — ta książka nie jest o tym, „jak szybko stać się bogatym”.

Owszem na jej kartach podzielię się z Tobą informacjami, dzięki którym zarówno ja, jak i moi kursanci możemy żyć w bogactwie i dostatku. Jednak pieniędzy ani pozycji społecznej nie zdobyłem z dnia na dzień.

U podstaw nieprzeciętnego sukcesu, jaki osiągnąłem, leży pewna metoda działania (być może wolisz nazwać ją formułą). O niej właśnie jest niniejsza książka, w której zdradzę Ci kulisy mojego powodzenia.

Po drodze wprowadzę Cię w świat, o którego istnieniu większość ludzi nie ma pojęcia, a w którym zwykli śmiertelnicy prowadzą niecodzienne interesy. W tym świecie przedsiębiorcy bez wielkich inwestycji czy kapitału prowadzą działalność biznesową, często nie wychodząc nawet z sypialni czy siedząc przy kuchennym stole. W ich wypadku start-up bardzo szybko przeradza się w zyskowny interes.

Z kolei osoby kierujące już firmą mogą zaobserwować — po wdrożeniu mojej formuły — oszałamiający wzrost sprzedaży.

To nie jest świat ambitnych start-upów (działających w dziedzinie zaawansowanych technologii), założonych przez kilku nawiedzonych programistów, którzy pracują po 20 godzin dziennie i próbują zdobyć inwestorów z funduszy venture capital, aby później sprzedać swój interes firmie Google za 100 milionów dolarów (albo, co bardziej prawdopodobne, żeby splajtować wśród stosu zatłuszczonych pudełek po pizzy i rozrzuconych pustych puszek po red bullach).

Jeśli chcesz iść w ich ślady, życzę Ci powodzenia, ale w takim razie ta książka nie jest dla Ciebie.

W mojej książce chodzi o stworzenie biznesu (lub rozbudowanie istniejącej firmy) i generowanie zysków od samego początku. Biznesu z niskimi kosztami ogólnymi i założycielskimi oraz z minimalną (lub zerową) liczbą pracowników. Biznesu, który byłby niezwykle zyskowny i dawałby Ci życiową swobodę.

Chodzi mi o prowadzenie takiej działalności biznesowej, która przedstawiałaby pewną wartość dla reszty społeczeństwa i w ramach której mógłbyś dawać innym tyle, ile postanowisz.

Zdaję sobie sprawę z tego, że powyższy opis brzmi zbyt optymistycznie — tak cukierkowo, że wręcz nieprawdziwie.

Owszem, wiem.

W gruncie rzeczy sam bym w to nie uwierzył, gdybym tego osobiście kilkakrotnie nie doświadczał.

Rzeczywistość wygląda następująco: internet zupełnie zmienił zasady gry dla każdego, kto chce prowadzić własny biznes. Obecnie można łatwiej, szybciej, a także taniej założyć firmę i kierować nią niż kiedykolwiek w przeszłości.

Z kolei jeśli już prowadzisz działalność gospodarczą, to internet daje Ci możliwość szybszego i łatwiejszego jej rozwijania, niż gdybyś to robił bez jego udziału.

Wiem to wszystko z własnego doświadczenia. Swoją pierwszy biznes założyłem w 1996 roku, w epoce „internetowego średniowiecza”, i od tej pory moja firma co rok notowała zyski. Nie przeszkodziły jej zawirowania związane z pęknięciem bańki internetowej w latach 80. XX wieku,

kryzysem finansowym na początku XXI wieku czy uaktualnieniami programów firmy Google. W internecie sprzedałem swoje produkty przeznaczone dla czterech różnych grup odbiorców za dziesiątki milionów dolarów. A przy okazji nauczyłem tysiące przedsiębiorców prowadzących biznes online, jak rozpocząć i rozwijać własną działalność biznesową. Moi kursanci i klienci zarobili na internetowej sprzedaży ponad 400 milionów dolarów (a licznik kręci się dalej).

Chociaż nie lubię się przechwalać, to z czystym sumieniem mogę powiedzieć, że jestem uważany za jednego z najważniejszych ekspertów od marketingu internetowego oraz liderów w tej dziedzinie (staram się unikać słowa „guru”, ale owszem są tacy, którzy mówią o mnie „marketingowy guru”).

Przekonasz się jednak, że nie zawsze tak było. Nie urodziłem się z nadprzyrodzonymi marketingowymi umiejętnościami. Przed założeniem swojego pierwszego internetowego interesu nigdy nie prowadziłem firmy. Nie przeszedłem żadnego szkolenia handlowego ani nie miałem zdolności marketingowych. W gruncie rzeczy jako skautowi biorącemu udział w corocznej zbiórce funduszy na rzecz naszej organizacji nigdy nie udało mi się sprzedać więcej niż jednej paczki pączków (którą kupowali moi rodzice).

Zasady się zmieniły

Nasz świat ciągle się zmienia. Sposób, w jaki się komunikujemy i funkcjonujemy na co dzień, zmienił się diametralnie zaledwie w ciągu kilku lat. Żyjemy w świecie, w którym wszystko jest bardziej transparentne i w którym mamy stały dostęp do bazy klientów i tysięcy recenzji produktów konkurencji. Rywalizacja o uwagę potencjalnych klientów staje się coraz ostrzejsza, a marketingowa mgła z każdym dniem gęstnieje. Coraz większą wagę przywiązuje się do wiarygodności i zgodności opinii.

Reguły rządzące biznesem i marketingiem uległy zmianie, co doprowadziło zarówno do upadku sporej liczby firm, jak i stworzenia ogromnych możliwości dla wielu innych przedsiębiorców. Jeśli rozumiesz obowiązujące obecnie zasady gry, to przyciągnięcie uwagi potencjalnego klienta, a także nawiązanie z nim relacji będzie dla Ciebie znacznie prostsze. To właśnie o tym jest moja książka.

Jeżeli więc znajdujesz się na życiowym zakręcie i usilnie pragniesz założyć swój własny biznes...

Kierujesz jakimś działem czy centrum zysków w korporacji...

Jesteś przedstawicielem wolnego zawodu albo usługodawcą (na przykład prawnikiem, masażystą lub wedyjskim astrologiem) i masz już doświadczenie stawek godzinowych...

Prowadzisz z powodzeniem internetowy biznes, ale w sprzedaży panuje zastój, a chciałbyś, aby Twoje działania nabrały rozmachu...

A może jesteś artystą (malarzem, autorem, jubilerem lub muzykiem) i starasz się przebić w cyfrowym świecie, aby zostać zauważony...

Tak naprawdę potrzebujesz rynkowego debiutu. Każdy cieszący się popularnością produkt, każda odnosząca sukcesy firma czy marka zaczynają od udanego wejścia na rynek. Nie możesz sobie pozwolić na to, aby stopniowo i powoli zapoznawać klientów z Twoją działalnością. Potrzebujesz impetu i gotówki, ponieważ te dwa elementy są podstawą krwioobiegu każdej odnoszącej sukcesy firmy.

Czasy milionowych zarobków

Po tym, jak wprowadziłem swój produkt na rynek i zarobiłem 34 tysiące dolarów, a Mary odeszła z pracy i postanowiła zająć się domem, mój biznes zaczął się rozwijać. Wprowadzanie na rynek nowych produktów wychodziło mi coraz lepiej, a moja praca dawała coraz to lepsze rezultaty. W tamtym okresie mój najlepszy rynkowy debiut przyniósł mi dochód w wysokości 106 tysięcy dolarów w ciągu siedmiu dni sprzedaży, a doszedłem do tego, pracując w domu, nikogo nie zatrudniając i nie ponosząc prawie żadnych kosztów

To były spokojne lata. W interesach wszystko układało się dobrze, a moje życie osobiste i zawodowe przynosiły mi mnóstwo satysfakcji. Zarabiałem więcej pieniędzy, niż kiedykolwiek mogłem sobie wymarzyć, Mary zajmowała się domem i mogła być matką „na cały etat”. Byliśmy w stanie przeprowadzić się do mojego wymarzonego miasta Durango w Kolorado (gdzie mogłem oddawać się pasji uprawiania wszelkiego rodzaju sportów na świeżym powietrzu, takich jak kolarstwo i kajakarstwo górskie czy narciarstwo).

Nasze życie zmieniło się po tym, kiedy w lutym 2003 roku wziąłem udział w seminarium na temat marketingu internetowego, które odbywało się w Dallas w Teksasie.

Kiedy wysiadłem z samolotu w Dallas, nie myślałem, że moja działalność biznesowa jest czymś nadzwyczajnym. Byłem przekonany, że wiele osób prowadzących interesy w internecie stosowało ten sam sposób wprowadzania produktu na rynek co ja. Mój sukces wydawał mi się oszałamiający, ale nie zdawałem sobie sprawy z tego, że zarobienie sześciocyfrowej kwoty w siedem dni przez jednoosobową firmę będzie dla innych tak ogromnym zaskoczeniem.

Podczas trzydniowego seminarium poznałem mnóstwo nowych ludzi (i zawarłem kilka przyjaźni, które cenię i pielęgnuję do dziś), a także zdałem sobie sprawę z tego, że nikt inny nie wykorzystuje internetu w ten sam sposób co ja. Nikt nie wprowadzał swoich produktów na rynek tak, jak ja to robiłem, ani nie osiągał rezultatów podobnych do moich. W gruncie rzeczy byłem zszokowany tym, że w zasadzie wymyśliłem nową metodę marketingu — podejście, które ostatecznie jest znane pod nazwą „formuła wprowadzania produktu na rynek” (Product Launch Formula®).

W Dallas poznałem Johna Reese’a. To taki typ człowieka, o którym już od pierwszej chwili spotkania wiadomo, że jest wybitnie zdolny, wtedy jednak nie dał się jeszcze poznać szerszej publiczności. Był prawdziwym specjalistą od marketingu internetowego, chociaż niewielu wtedy zdawało sobie z tego sprawę.

Po seminarium utrzymywaliśmy kontakty i zaprzyjaźniliśmy się, a ja zdradziłem mu sekret wprowadzania produktu na rynek. W 2004 roku John wykorzystał moje metody podczas wprowadzania na rynek dwóch swoich produktów. Pierwszym z nich było przygotowane przez niego trzydniowe seminarium. Kwota opłat wpłaconych przez klientów wyniosła prawie 450 tysięcy dolarów. Upewniłem się w przekonaniu, że moje techniki sprzedaży sprawdzą się nie tylko w mojej skromnej działalności polegającej na przygotowywaniu informacji na temat inwestycji giełdowych.

Kolejnym produktem Johna było szkolenie poświęcone sposobom generowania ruchu na stronie internetowej — i ten debiut zmienił zasady gry. Po 24 godzinach sprzedaży wartość zamówień wyniosła 1,1 miliona dolarów — milion w ciągu dnia! Ta liczba jest naprawdę szokująca,

zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę fakt, że mój przyjaciel prowadził w domu niewielki interes, właściwie mikrofirmę, prawie bez pomocy pracowników (wydaje mi się, że John miał do pomocy jedną osobę biorącą udział w przygotowaniach do wprowadzenia produktu na rynek i drugą — do obsługi klientów).

To, że wymyślona przeze mnie metoda mogła przynieść tak nieprawdopodobne rezultaty, wpawiło mnie w osłupienie. Jednak w czasach, gdy publikowałem swój finansowy newsletter, a nawet gdy zacząłem odbierać regularne telefony od osób szukających pomocy we wprowadzaniu na rynek swoich produktów, trzymałem się z daleka od wielkiego świata internetowego biznesu. Byłem zadowolony ze swojego życia — mieszkalem w Durango, prowadziłem świetną firmę, jeździłem z dziećmi na nartach albo rowerach górskich. Byłem szczęśliwy, że pozostałem niezauważony, i nie pragnąłem znajdować się w centrum zainteresowania.

Kiedy jednak John publicznie podziękował mi za pomoc we wprowadzeniu na rynek swoich produktów, ludzie coraz usilniej zaczęli namawiać mnie, abym doradzał w tej kwestii również innym. Za namową Johna i kilku innych osób (zwłaszcza Yanika Silvera) postanowiłem opublikować swoje dzieło — zacząłem prowadzić szkolenia poświęcone formule wprowadzania produktu na rynek.

Dzień, w którym zmienił się marketing

Wydaje mi się, że prawdziwy sprawdzian odbył się 21 października 2005 roku, kiedy postanowiłem wystartować ze szkoleniem poświęconym formule wprowadzania produktu na rynek, tym samym rzucając na szalę swoją reputację (i przyszłość swojej firmy). W końcu to, czy moja metoda jest skuteczna, miało się okazać w praktyce. Jeśli miałbym uchodzić za specjalistę od wprowadzania produktów na rynek, to lepiej, żeby wprowadzenie na rynek moich szkoleń zakończyło się wielkim sukcesem.

Do tamtej pory wszystkie moje produkty z sukcesem debiutowały na rynku i z powodzeniem pomagałem innym osiągnąć to samo, tym razem jednak wyzwanie było większe. Stworzyłem zupełnie nowy biznes — od zera. Moje dotychczasowe sukcesy wiązały się z przekazywaniem wiedzy o giełdzie. Tym razem miałem uczyć ludzi, jak w internecie wystartować

z nowym produktem i firmą. Nie miałem listy dystrybucyjnej z osobami, które zainteresowane byłyby tym segmentem rynku, a moja poprzednia lista inwestorów giełdowych była zupełnie nieprzydatna. Nie miałem pozycji eksperta w tej dziedzinie. Byłem raczej nieznanym, z wyjątkiem kilku osób, którym pomogłem we wprowadzeniu ich produktu na rynek. Nie stanowiło to jednak dla mnie przeszkody, ponieważ wiedziałem, jak obejść tego rodzaju ograniczenia (pokażę Ci, jak to zrobić w części poświęconej wspólnym przedsięwzięciom).

Presja była duża, ale w tamtym czasie byłem już doświadczonym specjalistą. Sprzedaż mojego produktu zakończyła się oszałamiającym sukcesem. W pierwszym tygodniu sprzedaży programu zamówienia klientów osiągnęły wartość 600 tysięcy dolarów. Dzięki temu kursowi szkoleniowemu błyskawicznie stworzyłem nowy biznes, zdobyłem setki nowych klientów i listę potencjalnych odbiorców.

Wszystko wyszło w praktyce.

Od tego momentu moja działalność biznesowa nabrała szalonego tempa. Przez lata ciągle udoskonalałem formułę wprowadzania produktu na rynek, aż przybrała ona formę kompletnego programu szkoleniowego. Możliwe, że mój program jest najlepiej sprzedającym się produktem szkoleniowym w dziedzinie marketingu internetowego.

Wiele osób skorzystało z mojego programu i sporo z nich odniosło oszałamiający sukces. Trudno ująć ich łączny sukces w kategoriach liczbowych, ale wiem, że moi kursanci i klienci zarobili na sprzedaży swoich produktów ponad 500 milionów dolarów, a liczba ta rośnie każdego dnia.

Pamiętaj, że większość z nich (choć nie wszyscy) prowadzi małe firmy, a nawet mikrofirmy. To nie to samo co wynoszący 500 milionów dolarów zysk firmy Google. Sukces biznesowy wywiera ogromny wpływ na ich życie. Wielu moich klientów powieliło mój sukces, osiągając przychody ze sprzedaży równe sześciocyfrowej sumie w ciągu siedmiu dni, a kilkoro zarobiło nawet milion dolarów.

Formuła wprowadzania produktu na rynek jest z powodzeniem stosowana w każdym segmencie rynku czy dowolnej rynkowej niszy, a rejestrowanie kolejnych dziedzin, w których została wykorzystana, stało się moim hobby. Oto część tej listy:

- porady randkowe,
- przygotowania do testu,
- samouczek Photoshopa,
- doradztwo kredytowe,
- pośrednictwo w handlu nieruchomościami,
- żonglerka,
- przyjęcia na wyższą uczelnię,
- trenowanie drużyn baseballowych,
- mieszane sztuki walki,
- programowanie w systemie SAP,
- robienie na drutach,
- szydełkowanie,
- inwestycyjne fundusze wzajemne,
- giełda (Forex, futures, akcje itp.),
- ujeżdżanie,
- inwestowanie w nieruchomości,
- lekcje gry na gitarze,
- szkolenie lekarzy w interpretacji obrazów USG,
- lekcje gry na fortepianie,
- coaching biznesowy (na całym świecie),
- zdrowa żywność,
- surowa żywność,
- terapia masażem,
- romans (pisanie listów miłosnych),
- szkolenia z rozwoju osobistego,
- zioła lecznicze,
- powieściopisarstwo,
- szkolenie koni,
- opieka nad zwierzętami domowymi,
- medytacja,
- trening zwinności dla psów,

- akcesoria dla orkiestr dętych,
- instruktaż tenisa,
- joga,
- trenowanie młodych piłkarzy,
- pisanie piosenek,
- czytanie z dłoni,
- trening na rowerze stacjonarnym,
- nauka o ludzkim mózgu,
- samoobrona,
- podróże przygodowe,
- dekorowanie ciast.

Ze względu na długość tej listy wymieniłem tylko część jej pozycji, ale pamiętaj, że jest ich znacznie więcej. Nie zakładaj błędnie, że w wypadku Twojego biznesu lub rynku, na który chcesz skierować swój produkt, formuła wprowadzania produktu na rynek się nie sprawdzi.

Moja formuła jest używana przez ludzi na całym świecie i chociaż nie słyszałem o żadnym kliencie z Antarktydy, to z pewnością wykorzystywano ją na pozostałych kontynentach. Moi klienci pochodzą z setek krajów, a wspomnianą formułę stosowano w tak wielu językach, że nawet nie jestem w stanie wszystkich wymienić.

Omawianą formułę można wykorzystać w sprzedaży wszelkiego rodzaju produktów i w działalności każdej firmy — może ona na przykład objąć:

- kursy internetowe,
- kursy domowe,
- produkty fizyczne,
- strony oferujące członkostwo,
- usługi internetowe,
- usługi offline (dentyści, doradcy podatkowi),
- sprzedaż majątku,
- e-booki,
- coaching,

- grupy typu mastermind i networkingowe,
- doradztwo,
- sztuki piękne i rzemiosło artystyczne (malarstwo, jubilerstwo),
- systemy sprzedaży B2B,
- charytatywne zbiórki funduszy,
- gry planszowe,
- przyciągnięcie ludzi do kościoła,
- nieruchomości,
- pakiety dla podróżnych,
- oprogramowanie,
- aplikacje.

Chociaż powyższa lista również jest tylko częściowa, wniosek nasuwa się jeden: zarówno moja formuła wprowadzania produktu na rynek, jak i moi kursanci wpłynęli na zupełną zmianę sposobu sprzedaży internetowej.

To było szaleństwo. Nawet w najśmielszych marzeniach nie wyobrażałem sobie, do czego doprowadzi mnie mój pierwszy newsletter rozesyłany do 19 odbiorców.

Dosyc o mnie, co z Tobą?

Teraz już znasz historię formuły wprowadzania produktu na rynek, ale co ona ma wspólnego z Tobą?

Czy moja formuła może się sprawdzić w Twoim wypadku? Czy możesz ją wykorzystać do rozpoczęcia własnej działalności internetowej? A jeśli już masz firmę, to czy formuła może Ci pomóc ją rozwijać?

Z mojego doświadczenia wynika, że dopóki nie sprzedajesz towarów takich jak paliwo czy piasek albo nie świadczysz usług polegających na pomocy w nagłych wypadkach (jak przykładowo ślusarz czy pogotowie kanalizacyjne), odpowiedź na powyższe pytania brzmi: „tak”. Tyłu uczestników kursów szkolenia poświęconego formule wprowadzania produktu na rynek odniosło spektakularne sukcesy w tak wielu dziedzinach, że prawie nic mnie już nie zdziwi.

W tej książce poznasz historie kilku z nich. Spotkasz ludzi pochodzących z różnych środowisk, przedsiębiorców oferujących najdziwniejsze produkty i będących właścicielami najdziwniejszych firm. Takich przedsiębiorców jak Susan Garrett, która prowadzi treningi zwinności dla psów. Zaczęła stosować formułę wprowadzania produktu na rynek jako internetowa nowicjuszka, a udało jej się stworzyć odnoszący wielkie sukcesy biznes. Z kolei John Gallagher sprzedaje produkty związane ze zbieraniem jadalnych i leczniczych ziół oraz roślin. Zanim John wystartował ze swoim pierwszym produktem, dostawał z opieki społecznej bony żywnościowe — teraz ma biznes przynoszący sześciocyfrowe dochody. Will Hamilton, który sprzedaje materiały instruktażowe do gry w tenisa, wykorzystał moją formułę do zbudowania dostatecznie silnej marki, dzięki czemu dzisiaj jest partnerem dla czołowych profesjonalnych tenisistów.

Historie tych ludzi mogą się wydawać jak z bajki, możesz też pomyśleć, że są byt skomplikowane albo nieosiągalne. Cóż, trzymaj się mnie, a przekonasz się, że zastosowanie mojej formuły wcale nie jest skomplikowane, i dowiesz się, jak i dlaczego może sprawdzić się w Twoim biznesie.

Książka zorganizowana jest w taki sposób, aby jej treść miała logiczną kolejność.

Pierwszych pięć rozdziałów poświęconych jest podstawowym pojęciom, takim jak ogólny zarys procesu wprowadzania produktu na rynek, listy dystrybucyjne, bodźce mentalne oraz serie listów sprzedażowych.

W kolejnych trzech rozdziałach przeprowadzę Cię przez cały proces wprowadzania produktu na rynek, łącznie ze zwiastunem zapowiedzi, zapowiedzią wprowadzenia produktu na rynek oraz otwarciem koszyka.

Z ostatnich sześciu rozdziałów dowiesz się, jak dostosować formułę wprowadzania produktu na rynek do swojego sposobu życia i prowadzenia biznesu, na czym polega wprowadzanie produktu na rynek od załączka (w wypadku gdy zaczynasz od zera) i wspólne przedsięwzięcie (gdy chcesz przeprowadzić proces wprowadzenia produktu na rynek na wielką skalę).

Żeby jednak rozwiązać wszelkie niejasności, chcę zaznaczyć, iż nie twierdę, że zastosowanie formuły wprowadzania produktu na rynek jest łatwe albo automatyczne. Oczywiście wymaga to pracy — tak jak podkreśliłem na wstępie, moja formuła *nie* opiera się na schemacie „jak szybko się wzbogacić”.

Fakty są takie, że tysiące ludzi zakłada mały, ale niezwykle zyskowny biznes w internecie. A z moją formułą może z powodzeniem wprowadzić swój produkt (albo w ogóle swój *biznes*) na rynek, generując prawie natychmiastową sprzedaż i nadając swoim działaniom odpowiedni rozmach.

Czy to brzmi zachęcająco? Jesteś gotowy do działania?

W drugim rozdziale omówię podstawową strukturę formuły wprowadzania produktu na rynek, a następnie wyjaśnię, dlaczego jest tak rewolucyjna oraz sprawdza się w tak wielu dziedzinach i w wypadku tak wielu zupełnie różnych produktów.

Wkrótce poznasz zwariowaną historię o tym, jak w godzinę zarobiłem ponad milion dolarów :-)

Jeszcze jedno: odwiedź stronę internetową <http://thelaunchbook.com/member>, aby uzyskać dostęp do dodatkowych materiałów oraz szkoleniowych filmów wideo towarzyszących niniejszej książce.

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA



Helion SA

Wprowadzanie nowego — nawet najlepszego — produktu na rynek zawsze wiąże się z niepewnością i dużym ryzykiem. Nigdy nie wiesz, czy znajdą się klienci zainteresowani tym, co chcesz im sprzedać, i czy uda Ci się do nich dotrzeć. Na pewno myślisz, że wśród tysięcy najróżniejszych sposobów zdobywania klientów trudno znaleźć taki, który sprawdzi się w niemal każdej sytuacji... A jednak taki sposób istnieje — i naprawdę działa. Sięgnij po tę książkę i dowiedz się więcej od jej autora: człowieka, który diametralnie zmienił świat marketingu internetowego i własne życie, a swoją rewolucyjną metodę przetestował nie tylko na sobie.

Jeff Walker szczerze, wyczerpująco i na konkretnych przykładach opisuje tu swoją filozofię sprzedawania produktów, zanim jeszcze pojawią się na rynku. Pozwól, by doradził Ci, co musisz zrobić i w jakiej kolejności. Zobacz, jak kontaktować się z potencjalnymi klientami, by zyskać ich sympatię oraz zaufanie, pisać listy sprzedażowe oraz zapowiadać swój produkt. Odkryj także, jak skłonić ludzi, by kupili Twój świetny produkt i byli z niego zadowoleni. Jeff pokaże Ci, jak zacząć od zera i jak zbudować firmę z niczego. Jeśli tylko masz w sobie pasję i chcesz zmienić swoje życie, ta książka Ci w tym pomoże!

- Dzień, w którym zmienił się marketing
- „Tajemniczy” świat marketingu internetowego
- Formuła, za pomocą której wprowadzono na rynek tysiące produktów
- Maszynka do zarabiania pieniędzy: Twoja lista
- Moc listów sprzedażowych
- Broń wywierania masowego wpływu: bodźce mentalne
- Strzał ostrzegawczy: zwiastun zapowiedzi
- Magia zapowiedzi wprowadzenia produktu na rynek
- Odkrywanie kart: finalizacja transakcji
- Jak zacząć od zera: Seed Launch™
- Budowanie firmy z niczego: The Business Launch Formuła
- Tworzenie biznesu, który będziesz uwielbiać

JEFFWALKER — człowiek, który zmienił sposób prowadzenia sprzedaży internetowej. Jeden z czołowych trenerów w dziedzinie przedsiębiorczości i marketingu na świecie. Więcej informacji na temat Jeffa znajdziesz na jego blogu: www.jeffwalker.com.

książkiklasybusiness

Nr katalogowy: 35490



Księgarnia internetowa:

<http://onepress.pl>



Zamówienia telefoniczne:

0 801 339900



0 601 339900

onepress

Sprawdź najnowsze promocje:

① <http://onepress.pl/promocje>

Książki najchętniej czytane:

② <http://onepress.pl/bestsellery>

Zamów informacje o nowościach:

③ <http://onepress.pl/nowosci>

Helion SA

ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice

tel.: 32 230 98 63

e-mail: onepress@onepress.pl

<http://onepress.pl>

Cena 39,90 zł

ISBN 978-83-283-0918-0



9 788328 309180