

Проект <http://mlm-audio.ru>
Твоя Успешная команда

МЛМ-ПРАКТИКУМ

Хочу толстый кошелек и тонкую талию. Господи, не перепутай,
пожалуйста! :)

Часть 6. Реклама

Здравствуйте!

Большинство книг по MLM-бизнесу рассказывает, ЧТО надо делать, но не говорит КАК.

"От моего предложения отказались все друзья, но я продолжал и сегодня я Бриллиант".

За этой фразой мотивация, но ни капли информации.

КАК же тогда ты это сделал? Ведь очевидно, что продолжал он уже не так, как раньше, а КАК - остается загадкой.

Как в старом анекдоте.

Среди бескрайних вод Тихого Океана встречаются две подводные лодки: русская и американская. Капитаны выходят на мостики поприветствовать друг друга. После обмен дежурными приветствиями русский капитан спрашивает американского:

- "СЭР! Как добраться до Америки?"

- "Зюйд - Зюйд - Вест" - говорит американский капитан.

На что наш простой русский капитан отвечает:

- "Ты не зююкай, ты пальцем покажи..."

Я решила исправить эту несправедливость, и собрала практический опыт сетевиков, из первых уст, - в одном месте.

Получился электронный сборник **MLM-Практикум**.

В нем - только практический опыт на реальных примерах из бизнеса: как я делал то-то, то-то и то-то (проводил соцопрос, раздавал каталоги, знакомился с соседями, участвовал в выставке, обучал новичков, открывал регион и т.д.).

Читайте, применяйте, знакомьтесь с авторами и перенимайте опыт;)

Сделаем наш бизнес ярче и профессиональнее!

Свободное распространение данной книги допускается и приветствуется при условии сохранения неизменного содержания и активных ссылок.



С уважением,
Марина Мазуренко,

Проект <http://mlm-audio.ru> – Твоя Успешная команда

СОДЕРЖАНИЕ:

<i>Марина Корецкая</i> «Хорошая визитка может составить протекцию. Негласно, но зато надежно» К. Прутков.	4
<i>Илья Тавли</i> Визитка, которая приносит более \$1100 ежемесячно	6
<i>Бочкарев Андрей</i> Косметику не теряли?	9
<i>Елена Кучерова</i> Знаете ли вы четвертое правило рекламы?	10
<i>Юрий Зарва</i> Как сделать и распространить “продающие” визитки!?!	11
<i>Юрий Зарва</i> Переделанная реклама для МЛМ!	12
<i>Елена Кучерова</i> Нужна ли конкретность в рекламе?	13
<i>Татьяна Годорож</i> Бизнес - объявления, десять вредных советов.	14
<i>Елена Кучерова</i> Как написать хорошее объявление-первое правило	16
<i>Елена Кучерова</i> Как писать хорошие объявления – 3	18
<i>Екатерина Бокитько</i> Кто смел, тот и съел	19
<i>Юрий Зарва</i> Слияние млм и линейного	31
<i>Алекс Левитас.</i> Два объявления рядом	32
<i>Алекс Левитас.</i> Единственное конкурентное преимущество	32
<i>Марина Мазуренко.</i> Как НЕ нужно делать рекламу	33
<i>Алекс Левитас.</i> Позиционирование. «Кто мы? Откуда мы? Куда мы идём?»	37
<i>Шошана Бродская.</i> Инструменты маркетинга: кампэйн районного масштаба	38
<i>Шошана Бродская.</i> Маркетинговый шажок, или объявление на обложке	41
<i>Максим Мазуренко.</i> Возьмите на вооружение смс-рассылки	43
<i>Екатерина Бокитько.</i> Почему я не купила того парня	46

«Хорошая визитка может составить протекцию. Негласно, но зато надежно» К. Прутков.

Автор: Марина Корецкая

Источник: http://myconsciouschoice.blogspot.com/2008/12/blog-post_25.html

Как и обещала в [прошлом посте](#), пишу продолжение темы о **визитных карточках**. Вот некоторая информация о визитных карточках, которую я нашла на англоязычном сайте:

- лучше использовать цветные визитные карточки;
- напечатать на ней ваше фото;
- не использовать типичные зарисовки и модели, так как возможен вариант, когда ваша визитка – единственная зацепка для того, чтобы человек вспомнил вас, как только вы ушли...
- использовать необычную форму, нестандартный размер, неровные края.

На обратной стороне **визитной карточки** можно:

- разместить купон на скидку;
- напечатать миссию компании;
- описать основные направления деятельности компании;
- напечатать мотивирующие высказывания известных людей;
- разместить краткую полезную информацию, связанную с деятельностью компании.

Где и как эффективно использовать **визитную карточку**:

- Раздавайте ваши визитки в любых подходящих ситуациях, при любых сделках, которые совершаете. **Взамен берите номер телефона либо ту же визитную карточку.**
- Используйте их в качестве закладок в книгах, которые читаете. Вы всегда будете иметь наготове свою визитку в транспорте, в различных заведениях, в парке – везде, где вы читаете.
- Используйте ваши визитные карточки как закладки в книгах из библиотек. Оставляйте их там при возврате книг в библиотеку.
- В книжных магазинах кладите ваши визитки в книги, относящиеся к вашему бизнесу.
- Прикрепляйте ваши визитки к подаркам, которые собираетесь дарить.
- Постоянно имейте визитки при себе, причем положите их в разные места: в карманы одежды, в машине, в сумки, в ежедневник и тд.- так, чтобы у вас был постоянный доступ к ним.
- Прикрепите вашу визитку на одежду во время встреч и на конференциях вместо обычных именных бейджиков.
- Раздайте ваши визитки друзьям, знакомым, родственникам, чтобы те, в свою очередь, отдали заинтересованным лицам.
- Оставляйте ваши визитные карточки на лобовых стеклах и в дверях автомобилей на парковках (по-моему, здесь лучше использовать рекламные листовки и буклеты с более подробной информацией).
- Отправляя письма, не забывайте вложить в конверт вашу визитку.
- Оставляйте ваши визитки в счетах ресторанов, в гостиницах, в медицинских центрах, в салонах красоты, в туалетных комнатах, на досках объявлений и информации.

- Вручая свою визитную карточку, дайте два экземпляра. Возможно, вторая попадет в руки заинтересованному лицу.

В общем, раздавайте ваши визитные карточки **при любых возможностях**, но **не забывайте брать взамен номер телефона для обратной связи или визитную карточку вашего потенциального клиента!**

Статистика, приведенная на [сайте Марины Мазуренко](#), гласит, что **за семь лет каждая визитка, которую Вы отдали другому человеку, срabатывает как минимум дважды, при условии, что у Вас не изменились координаты и тот бизнес, которым Вы занимаетесь.**

А напоследок, вот два способа использования визитных карточек, которые были приведены в разделе «экстремальных идей». Уж очень они меня повеселили :)))

- Посещайте большие спортивные мероприятия, и каждый раз, когда болельщики с криками, подпрыгивая с места, поддерживают любимую команду, встаньте и бросьте в толпу целую горсть ваших визиток как конфетти :)))

- Не давайте вашу визитку лицам, противоположного вам пола в надежде, что они вам перезвонят. У автора [статьи](#) есть друг, который проводил этот эксперимент в течение 6 месяцев, и оказался прав! К сожалению, ни одна женщина ему не перезвонила. И это несмотря на то, что у него есть девушка! :)))

Успехов Вам!!!

Визитка, которая приносит более \$1100 ежемесячно

Автор: Илья Тавли

Источник: <http://tavly.blogspot.com/2007/09/1100.html>

У меня в кармане всегда две визитницы – с карточками специалиста компании «КламаС» и с карточками лидера [группы VIA ЧАППА #1](#). Через час я выезжаю на встречу и беру с собой ещё «чапповский» компакт-диск. Потому что любая коммуникация – потенциальная возможность для заключения сделки.

Обычно я печатаю в год **594 визиток VIA ЧАППА #1** и 192 визитки «КламаС». Благодаря визиткам VIA ЧАППА #1 (и только им), в течение последнего года я получил 39 звонков, которые принесли группе:

- А). более \$13 400 в качестве гонораров,**
- Б). бесплатные радио-интервью на 9 радиостанциях,**
- В). 15 бесплатных интервью в региональной прессе,**
- Г). 2 бесплатные публикации в журналах «Враго» и «Неон»,**
- Д). и ещё кучу всяких бонусов.**

В чём секрет? Как мне удаётся зарабатывать более \$1000 ежемесячно и *бесплатно* получать PR и промоушн в СМИ благодаря только лишь визитным карточкам? Дело в том, что моя визитка, благодаря которой я зарабатываю, кардинально отличается от обычной корпоративной визитки.



Вот карточка компании, в которой я работаю (см.рис). Это обычный корпоративный дизайн фирмы, в которой трудится более 500 человек. Логотип, имя, должность, контакты. Хороший дизайн или плохой – не обсуждаем. Это утверждённый макет, точка.

На моей «чапповской» карточке те же элементы: логотип, имя, должность и контакты. Даже дизайн делал один и тот же дизайнер – Н.Васильев. Вот только информация на этой визитке подаётся совершенно по-другому. Ведь я *заинтересован в продолжение общения с человеком*, которому я эту визитку когда-то дал. Именно заинтересован (см.рис).



Сравнивая эти две карточки, сразу замечаешь – моя «чапповская» **карточка просто кричит – ПОЗВОНИ СЕЙЧАС!!!** А что говорит визитка, где написано «тел.», «e-mail», «http://»? НИ-ЧЕ-ГО! Она молчит.

Поэтому я пишу «звоните сейчас», а не сухое «тел.», пишу «отвечу на письмо», а не стандартное «e-mail», и т.д. Призыв работает гораздо лучше, чем молчание.

Кроме того, человеку важен не только список выгодных контактов, но и личное позитивное знакомство с конкретным лицом. Это резонно – люди стараются общаться с теми людьми, которые им интересны (выгодны) и которые им нравятся. Поэтому моя визитка одновременно и статусная, и дружелюбная – «VIA ЧАППА #1. Патрик. Я открыт ДЛЯ ВСЕХ ВАШИХ ВОПРОСОВ».

Коротко о необходимых элементах победоносной визитной карточки:

- **Внимание.** Визитка должна заставить вызывать внимание. Нужна какая-то закорючка, неправильность. Только без перегибов!
- **Интерес.** Интересно общаться с интересным и открытым человеком. Значит нужно таким быть.
- **Желание.** Пусть будет фраза, которая вызовет желание связаться с владельцем визитки.
- **Действие.** Нужно говорить получателю – что он должен сделать, когда и как?

Не буду останавливаться на дизайне карточки, на самом деле он большого значения не имеет.

Вот чем я руководствуюсь:

- Больше воздуха. Перегрузка макета "креативом" и цветом недопустима.
- Упор на читабельность 1. Использование более 2-х шрифтов недопустимо.
- Упор на читабельность 2. Размер шрифта должен позволять читать визитку без очков.
- Больше каналов для связи. Визитка нужна не для понта, а для связи и только для этого.
- Материалы для карточки. Визитка – расходный материал, а расходка не должна быть дорогой.

Немного о распространении визиток:

*Я раздаю визитки налево-направо и не жалею. Да, встречаются больные люди, но их всегда можно отправить в black list. Раздавать визитки нужно даже старикам и новорожденным – чаще всего у них есть родственники, которые могут быть представителями Целевой Аудитории.

*Маленькая хитрость – я прикрепляю визитку в виде файла Jpg в подписи к электронной почте, а также в подписи на форумах и в социальных сетях. Этот момент позволил очень быстро набрать постоянных читателей на моём блоге лидера группы VIA ЧАППА #1, когда группа выводила в июле 2007г. новый сингл «[Корабли](#)».

И последнее, если по прочтению этой статьи Вы решите сделать визитку, которая заставляет клиентов Вам звонить, пишите мне на [info\(at\)viachappa.ru](mailto:info(at)viachappa.ru) – с удовольствием помогу советом. А если Вы знаете, как сделать ещё более пробивную визитку, то может быть, поделитесь Вашими секретами?

Вот и всё. В следующий раз поговорим о РасдраЖопе, и как её провести!
Ваш Илья Патрик Тавли. :)

Косметику не теряли?

Автор: Бочкарев Андрей

Источник: http://mlm-ru.blogspot.com/2007/11/blog-post_23.html

Мы с женой, Ольгой консультанты Edelstar. И как принято в семейном бизнесе, делаем всю работу вместе.

В воскресенье решили пройти по домам, раздать старые [каталоги нашей компании](#) (периодически практикуем подобные походы).

Благополучно разложили по почтовым ящикам около 200 каталогов. «Как думаешь, сколько будет звонков по этим каталогам?» - спросила Оля. «Думаю будет 2-3 звонка, не больше» - предположил я.

Вечер вторника, звонит телефон, подошла Ольга:

- Здравствуйте, а куда я попал?

- Здравствуйте, а куда вы хотели попасть?

- У меня тут ваш телефон... Вы косметику не теряли?

- Нет, мы ничего не теряли. А откуда у вас наш телефон?

- Да мы тут нашли, ну такая красивая книжка, там много косметики. На ней написано Андрей, Ольга и телефон... Вы точно ничего не теряли?

-Нет, спасибо мы ничего не теряли, мы раздавали каталоги в целях рекламы, для ознакомления с ассортиментом.

-Понятно...

После этого звонка меня посетила мысль: нужно писать свой телефон на всех своих вещах – а вдруг потеряю...

Интересно, если на 500 рублевой купюре написать телефон и потерять, позвонят?



Знаете ли вы четвертое правило рекламы?

Автор: Елена Кучерова

Источник: http://o-mlm.blogspot.com/2008/12/blog-post_21.html



Одной из «смертельных» ошибок рекламодателей является размещение рекламы перед нецелевой аудиторией.

Я считаю, что это правило касается и нас - сетевиков.

Да, мы заинтересованы, чтобы к нам в структуру приходило много разных людей. Считается, что в сетевом бизнесе может преуспеть любой человек независимо от образования, возраста, пола или места проживания. Но, перед тем как начать свою рекламную компанию, стоит подумать ,каких людей именно вы хотели бы видеть в своей структуре. Раскидывая рекламу в разбитые почтовые ящики общежития не рассчитывайте на внятный отклик.

Когда вы даете объявление для потенциальных покупателей, обдумайте - на людей с каким уровнем дохода вы можете рассчитывать. Вряд ли одинокая пенсионерка купит баночку витаминов стоимостью 1000 руб.

Прежде чем давать рекламу следует определить какие газеты выписывают ваши потенциальные покупатели, какие каналы телевидения смотрят, на каких форумах Интернета обитают. Возможно в вашем городе есть специализированная газета для людей следящих за своим здоровьем, занимающихся спортом или специализированная местная газета для женщин. Объявления в этих небольших газетах будут стоить на порядок меньше, чем запрашивают региональные газеты объявлений.

Попробуйте разместить свою рекламу в местах обитания нужной аудитории. Объявления о косметике или БАДах - в раздевалках групп здоровья или аэробики, о возможности заработать – в детских поликлиниках, школах, дет.садах и т.д.

Попробуйте сотрудничать с местной службой занятости или повесьте свое объявление у них на доске.

Я приглашаю в свою структуру умных, любознательных, стремящихся к успеху людей, поэтому работаю в том числе и через Интернет. Сеть кишмя-кишит именно такими людьми!

Желаю успеха!

Как сделать и распространить “продающие” визитки!?!

Автор: Юрий Зарва

Источник: <http://www.mlm-blog.ru/?p=717>

На днях был в синтоне (тренинг клуб) и там увидел на доске объявлений - коробочку для визиток и там обнаружил визитки приглашение на мастер класс сетевой фирмы НьюСкин!

Вот такое вот приглашение



а это вторая сторона:



Был удивлен и поражен мастерству сетевого который в Синтоне продвигает таким образом свой бизнес.

Так держать!

Одним словом, тем более что визитки очень красивые и продвигают именно услугу и продукт.

Переделанная реклама для МЛМ!

Автор: Юрий Зарва

Источник: <http://www.mlm-blog.ru/?p=598>

Я вот тут увидел прикольную рекламу по поводу работы - взял и ее переделал на наш млм лад - мне кажется вышло прикольно:



А действительно нах быть официантом - ведь можно дистром стать - верно?

Нужна ли конкретность в рекламе?

Автор: Елена Кучерова

Источник: http://o-mlm.blogspot.com/2008/12/blog-post_25.html



Думаю, многие до сих пор размышляют: нужно ли в рекрутерском объявлении писать в какую компанию и зачем вы приглашаете людей.

Скажу из своего опыта: нужно! Если вы хотите иметь личную жизнь и свободное время, обязательно пишите какой вид бизнеса предлагается.

Сейчас много людей нуждается в работе. Работе, на которой после месяца чего-либо делания дадут зарплату. Сетевой бизнес, как вы знаете, гарантированного ежемесячного дохода не дает. Приходится изрядно попотеть, прежде чем кривая твоего дохода поползет вверх.

Как-то я дала объявление о заработке без каких-либо дополнительных объяснений. Мне звонили каждые 15 мин, мужчины и женщины, девушки и юноши... Сначала я всем назначала встречу. Говорила, что видов заработка несколько, что на работу по телефону не принимают и т.д.

Я проводила по 2-3 встречи в день. Молодежь приходили по-трое, по-четверо. Некоторые даже регистрировались в компании...

Очень многие, обзвонив несколько таких как у меня объявлений, понимали куда их «заманивают» и не приходили. Так я проработала месяц - больше не выдержала.

Сейчас моя реклама обязательно содержит информацию: кто, кого, куда и зачем приглашает. Стараюсь, чтобы мое объявление чем-то зацепило потенциального консультанта, вызвало желание присоединиться ко мне. Да, на объявление откликаются немногие. Зато это люди, которые точно придут на встречу, которые знают, что Фаберлик – это фантастическая косметика и способ увеличить свой доход, некоторые приходят уже с заказами.

Бизнес - объявления, десять вредных советов.

Автор: Татьяна Годорож

Источник: http://tatjanagdr.blogspot.com/2008/06/blog-post_11.html

Мы часто используем в нашей работе объявления в газетах и листовки. Привожу ниже статью о том, как не надо делать рекламу. Весьма поучительно.

Как только Вы начинаете заниматься бизнесом, достаточно скоро перед Вами встает задача изготовления рекламно-информационных материалов.

Конечно, буклет или визитки лучше заказать у специалистов, но представьте, что Вам срочно нужно составить небольшой факс рекламного характера о деятельности Вашей фирмы.

Вы вполне сможете сделать это самостоятельно с помощью того же текстового редактора Word. Как красиво сверстать свой текст, Вы можете узнать из большого количества книг.

Я хотел бы рассказать о другом. Существуют законы восприятия информации, которые часто нарушаются. И для того, чтобы их соблюсти, есть ряд важных правил. Чтобы они Вам лучше запомнились, воспользуемся методом "от противного". Итак, перед Вами руководство:

"Как написать рекламную листовку, которую сразу выкинут в мусорную корзину".

Первый вредный совет. Начните со слов: "Если Вы хотите...". Адресат сразу начинает думать, хочет он вашей услуги (товара) или нет. Обычно он приходит к выводу, что пока повременит.

Второй вредный совет. Побольше жизнерадостного внимания к недостаткам адресата. Начните с их описания: "У вас выпадают волосы? Вы лысеете?". Еще более емкий вариант, создающий напряженное ожидание: "У Вас хорошее настроение? Прекрасное утро?".

Третий вредный совет. Сразу же дайте понять, что ваш товар (услуга) - штука уникальная:

"Препарат ЁКЛМН - решение всех Ваших проблем". Надо полагать, что сюда входят и финансовые, и жилищные, и прочие. Легко понять, какой есть общедоступный способ решения всех проблем отдельно взятого человека.

Да, да, тот самый. Еще Иосиф Виссарионович советовал...

Четвертый вредный совет. Если Вы только начинаете бизнес, ничего нет слаще заголовка:

"Фирма (ваше название, придуманное вчера) представляет". Мысль, что найдется идиот, который еще НЕ ЗНАЕТ!!! название Вашей чудесной фирмы, просто не должна приходить Вам в голову.

Пятый вредный совет. Столько придумали хороших шрифтов! Грех их не использовать.

В идеале каждое слово можно написать своим шрифтом. Отдавайте предпочтение декоративным.

Особенно эффектно написать шрифтом со множеством завитушек ваш телефон и адрес. Адресат получит несколько приятных минут, пытаясь отгадать: это какая цифра - 3 или 9, а вот эта буква наверное "в" или все-таки "к".

Чтобы он получил максимум удовольствия, напишите адрес и телефон как можно мельче. Ведь Вам совсем не хочется, чтобы он Вас нашел.

Шестой вредный совет. Если Вы будете отправлять листовку по факсу, очень желательно, чтобы там была фотография какого-нибудь дружелюбного лица. После прохождения факса по нашим телефонным линиям с высоким уровнем шума, это лицо станет еще дружелюбнее и весьма украсит Ваше предложение товара или услуги.

Седьмой вредный совет. Когда мы читаем, то "проговариваем текст внутри себя". Поэтому чем больше шрифт - тем громче. С каждой фразой, словом увеличивайте размер шрифта, выделяйте главное, а поскольку главное - все - все и выделяйте. Кричите! Адресату приятно заложит уши. Не уместилось на один лист - отправьте два, три. В конечном счете, зачем у адресата стоит факс?

Восьмой вредный совет. Ваш бизнес - самая важная вещь на свете, кто так не считает - тот дурак, Вы с ним не хотите иметь дело, и Вам не нужны его деньги! Поэтому не опускайтесь до объяснений. Больше технических терминов и непонятных слов.

Пусть адресат мучается комплексом неполноценности. Никогда не задумывайтесь над тем, как объяснить ему полезность Вашего товара (услуги). Он обязан сам догадаться! Не знает - пусть возьмет справочник, спросит у соседей, потревожит родственников. Этому олуху все равно нечего делать!

Девятый вредный совет. Никогда не делайте никаких абзацев, ничего не выделяйте, не ставьте никаких значков и разделителей. Ваш текст настолько ценен, что адресат обязан впитывать каждое слово. И побольше придаточных предложений, начинающихся со слова "который".

Десятый вредный совет. Поучайте адресата: "Вам конечно неизвестно, что... или "Вы безусловно не догадываетесь зачем...". Пусть знает: до него снизошел корифей.

Надеюсь, что воспользовавшись этими советами, Вы сумеете поступить правильно. Удачи!

Иванов Леонид Анатольевич, MBS Journal

Ссылка на статью: <http://www.advertology.ru/article62458.htm>

Как написать хорошее объявление-первое правило

Автор: Елена Кучерова

Источник: http://o-mlm.blogspot.com/2008/12/blog-post_341.html

Объявления – один из основных методов работы сетевого. Где бы мы не размещали нашу рекламу: в газете, на уличных носителях или интернет-сайтах, правила написания рекламы одни и те же.

Обычно, если на наше объявление нет отклика, мы экспериментируем с текстом, носителем рекламы, даже шрифтом. Как только начинается отклик на рекламу все! эксперименты прекращаются. А что если в новом виде ваше объявление получит еще больший отклик?

Реклама-это искусство! Не лишайте себя удовольствия творить!

Чтобы начать творить изучим сначала несколько основных правил, следуя которым вы всегда сможете написать хорошее объявление:

1. Самая распространенная ошибка в рекламе заключается в том, что сетевик думает о себе и о своих выгодах и напрочь забывает о такой важной вещи, как выгода будущего партнера или покупателя. В результате потенциальный клиент открывает газету, заглядывает в листовку или в письмо, пробегаем глазами предложение о сотрудничестве – и привычным движением выбрасывает рекламу в урну. Потому что в ней нет ответа на главный вопрос: «Зачем мне это?»

Например, девушка покупает тушь для ресниц не потому что у туши "турбокисточка", а чтобы лучше выглядеть и нравиться мужчинам.

Поэтому реклама сугубо описательная, рассказывающая лишь о свойствах предлагаемого товара (продукции или сотрудничества), заинтересует лишь тех, кто и сам уже подумывал о приобретении чего-либо подобного. А всех прочих оставит равнодушными.

Но если речь в рекламе пойдет о выгоде покупателя, о решении его проблем – такая реклама может привлечь даже людей, которые сроду не собирались приобретать данный товар, так как не знали, что он может решить какую-то их проблему.

Главную выгоду читателю нужно предлагать с первой строчки объявления. Как это лучше сделать?

- Можно предложить читателю способ достичь этой выгоды.

«Пять способов выглядеть к Новому году на 5 лет моложе!»

- Можно предложить читателю непосредственно выгоду

- Можно отдать читателю приказ получить эту выгоду

«Узнайте, как можно уже к Новому году выглядеть на 5 лет моложе!»

- Можно спросить нужна ли читателю эта выгода

«Хотите взглянуть к Новому году на 5 лет моложе?»

- Можно спросить, известна ли читателю эта выгода

«Известно ли вам как к Новому году выглядеть моложе на 5 лет?»

- Можно рассказать читателю ,как другой человек получил эту выгоду

«Моя мама за 2 недели стала выглядеть на 5 лет моложе!»

- Можно привести слова другого человека о том, как он получил выгоду, и т.д.

Выгода должна упоминаться в первой же фразе текста. И там же – в той же самой фразе ,либо в следующих за ней нужно упомянуть одну-две дополнительных выгоды.

Например:«Делайте заказы не выходя из дома и экономьте свое время для общения с близкими!»,«Знаете ли вы как получить профессию косметолога бесплатно, зарабатывая при этом деньги?»(Аж самой понравилось!)

А теперь попробуйте и вы написать несколько вариантов объявлений. Какую выгоду дает ваше предложение? Есть ли дополнительные выгоды?

Запишите все варианты и поиграйте с текстом. Если вам покажется, что получился стоящий вариант, распечатайте листовку на принтере и покажите ее нескольким потенциальным клиентам. Если увидите, что текст зацепил их, то можно тиражировать или нести объявление в газету.

Остальные правила написания рекламы рассмотрим в следующий раз. Желаю успеха!

Как писать хорошие объявления - 3

Автор: Елена Кучерова

Источник: <http://o-mlm.blogspot.com/2008/12/3.html>

Сегодня я расскажу о третьем правиле рекламе, с которого, наверное, нужно было начать.

Ответьте, пожалуйста, на один вопрос: для чего вы даете рекламу, какова цель вашего объявления? Этот вопрос только кажется простым.

Задача нашего объявления – мотивировать читателя совершить какое-то определенное действие: либо совершить покупку продукции, либо подписать контракт о сотрудничестве с компанией, либо что-то другое.

Когда вы определитесь какое действие должен совершить читатель попросите его совершить это действие. Например: «...закажите каталог по тел....,запишитесь на льготный косметический сеанс по тел....».Реклама, которая прямо просит или требует совершить какое-либо действие оказывается на десятки процентов более действенной.

И убедитесь, что вы дали читателю все необходимые для связи координаты.

Тут же давайте подумаем: почему потенциальный клиент должен обратиться именно к вам, ведь газеты и столбы увешаны объявлениями ваших конкурентов.

Для того, чтобы читатель ответил именно на ваше предложение, оно должно отличаться от других. Оно должно быть уникальным! Я думаю, вы понимаете, что предложение должно быть положительно-уникальным.

Подумайте, что вы можете предложить своим потенциальным клиентам. Составьте список. Можете включить в него и курсы визажа, которые вы окончили в юности, и медицинское образование(если оно у вас есть),и курсы косметологов, и удобное расположение вашего сервисного центра, и возможность доставки на дом.

Если какой-то из этих параметров выделяет вас на фоне конкурентов, смело включайте его в свое объявление.

Желаю удачи!

Кто смел, тот и съел

Автор: Екатерина Бокитько

Источник: <http://www.pro-mlm.ru/promlm/reklamiruem/index.html>

Всем привет!

Сегодняшний выпуск целиком и полностью посвящен рекламе и "разбору полетов". Спасибо всем, кто прислал письма с объявлениями для публикации! Давайте учиться рекламе вместе!

Одним из первых на промоушен (<http://www.pro-mlm.ru/promlm/promotion/index.html>) откликнулся мой антипод - Валерий Хвалев, автор рассылки "Анти-МЛМ. О чем молчит богатый папа". Видимо, ежедневная писанина рассылки привела семейные финансы Валерия в плачевное состояние, и он решил немного подработать ... гаданием на кофейной гуще.

"Предсказываю Ваше будущее в сетевом маркетинге. Детальный прогноз в цифрах на основании данных о Вас и Вашей компании. Пишите curator собака e-mail.ru

А это его рекомендация Юрию-Разбогатею (читайте предыдущий выпуск)

Я бы написал такое объявление:

Секреты МЛМ устами его классиков. Р. Киосаки, Б. Шефер, Т. Шрайтер, в аудиозаписи на CD-диске.

С уважением Валерий Хвалев

Школа Своего Дела - Тольятти

"Человек! Займись Своим Делом"

Моя рассылка на Subscribe "Анти-МЛМ. О чем молчит богатый папа"
<http://subscribe.ru/catalog/directmarketing.masterdelo>

Сначала прокомментирую рекламу предсказаний.

В своей рассылке Валерий выдвигает единственный аргумент против МЛМ - "В МЛМ добивается успеха только 5% процентов участников", повторяя этот аргумент снова и снова, с настойчивостью мухи, бьющейся в оконное стекло... Под "успехом в МЛМ" Валерий понимает наличие чека за оборот нижестоящей сети.

Валерий не имеет опыта дистрибьюторской деятельности, и поэтому предполагает, что все подписавшие соглашение с МЛМ-компанией, ПЛАНИРУЮТ добиться этих чеков. Мой же опыт работы говорит о том, что БОЛЬШАЯ часть дистрибьюторов НЕ СТАВЯТ СЕБЕ ТАКОЙ ЦЕЛИ. Многих вполне устраивает просто приобретение продукции по дистрибьюторской цене, или небольшой розничный бизнес.

Поэтому, из тех, кто пришел в МЛМ С ЦЕЛЮ добиться чеков от сети, успеха добивается, по моим подсчетам, каждый третий. А почему не все? Остальным просто не хватает элементарной настойчивости...

Кстати, в Школе Своего Дела, которую так усердно продвигает Валерий (не являясь ни владельцем, ни совладельцем торговой марки "ШСД", просто в надежде на посреднические гонорары), процент преуспевших "школьников" приблизительно такой же.

Зная любимый конек Валерия, напишу заранее результаты "прогноза". Вы можете высылать ему любые сведения о себе и своей компании, начиная от своего любимого сорта мороженого, и заканчивая размером обуви президента. Прогноз вы получите следующий: "Ваш шанс добиться успеха составляет 5%".

Теперь об объявлении, которое бы дал Валерий на месте Юрия-Разбогатея. Ответ, к сожалению, неправильный.

ЧИТАЕМ ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ!

"Здравствуйте, Катерина.

На мой взгляд объявление Юрия из Саратова логически не закончено, продаешь - так продавай. То есть желательно сразу знать цену (может это "+" этого предложения), и нет фразы типа "заказы принимаются по..."

Есть еще один момент, для кого-то не существенный, а для меня важный - все слеплено в одну кучу, воспринимается так же тяжело, как монолог актера без пауз.

С уважением, Елена
<mailto:grantlife@mail.ru>

Молодец, Елена! Прямо в точку!

Людей интересует, ЧТО КОНКРЕТНО вы предлагаете. И они не хотят тратить драгоценное время своей жизни, чтобы писать кому-то для получения развернутой информации.

Далее, людей интересует ЦЕНА.

И наконец, клиенты хотят знать, каким конкретно способом они могут оплатить товар и получить его.

Именно так представляют свои товары интернет-магазины.

Я переслала это письмо Юрию, но к сожалению, работу над ошибками он так и не проделал.

Он сообщил мне, что на его объявление откликнулся 1 клиент, видимо, его это удовлетворило. На мой взгляд, подумав хорошенько и переписав текст, Юрий мог бы получить минимум 10-20 клиентов. Причем люди писали бы ему не для получения информации, а присылали бы конкретные заказы.

Вот его ответ:

"Юрий Кузнецов. удачи и большой любви, будьте бриллиантами!!!!!! жду еще " 12 писем от разгневанных зрителей" типа передача такая на мтв- где зрители обсуждают клипы и творчество певцов всеразличных!!! объявление можно повторить- можно опять с пожеланием его обсудить, я согласен- под любым соусом его подавайте!!!!!! обещаю спам никому не слать, подарки все откликнувшиеся получают, от тома шрайтера марка ярнела ренди гейджа новости обещаю... -- Best regards, razbogatey <mailto:razbogatey@mail.ru>

Похоже, Юрий все-таки раздолбал клавиатуру! Когда он писал свои имя и фамилию, кнопка "Shift" еще работала... Затем отказала...

Здравствуйте, Екатерина!

Если говорить на тему этих объявлений, то здесь всё просто:

"Объява" должна наводить человека на проблему (...и предлагать решение). Второе - об. должна быть неординарной (как можно ярче) Это всё. (Повалят толпами)

Вопрос в другом: А что сам дистрибьютор-сетевик с этими толпами будет дальше делать??? - Массово предлагать купить продукт? , массово агитировать незнакомых людей вступить в компанию заработать денег??? Хотя, "работает - всё", но, чем дальше дистр-р от непосредственного ("любовного") общения с каждым конкретным человеком, предпочитая: /листовки, объявления, интернет, раздача и сбор каталогов и т.д./ - тем дальше дистрибьютор от своего заветного успеха (в "большом МЛМ")
Best regards,
Александр
sasha_ageev@mail.ru

Вот вам и рецепт успеха от моего давнишнего поклонника! Правда, Александр не захотел сам продемонстрировать пример "идеальной объявы". Видимо, побоялся быть затоптанным толпой клиентов и дистрибьюторов.

Дорогой Александр! Я всегда готова придти на помощь! Толпы и массы направляй, пожалуйста, в мою сторону:-)Я разберусь, что с ними дальше делать...

ИТАК, МЫ НАЧИНАЕМ КВН!

Здравствуйте, Екатерина!

Недавно я подписался на Вашу рассылку - впечатляет!

Для публикации в рассылку отправляю Вам свое объявление (изящный способ добраться до реальных адресов). Вот мое объявление.

Внимание!

"Что есть мир?" - спросил человек - "И что есть я в этом мире?"

В школе, институте Вы изучаете английский, бухгалтерское дело, бизнес, инженерное дело и т.д. - все предметы, предназначенные для того, чтобы сделать из Вас хороших служащих для кого-то другого. Нет ни одного курса по Вашему главному "предмету" - УСПЕХ. Вы тратите 16 лет своей жизни и не получаете ни одного курса, как ПРЕУСПЕТЬ.

Потратьте 7,5 \$ и 2-3 месяца Вашей скучной жизни на то, чтобы никогда не испытывать страх перед завтрашним днём!!!

ПИШИТЕ surgeon6@yandex.ru ПРЯМО СЕЙЧАС, ЧТОБЫ УЗНАТЬ БОЛЬШЕ! ЖМИ СЮДА, ЕСЛИ УМНЫЙ <http://mlmneways.narod.ru/>. ЖМИ СЕЙЧАС И ПОЛУЧИ БЕСПЛАТНУЮ КНИГУ.

С пожеланием успеха, Константин Рожин

Вперед туда, где есть здоровье и деньги!

<http://mlmneways.narod.ru/>

Директор виртуальной клиники <http://mlmneways.narod.ru/mlm/doctors.html>
surgeon6@yandex.ru

Это письмо публикую почти полностью, т.к. маленькое объявление, представленное на промоушен, не дает развернутой информации о предложении.

Екатерина, здравствуйте!

Внимательно читаю Вашу рассылку. Дело нужное! Особая признательность за то, что Вы этой рассылкой объединяете наше разнородное "племя" и приносите в него некий дух цеха, корпоративности. Впоследствии, после принятия Закона о Сетевом маркетинге будем объединяться вокруг таких лидеров, как Вы, если Вам это будет нужно.

Большое спасибо за такую уникальную возможность "отпиариться"!

О себе, деле и рекламном объявлении. В бизнесе с 1988 г., со времен первых кооперативов, в своем регионе был одним из первых кооператоров. В 1998г. познакомился с сетевым маркетингом, с 2000г. почти весь в нем. Живу пока в г. Кызыле.

В этом году на рынок России вышла новая сетевая компания (из соображений этики не буду давать ее название), которая пока в единственном числе предлагает эти духи с феромонами, причем в качестве главной "товарной фишки". Так как с одним из учредителей этой компании мы находимся давно в деловой переписке, то подписался туда одним из первых, но до сих пор не выкупил даже стартового набора - много там недоработок.

Летом, во время работы над товарным каталогом одной очень перспективной (на мой взгляд) сибирской компании, буквально перерыл весь рынок в поисках хороших товаров и вышел на нужных людей. В итоге - статус эксклюзивного дилера по продаже духов с феромонами на территории Урала, Сибири и Дальнего Востока для сетевых структур. Но в условиях пока полностью открытого рынка поставляем эти духи и в самую Москву и далеко не сетевикам, т.е. работаем со всеми.

Идея продажи феромонов сетевым структурам возникла в результате ошибки хозяев той компании, которые позиционируют эти духи как свой эксклюзив, и выставили на них запредельные цены. Наши отпускные цены практически в два раза меньше, что позволяет сетевому посреднику или держателю склада иметь на торговой надбавке очень хорошую прибыль. А профессиональный продавец получает приличную "розницу", причем конечная цена не выходит за рамки установленной средне российской цены на этот продукт.

Схема, предложенная мной, уже апробирована и успешно работает в нескольких регионах.

Вот объявление, которое представляю на PROMOTION.

ДУХИ С ФЕРОМОНАМИ! Эксклюзивный дилер по Уральскому, Сибирскому и Дальневосточному ФО приглашает дистрибьюторов сетевых компаний для сотрудничества.

Информационное сопровождение!

Бесплатные консультации по продажам!

Индивидуальный подход!

Трем первым клиентам три первых заказа на 20% дешевле!

e-mail: fax3942213291@mail.ru

Екатерина, Вы просили указать город, и он был указан в начале письма. Но здесь добавлю для всех читающих эту рассылку, что в данной ситуации "родиной" этого письма является Москва - Кызыл. Почему? Находясь на периферии, без профессиональной адресной доставки в регионы, можно иметь хоть сто подобных идей, но не заработаешь ни цента. У нас эта доставка работает уже несколько лет, и занимаются ей профессионалы, которые могут за день принять деньги, забрать и оплатить товар и организовать отправку в любой регион!

*Друзья, коллеги, региональные дистрибьюторы!
Желаю Вам Удачи, Успехов и Процветания!*

С уважением Владимир Селиверстов <http://seliverstov2005.narod.ru>

Честно признаюсь, что я лишь краем уха слышала об этих феромонах. Кажется, это какие-то специальные вещества для привлечения противоположного пола. Возможно, стараниями Владимира, в Кызыле такие духи уже превратились в обычную и всем понятную вещь, как, например, колбаса с чесноком или хостинг-

провайдер с регистрацией доменного имени:-). Мы в Москве вечно все узнаем последними

На мой взгляд, неплохо было бы дать развернутую информацию об этих феромонах, и о том, с чем их едят. А лучше всего - дать пример эффективности продукта на основе личного опыта (в виде эротического рассказа, например:-)). Если, конечно, не боитесь толп клиентов...

УЧИТЬСЯ УСПЕХУ!

8 тысяч и 7 причин "за" работать с "Vision":

- 1. Крупная международная компания*
- 2. Высокое качество продукции*
- 3. Гибкий график работы*
- 4. Возможность работы через Интернет*
- 5. Выплата коммисионных через банкоматы "Альфа-банка"*
- 6. Программа профессионального развития на мировом уровне.*
- 7. Нет ограничений по возрасту, образованию и профессии.*

По всем вопросам пишите Jobvision@mail.ru и звоните (8442)79-54-33 Елена

К сожалению, не очень конкретно. "Высокое качество продукции" уже навязло в зубах. Дайте факты! "Возможность работы через Интернет" - не указан даже корпоративный сайт. И основная ошибка, которую делают многие - не указан ваш город, а код города перед номером телефона ни о чем не говорит. Многие люди не знают кода города, в котором живут.

Предположим, вы живете в славном городе Черноморске. А в соседнем от вас доме живет другой читатель рассылки. И он подумывает о бизнесе с "Визион". Вот вам реальный шанс познакомиться!

ЗВОНИ ПО САМОМУ ВЫГОДНОМУ ТАРИФУ В РОССИИ И ЗАРАБАТЫВАЙ !!! Суть проекта *GlobalConnection* - Россия заключается в том, что Вы получаете возможность получать РЕГУЛЯРНЫЙ ДОХОД от трафика абонентов, которые подключились к определенному тарифу оператора сотовой связи по Вашей рекомендации. Хотите бесплатно разговаривать по своему мобильнику ? А может быть вы хотите ещё при этом зарабатывать неплохие деньги ? Ваш доход возникает от того, что много людей пользуются выгодным тарифом сотовой связи: Вы получаете процент от их ежемесячного трафика.

Это самый выгодный тариф среди тех, которые есть в настоящее время у региональных дилеров !!! Хотели бы Вы создать "денежную машину" не инвестируя деньги и не неся финансовый риск? Я вас научу, как делать этот бизнес ! За подробностями обращайтесь на : glc777@yandex.ru
Андрей.

Мой комментарий читайте после следующего письма.

Я предлагаю познакомиться с возможностями проекта Global Connection. Это - прибыльная сотовая связь, для всех, от Мегафона. Согласитесь, что пользоваться самыми низкими тарифами, преимуществами в обслуживании и получении скидок при разговорах - это выгодно. А самое главное, приложив минимальные усилия, сделать свою связь бесплатной, а при достаточных усилиях - создать мощный механизм для получения постоянно растущих доходов в интересетевом бизнесе.

В интересетевом бизнесе человек становится независимым предпринимателем и строит собственный бизнес в рамках выбранной компании. Интересетевой маркетинг характеризуется тем, что вы сами можете определять степень своего участия в бизнесе и тот уровень доходов, который вы хотите получить. Если вас заинтересовало данное предложение, то ответьте мне, и я укажу вам все необходимые ссылки, отвечу на возникающие вопросы, помогу в консультациях по вопросам ведения бизнеса.

*Игорь Григорьевич
г. Екатеринбург
E-mail: grey_61@mail.ru*

Уважаемый Игорь Григорьевич! Ссылки надо сразу указывать!

Основное слабое место этого, и предыдущего объявления - нет тарифов! Укажите таблицу тарифов основных сотовых операторов, и наглядно покажите, что ваше предложение - наиболее выгодное! Рядом с моим домом, на автобусной остановке, висит большое объявление формата А4 с аналогичным предложением по сотовой связи. Там написано: "Впервые! МЛМ-бизнес!.." И еще куча всякой ерунды. Но там тоже не указаны тарифы! А звонить мне лень...

ВЫ СЛЫШАЛИ О ДЭНС-ТЕХНОЛОГИИ?

Блестящие разработки отечественной медицинской технологии, признанные во всём мире! Прекрасные возможности лечения как тяжёлых заболеваний тела, так и дистрофии кошелька!

avf_DENAS@mail.ru

Андрей Викторович Фомин

andrewvfomin@mail.ru

Очень интригующее объявление! Андрей Викторович, срочно шлите подробности!

Спасибо за интересную рассылку.

Моя реклама:

Спешите! Только в ноябре можно получить подарок от компании Тяньши. Приобретите продукцию Тяньши на 300 у.е. и получите подарок - косметика Тяньши стоимостью 105 у.е.

<http://www.club.trios.e-gloryon.com>

С уважением, Тамара Ивановна

Непонятно, эта реклама нацелена на розничных покупателей или на дистрибьюторов? И что я вообще буду иметь, заплатив 300\$? Т.е. есть цена, но нет никакого описания потребительских свойств товара (те же, кто знает продукцию

Тяньши, знают, и где ее приобрести). И опять двадцать пять - город не указан! А лазить на сайт за ответом на такой простой вопрос будут далеко не все, трафик денег стоит!

СЕКРЕТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ только для тех, кто хочет построить свой бизнес в интернет ! 1081 печатная машинописная страница бесценной и редкой информации! Только для вас! И только сейчас! Узнать Больше Совершенно Бесплатно <http://trening.bizzon.info>

Быстро и Просто Увеличивайте Продажи Своего Цифрового Продукта ! Узнать Больше Совершенно Бесплатно => <http://ecover.bizzon.info>

НЕМЕДЛЕННО Узнайте Секретную Формулу Мощной Раскрутки Вашего Сайта или Проекта в Интернет Без Особых Затрат Времени, Сил и Денег! Узнать Больше Совершенно Бесплатно => <http://traffic.bizzon.info>

НЕМЕДЛЕННО Откройте Свою Рассылку и Начните Зарабатывать в Интернет! Об этом и не только ... в электронной книге "Как Быстро и Эффективно Создать и Раскрутить Собственную Рассылку в Интернет. Пошаговое Руководство По Созданию Своей Денежной Машины" ==>
<http://e-zine.bizzon.info>

"Кто еще хочет узнать СЕКРЕТЫ Производства Визитных Карточек ?" Бесплатный Электронный Курс "Изготовление визитных карточек. Технология. Изготовление. Бизнес" Бесплатная подписка здесь ==>
<http://bizzon.info/businesscard>

"Они подумали, что я сошел с ума, когда я решил организовать свой БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТЕ!" Бесплатный Электронный Курс "Как Заработать Кучу Денег, Продавая Информацию В Интернет (Не Имея Большого Таланта И Опыта)" Бесплатная подписка здесь ==> <http://bizzon.info/businessonline/>

"Кто еще хочет зарабатывать деньги, сидя дома, в домашних тапочках, у себя перед компьютером?" Бесплатный Электронный Курс "Первые Шаги На Аукционе eBay - Просто О Сложном!" Бесплатная подписка здесь ==> <http://bizzon.info/ebay/>

С искренним уважением, Доценко Александр Анатольевич
Руководитель проекта Bizzon.info
Украина, 10003, г. Житомир-3, а/я 7
E-mail bizzon@ukrpost.net
WWW <http://bizzon.info>

Реклама МАСТЕРА! <http://bizzon.info> - учитесь, студенты!!!

Здравствуйте, Екатерина!
Подписался на все Ваши рассылки, жаль, что узнал о них недавно (кстати, у Хвалева).
Вот мое объявление, заранее благодарен.

Потрясающие Секреты Зарабатывания Денег американских миллионеров. 30% американских миллионеров сколотили свои миллионные и миллиардные состояния способом, представленным в нашей рассылке.

Пошаговые инструкции позволят Вам уже через 3 месяца иметь доход от 100 долларов в неделю, а через 6 месяцев Ваши доходы возрастут в 10 раз. Используя всю мощь Интернет, Вы сможете заниматься этим бизнесом даже на Северном Полюсе. БЕСПЛАТНАЯ рассылка на

<http://subscribe.ru/archive/invest.wellness/>

Еще раз спасибо. С уважением, Евгений Кобыляев.

Конечно, подписываюсь! И уже представляю себя в домашних тапочках на Северном полюсе...

Престижный и выгодный Цептер

Готовить с помощью Цептера - легко!

Смотрите по субботам в 10 часов 10 минут передачу Смак с Андреем Макаревичем и по воскресеньям в 10 часов 35 минут по ТВЦ программу Лакомый кусочек .

А если хотите ещё и попробовать еду, приготовленную в посуде Цептер , то приходите. Приглашаем Вас на дегустацию эксклюзивных блюд. И это мероприятие проводится бесплатно!

Записываться по телефонам 750-85-63 и e-mail:ist60@mail.ru Количество мест ограничено!

ВНИМАНИЕ!!! ГРАНДИОЗНАЯ СКИДКА!!!

20% НА ВСЮ ПРОДУКЦИЮ ФИРМЫ "ЦЕПТЕР"!!! БЕСПРОЦЕНТНАЯ РАССРОЧКА ДО 18 МЕСЯЦЕВ!!!

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ДО СЕРЕДИНЫ ДЕКАБРЯ 2004 г.

КУДА ПРИХОДИТЬ-ТО, ЧЕРТ ПОДЕРИ?! На деревню к дедушке?

На 99,9% уверена, что эта реклама принадлежит перу москвича. Жители столицы, конечно, догадываются, что кроме Москвы существуют еще какие-то населенные пункты... Ну типа, пара-тройка избышек где-то в тайге... Но они никак не могут предположить, что 81% читателей этой рассылки живет в ДРУГИХ городах России и СНГ, а также в Прибалтике, США, Канаде, Германии, Израиле, на Кипре, в Польше, Китае, и еще десятке стран...

И у нас НОВЫЙ ГОД !

Товар не залеживается, цены не завышены, потому и скидок нет. Ваши клиенты ждут косметику "ЧАРОВНИЦА" к празднику. Будет и у Вас НОВЫЙ ГОД в новой компании с новыми возможностями. За подробностями обращайтесь e-mail :kapriss@mail.ru

Перечитайте, пожалуйста, письмо Александра Агеева (см.выше). И на вашей улице когда-нибудь перевернется грузовик с новогодними подарками...

Здравствуйте, Екатерина и уважаемые коллеги!

Спешу сообщить вам, что 1 ноября в Москве открылся первый в России сервисный центр российско-французской сетевой компании "Edelstar", официальный сайт edelstar.ru

14 ноября состоится церемония торжественного открытия компании. Продукция "Эдельстар" - это большой ассортимент косметики, изготовленной в России из французских компонентов, биологически-активные добавки и экологические средства для дома.

Посмотрите наши дистрибьюторские цены:

*Губная помада - 66 рублей;
Блеск для губ - 58 рублей;
Лак для ногтей - 65 рублей;
Тушь - 66 рублей;*

*Гель для умывания - 69 рублей;
Комплекс от морщин - 92 рубля;
Питательный и увлажняющий ночной крем - 77 рублей;
Крем для сухой кожи рук - 56 рублей;
Антицеллюлитный крем-кофе - 92 рубля;
Комплекс вокруг глаз - 70 рублей;
Лечебно-профилактическая зубная паста (заменяет 6 обычных тюбиков!) - 66 рублей;
Шампунь для нормальных волос - 73 рубля;
... и еще 50 наименований в косметической серии!*

*Витамины для укрепления ногтей и волос - 124 рубля;
БАД против угревой сыпи - 131 рубль;
... и другие добавки!*

*Универсальное концентрированное моющее средство (1 литр) - 162 рубля;
Концентрированное средство для чистки печей и духовок (1 литр) - 199 рублей;
... и еще много интересного!*

Маркетинг-план - с премиями за личный объем и отделением директоров - классика, проверенная временем!

Прекрасно иллюстрированные цветные каталоги по цене всего 5 рублей(!!!) сделают всю работу за вас!

Подписка первых 100.000 дистрибьюторов - бесплатно, в дальнейшем - 1\$!

Компания предоставляет дистрибьюторам кредит на сумму до 6.000 рублей!

В ближайшее время - открытие сервисных центров по всей России!

*Звоните (095) 534-91-98, пишите edelstars@yandex.ru
Профессиональная спонсорская поддержка гарантируется!*

<http://mlm-audio.ru> – Твоя Успешная команда

Что тут еще добавишь? Ставлю пять с плюсом!

СЕНСАЦИЯ! ВЗРЫВ СВЕРХНОВОЙ!

14 ноября в Москве открывается новая MLM-компания "Edelstar"!

В ассортименте: декоративная косметика, уход за кожей лица и тела, парфюмерия, БАДы, экологически-чистая продукция для дома.

Каталог продукции и все подробности смотрите на сайте edelstar.ru

ООО "Эдельстар" сотрудничает с французской компанией "Sederma", производящей активные косметические компоненты для самых известных брендов, таких, как Лореаль, Шанель, Буржуа, Диор, Живанши, Клоранс, и других французских производителей косметики. Компания "Sederma" основана в 1964 году, производственный комплекс и лаборатории расположены в пригороде Парижа. "Sederma" - первая компания, вышедшая на международный рынок с технологией использования липосом в косметике. Одна из последних разработок компании - уникальный комплекс Matryxyl с микроколлагеном, способствующий реальному омоложению кожи. Продукция "Эдельстар" имеет оптимальное соотношение цена-качество, т.к. основное производство находится в России, цены на основные позиции не превышают 100 рублей.

Первые отзывы клиентов:

"Тоник отличный! Я нанесла его вечером, а утром исчезла моя обычная отечность. Вышла из квартиры, и первым делом услышала комплимент от соседки!" Раиса.

"Помада прекрасно ложится, долго держится ровным слоем, увлажняет губы и защищает их от обветривания. Много удачных тонов, купила сразу две помады, а в подарок получила от фирмы еще и лак для ногтей!" Оксана.

"Купила крем для рук для сухой кожи и не удержалась - намазала им руки прямо в электричке, пока ехала домой с работы. Действительно, прекрасно смягчает. После двух дней использования кожа рук, обычно очень сухая и шелушащаяся, заметно ожила!" Светлана.

"Хочется быть всегда молодой и красивой! Приобрела "Крем-комплекс для восстановления матрицы кожи лица и удаления морщин". Думала, вряд ли что-то мне поможет. Но этот крем меня удивил! Легкий, прекрасно впитывается, сразу дает ощущение свежести, прекрасно выравнивает и разглаживает лицо!" В.К.

"Вчера опробовала "Универсальное моющее средство" для дома. Мне не хочется выходить из кухни! Кафель блестит, линолеум стал как будто ярче, исчез запах от кошки!" Галина.

После 14 ноября будет информация о региональных дистрибьюторских центрах.

Дорогие сетевики! Куйте железо, не отходя от кассы!

Пишите сейчас: cyneп2005@rambler.ru , можно подписаться прямо по электронной почте! И уже завтра я помогу оформить ваших дистрибьюторов! Левиданская Наталья. Москва.

Всем, кто подпишется до 1 декабря - персональный подарок от меня лично!

Наталья - единственная, кто написал отзывы клиентов о продукции. А ведь это именно то, что мы с вами продаем, уважаемые коллеги! А вы думали, мы продаем банки с кремом?

ПОДВЕДЕМ ИТОГИ.

У меня есть два сообщения: хорошее и не очень... Начну с хорошего. На мой субъективный вкус, у нас есть несколько авторов-победителей. И победители получают награду - публикацию своей рекламы в рассылке "Школа сетевого маркетинга (МЛМ)" <http://subscribe.ru/catalog/marketing.shkolamlm>

Объявляю победителей:

Валерий Хвалев и "Гадание на кофейной гуще" - за оригинальность идеи.

Андрей Викторович Фомин с "ДЭНС - ТЕХНОЛОГИЕЙ" - за интригу.

Александр Анатольевич Доценко и "Бизнес в интернете" - за рекламные слоганы, мимо которых невозможно ни пройти, ни проехать.

Евгений Кобыляев и "Секреты американских миллионеров на Северном Полюсе" - за фантазию.

Дистрибьюторов "Edelstar" - за ответы на все основные вопросы и отзывы клиентов. Подозреваю, что они в сговоре... Если хотите поучиться рекламе, перечитайте еще раз их объявления и посмотрите, как хитро одно объявление дополняет другое. Кто смел, тот и съел!

Теперь не очень хорошее сообщение :-)

PROMOTION подошел к концу. Больше халявы не будет, уважаемые господа! Но все же у вас есть шанс прорекламировать себя и свой бизнес в моих рассылках. Каким образом? Присылайте интересные письма. Пишите, какими методиками работаете, рассказывайте интересные и смешные случаи, которые происходили с вами в связи с дистрибьюторской деятельностью. ДОПОЛНЯЙТЕ меня, критикуйте, доказывайте, приводите факты. И я опубликую такие статьи со всеми вашими ссылками и e-мейлами!

Слияние млм и линейного

Автор: Юрий Зарва

Источник: <http://www.mlm-blog.ru/?p=815>

Седня был на складе [НСП](#) так вот увидел интересную затею как млм бизнес подключить к линейному. Смотрим листовку:

Туристическое Агентство "NSP TOURS"

Мы предлагаем для Вас и Ваших знакомых отдых во всех странах мира: Египет, Турция, Таиланд, Европа и др., а также в странах Ближнего Зарубежья !

Мы работаем со всеми крупными туроператорами !

Для всех **дистрибьюторов** компании NSP у нас предусмотрена **скидка в размере 2%** от стоимости первой заказанной путевки и эта скидка накопительная и может достигать 10%.

Воспользоваться скидкой можно двумя способами:

Способ 1 - поехать отдохнуть самому и сэкономить 2% от стоимости поездки.

Способ 2 - отправить за границу своих друзей и родственников, получив при этом вознаграждение в размере 2% от стоимости их поездки.

(Для этого Вам необходимо обратиться в наш офис и взять визитную карточку, в которую Вам необходимо вписать свой дистрибьютерский номер и передать ее любому лицу желающему приобрести путевку)

Визитную карточку вы можете получить в любом из трех наших офисов (Добрынинская, Октябрьское поле, Беляево).

Ждем Вас!

Наш адрес: м. Добрынинская / м. Серпуховская,
ул. Люсиновская, д. 39, 2 этаж, офис № 2.

Телефон: 220-29-96; (985) 220-29-96

Можно раздавать визитки или рекомендовать знакомым и получать 2% скидки к себе в карман!

или экономить на любом туре 2%!
Прикольно!

Два объявления рядом

Автор: Алекс Левитас

Источник: <http://alex-levitas.livejournal.com/340658.html>

Зарисовочка с улиц Питера. На столбе рядом два объявления:

Muai Thai
Тайский бокс
Учим драться

и

Боевое самбо
Армейский рукопашный бой
Учим побеждать в бою

Единственное конкурентное преимущество

Автор: Алекс Левитас

источник: <http://alex-levitas.livejournal.com/349866.html>

Из внутренних документов одной фирмы:

«... В нашем городе существует 73 (СЕМЬДЕСЯТ ТРИ) предприятия, занимающихся тем же, что и наше.

Клиент должен хотеть и мочь получить квалифицированную помощь именно в нашем сервисном центре.

У нас есть единственное неоспоримое и недостижимое конкурентное преимущество: мы не ремонтируем технику, мы решаем проблему, возникшую у Человека. ...»

По-моему, прекрасно сказано.

А где с таким подходом сталкивались Вы, уважаемый читатель?

И так ли работаете Вы сами?

Как НЕ нужно делать рекламу

Автор: Марина Мазуренко

Источник: <http://mlm-audio.ru/blog/?p=496>

Реклама, как оказывается, дело тонкое...

У нас висят по городу баннеры, по задумке призванные рекламировать креативность какой-то дизайн-студии. Они хотели выразить это фразой «Все не как у людей». Но написали ее – «Все никак у людей». Еще и на каком-то темном фоне... Пряма реклама пострадавших от кризиса – помогите кто сколько может;))

А недавно я нашла просто самое настоящее [антипособие по рекламе](#).

Что самое забавное – это реклама настоящая, кем-то задуманная для привлечения клиентов. Но вот что из этого получилось...

В Иркутске как-то у салона оптики висел баннер Очки для всей семьи. Смотрелось просто ужасно. Первое что хотелось, глядя на одетых в очки детей – послать куда подальше этот магазин.

Но вот ребята похоже наших переплюнули:



А вот это живое напоминание о чувстве меры:



К вопросу о ценах:



И о составе:



А также о пользе и назидательной важности того что мы предлагаем:

Здоровые ноги - это Ваше лицо
Почему за ногами Вы ухаживаете менее ревностно?

Крем **ФУНГОТЕРБИН**[®]

- ✓ С первых дней побеждает грибок.
- ✓ Благодаря натуральным компонентам возвращает коже здоровый вид.
- ✓ Смягчает кожу устраняя красноту, шелушение и трещины.

Крем **ФУНГОТЕРБИН**[®] рекомендован Национальной академией микологии.

НИЖФАРМ[®] www.nizhpharm.ru



Смеялась полночи:)

А комментарии порой даже смешнее самой рекламы.

Вот еще несколько перлов:

<http://www.advertology.ru/index.php?name=Artishock&op=Show&wid=1756>

<http://www.advertology.ru/index.php?name=Artishock&op=Show&wid=1661>

<http://www.advertology.ru/index.php?name=Artishock&op=Show&wid=1716>

После этого я поняла, что не стоит полагаться в создании листовок, визиток, календарей и прочих бизнес-мелочей на свою интуицию.

Мелочи ведь, как известно, действительно не играют большой роли. Мелочи решают все! (А.Маккензи).

Пошла изучать [более продвинутые методы](#) 😊

P.S. Где размещать – тоже важный вопрос:)



Позиционирование. «Кто мы? Откуда мы? Куда мы идём?»

Автор: Алекс Левитас

Источник: <http://alex-levitas.livejournal.com/343121.html>

Презентации на последних семинарах, в том числе и на «Взрывном росте прибыли», показывают одну серьёзную проблему. Она присутствует как минимум в двух презентациях из трёх, а то и в девяти из десяти.

Отсутствие позиционирования.

Вообще-то про позиционирование написаны разные умные книги. Но если по-простому, то это рассказ потенциальным клиентам о том, кто Вы такой и что Вы делаете - так, чтобы они это поняли.

С чего начать позиционирование своего бизнеса? Ответьте всего на три вопроса:

—*Кому, каким клиентам нужен мой товар или моя услуга?* («всем» - это плохой ответ)

—*Когда, в какие моменты жизни нужен мой товар или моя услуга?*

—*Зачем, ради чего нужен мой товар или моя услуга?*

И включите ответы на эти вопросы в начало своей презентации, будь то живая презентация, рассказ на сайте или рекламная листовка.

Сделайте всего лишь эту простую вещь - и Вы уже опередите по позиционированию 90% своих конкурентов.

Для тренировки попробуйте дать простые и понятные ответы на эти три вопроса - в комментариях к этому посту.

Инструменты маркетинга: кампэйн районного масштаба

Автор: Шошана Бродская

Источник: http://business-mamasha.blogspot.ru/2011/02/blog-post_2942.html

Сегодня я хочу поговорить о таком инструменте маркетинга, как кампания в районной прессе.

Почему именно в районной? Потому что именно ее люди просматривают с наибольшим вниманием и заинтересованностью. Они понимают, что все бизнесы, которые там рекламируются - это их соседи, и если им что-нибудь захочется купить, то им не придется ехать за тридевять земель или платить за доставку. Если человек что-то ищет в принципе, то прежде всего он изучит районную газетенку.

Из своего личного опыта: я помещала рекламные объявления в районной газете и в областной. Первые почти всегда окупались, вторые не окупались ни разу. Как правило, на них вообще никто не реагировал.

Еще одно важное преимущество - это, конечно, цена. Примерно за одну и ту же цену в районной газетке вы сможете дать два объявления, а в областной - только одно.

Почему я вообще говорю про объявления в газете? Дело в том, что время "столбового и заборного маркетинга" безнадежно прошло. Сейчас такие объявления читают только бездельники, которые вам в вашей структуре не нужны. Деловые люди идут по своим делам, не разглядывая заборы. А если вы повесите свое объявление на автобусной остановке или другом месте массового ожидания, то с большой вероятностью нарветесь на штраф.

Тем не менее, снимать со счетов объявление как средство маркетинга нельзя. Это один из самых эффективных способов выхода на "холодный рынок". Если вы помните статью ["Как удвоить доход за месяц?"](#), то там говорилось, что самые лучшие способы общения с потенциальными клиентами - "оптовые". То есть, одним действием мы обращаемся ко многим людям сразу. И даже если это сколько-то стоит, это экономит вам столько времени и нервов, что одним этим ваше объявление окупается. Разумеется, если оно составлено грамотно.

Для того, чтобы составить объявление грамотно, нужно понять, к кому мы обращаемся. Кто наша "целевая аудитория". Об этом уже набили оскомину все маркетинговые курсы и рассылки, и тем не менее, пресса и интернет до сих пор пестрят объявлениями типа "Проверьте новую бизнес-возможность", "Я поведу вас к светлому будущему" и пр. Поймите, такие объявления не задевают абсолютно никого. С кем вы хотите работать, и какую проблему этой категории людей вы можете решить?

Например, моим самым эффективным объявлением было такое:

"Я только учусь, но мои знакомые, которые уже научились, зарабатывают до 40.000 шек. в месяц. Давайте учиться вместе, и с Б-жьей помощью мы сможем дать нашим дочерям хорошее приданое".

Вы спросите, причем тут приданое? Объясняю: моя целевая аудитория - многодетные религиозные семьи. В нашем обществе "харедим" (ультраортодоксы), выдавая замуж дочерей, стараются дать за ними хорошее приданое (идеальный вариант - квартиру), чтобы их муж мог максимум времени посвящать изучению Торы, и хотя бы первое время после свадьбы не работать. Разумеется, родители невесты вылезают из кожи вон, но не всегда получается обеспечить дочке то, что хочется. Особенно если учесть, что квартиры в Иерусалиме стоят примерно как в Манхэттене. Эта проблема одна из основных для моей аудитории.

На это объявление я получила порядка сотни звонков примерно за две недели.

Увы, я была еще слишком слабо подготовлена к такому потоку кандидатов. Удалось зарегистрировать всего 4 человека, из которых только один остался действующим дистрибьютором. Так что к размещению эффективных объявлений надо еще морально подготовиться...

Как узнать, чего больше всего хочется по жизни моей целевой аудитории? Нет ничего проще. Ведь это люди, с которыми мне хочется работать, то есть люди, похожие на меня.

Ответьте себе на вопрос: какую свою проблему мне больше всего хочется решить, или хотелось, когда я искал бизнес-возможность? И предложите ее решение.

Отлично зарекомендовали себя также кампании объявлений в местной прессе. Лично я их пока не использовала, и намереваюсь начать на этой неделе. Но я знаю по крайней мере две дистрибьюторские группы, которые на таких кампаниях построили огромную организацию.

Делается это так: в местной газетке заказывается место (скажем, четверть страницы), на два месяца. Это если газета выходит раз в неделю. Как правило, при таком заказе заранее газета дает существенную скидку. Составляется серия объявлений, которые будут сменять друг друга на этом заказанном месте. Очень хорошо смотрятся объявления о продукции: 1-я неделя - одна категория продуктов (или один продукт, если их немного), 2-я неделя - другой продукт и так далее.

Если объявления заказал лидер-одиночка, то он помещает свой телефон и свое имя (полное имя вызывает больше доверия - не забывайте, что читают ваши соседи и знакомые), если в районе уже действует группа дистрибьюторов - отлично, стоимость кампэйна можно поделить между активистами и указать имена и телефоны всех участников.

Идеально, если найдется "поставщик товара" в каждом квартале района, или в его разных концах. Внизу такого объявления можно написать: "Требуется распространитель в таком-то квартале". С большой вероятностью кто-то откликнется, если товар привлекателен и хорошие условия. **Про MLM-возможности в таких объявлениях говорить не нужно, это слишком сложно для газетного объявления.**

Такие объявления можно помещать месяцами. Как правило, они себя окупают. А главное - у жителей района создается твердая ассоциативная связь между вашей

фамилией и вашим товаром. И если когда-нибудь у них кто-то спросит, где достать такой-то продукт, они скажут: "А, мазь Гиперантигеморрой? Это у Васи Федорова, он живет вот здесь". И если в вашем районе есть конкуренция между дистрибьюторами вашей фирмы, то чем раньше вы начнете свой кампэйн, тем больше у вас шансов победить в этой конкуренции.

Еще одна деталь на заметку: участникам кампэйна желательно иметь блокнот квитанций. В смысле, регистрировать свои продажи на случай, если их деятельностью заинтересуется налоговая инспекция, и открыть папку "мелкий бизнес" в этой организации.

Маркетинговый шаг, или объявление на обложке

Автор: Шошана Бродская

Источник: http://business-mamasha.blogspot.ru/2011/06/blog-post_30.html

Хочу рассказать о маленьком маркетинговом шаге, который увеличил мне количество клиентов раза в три. Этот шаг платный, но он регулярно себя окупает даже на продажах (т. е. только от разницы между оптовой и розничной ценой, не считая бонуса), а если благодаря ему приходит новый дистрибьютор - одна только покупка им первого набора продукции окупает мне месячный расход на рекламу.

Дело в том, что я уже давно даю объявления в местном рекламном бюллетене. То о бизнесе, то о товаре. Как правило, такие объявления окупались, но не всегда, и я была недовольна результатом. Эти объявления для меня - почти единственный источник новых клиентов и кандидатов, так как я от природы человек очень стеснительный, и позвонить незнакомому или даже малознакомому человеку просто не в состоянии. Не говоря уже о том, чтобы подходить к кому-то на улице. А развешивать объявления на автобусных остановках и столбах считаю дурным тоном))))))), да и времени это слишком много занимает.

Поэтому я автоматизирую свою работу и делегирую нахождение кандидатов рекламному бюллетеню. Я плачу ему за это примерно 90 долларов в месяц. Такую сумму я зарабатываю от продажи 5-7 предметов продукции.

Так вот, раньше по этому объявлению звонили порядка 1-2 человек в неделю. То есть, если даже все эти люди покупали продукты, это с трудом оправдывало объявление. Но недавно мне дали дельный совет, которому я последовала, и количество звонков увеличилось примерно в три раза!

Совет заключался в том, чтобы поместить объявление на обложке рекламного бюллетеня. Это стоит дороже - процентов на 20%, но я сделала объявление меньшего размера, и инвестиции в рекламу увеличивать не пришлось. И это более мелкое объявление работает гораздо лучше, чем прежнее большое!

Дело, видимо, в том, что львиная доля людей вообще не открывают этот журнал. Это деловые люди, которым некогда сидеть на диване с чашкой кофе и рассматривать цветную рекламу. А еще это малообеспеченные семьи, которые думают про себя, что все равно не смогут купить то, что там рекламируется. Но ведь это самая ценная наша целевая аудитория! Первые - отличные покупатели, вторые - кандидаты на "трудоустройство".

Когда объявление, пусть мелкое, но яркое, помещено на обложке, оно бросается в глаза даже тем, кто выбрасывает журнал, не раскрывая. Все остальное - дело копирайтинга. Если текст цепляет внимание, то человек прочтает и позвонит.

С дизайном объявления у меня был долгий и мучительный творческий поиск, так как платить профессиональному художнику не хотелось. Это продолжалось, пока не позвонила дистрибьютор из другой ветки (!), живущая в нашем районе, и не сказала, что не может смотреть без слез на мои объявления и хочет дать мне совет как профессиональный оформитель.

Она сказала, что больше всего бросаются в глаза объявления с черными буквами на желтом фоне. Я так и сделала, и сразу почувствовала разницу.

Так что я хочу сказать, что объявления в районных газетах ничем не хуже, дорогие коллеги, чем контекстная реклама. Даже намного лучше, потому что большое число читателей знают вашу семью, и ваше предложение для них не безликое. То, что вы указываете ваше имя, убеждает знакомых в качестве товара - вам не стыдно лично за него поручиться перед большим количеством людей. И вы фактически предлагаете товар всем знакомым в районе, но не лично (что может быть воспринято как навязчивость, особенно "шапочными" знакомыми), а опосредованно, через рекламу, которая их ни к чему не обязывает.

Тут есть один скользкий момент... Мои консультанты, которым я рекомендую этот метод, обычно спрашивают - нужно ли для такого кампэйна регистрироваться в налоговой инспекции? Многие начинающие дистрибьюторы этого не делают, рассчитывая продавать только среди знакомых. Признаюсь, что я не знаю ответа на этот вопрос. Я сама зарегистрирована, и за 3 года работы получила от этого только дополнительные материальные выгоды (возврат налога, выплаченного супругом, в размере 1000-1500 долларов в год). Правда, раз в год нужно потратить полдня на отчет, но доход этого стоит)). У нас в Израиле мелких продавцов обычно не шмонают. Как ведет себя налоговая в других странах - не знаю.

Если кто-то имеет опыт кампэйна объявлений в прессе - поделитесь в комментариях!

Возьмите на вооружение SMS рассылки

Автор: Максим Мазуренко

Источник: <http://mmazurenko.com/blog/возьмите-на-вооружение-sms-рассылки/>



Недавно мне задали вопрос: “а где взять SMS рассылку за 15 копеек за SMS?”.

Отвечаю на поставленный вопрос и одновременно делюсь своим опытом.

В 2012 году на один из моих [сайтов](#) потребовалось добавить новый функционал: подтверждение номера телефона пользователей через **SMS** и информирование пользователей о статусе заказа посредством **SMS**.

Достаточно нетривиальная задача скажу я Вам. Ранее с таким функционалом не сталкивался и поначалу даже растерялся. Как это сделать?

Один мой знакомый компьютерный гик из аналогичной ситуации вышел следующим образом: он у себя дома собрал свой собственный **SMS – центр**. Этот центр представлял из себя обычный компьютер к которому были подключены несколько телефонов. На компьютер мой знакомый написал специальное программное обеспечение которое на уровне микрокоманд работает с телефонами и отправляет таким образом сообщения. Стоимость сообщений у него целиком и полностью зависит от того тарифа что установлен на номере с которого идет отправка **SMS**.

Данный способ мне однозначно не подходил... Так как всего этого я бы сделать не смог и даже если бы и смог, то это бы заняло слишком много времени, а как раз времени у меня не было. Поэтому я решил не изобретать велосипед и заняться поиском велосипеда который мне подошел наилучшим образом.

При поиске подходящего **SMS сервиса** я исходил из следующих соображений:

1. Должна быть **доступная цена** (главная характеристика)
2. Должна быть возможность прикрутить рассылку к своему сайту (наличие хорошо документированного **API**)
3. Должна быть возможность отправлять SMS используя своё имя отправителя

Это основные требования, которые мне пришли тогда на ум. С этими требованиями и желанием побыстрее найти идеального провайдера, я отправился в поисковые системы. Точно не помню как долго я искал, но притомился при этом конкретно.

Однако страдания не оказались напрасными, так как мне всё же удалось найти SMS провайдера с которым я работаю и по сей день.

<http://mlm-audio.ru> – Твоя Успешная команда

Этим провайдером оказался [SMS – Pilot](#).

В отличие от всех провайдеров которые мне попадались, у этого сервиса была самая правильная цена: тариф зависит от суммы платежа. Чем больше сумма платежа, тем дешевле стоимость SMS.

Тариф	SMS-сообщений	Цена за 1 SMS (руб)	Минимальный платеж (руб)	Постоянная скидка
1	1	0.29	0.29	
2	1000	0.25	250	14%
3	5000	0.22	1100	24%
4	10000	0.19	1900	34%
5	50000	0.17	8500	41%
6	100000	0.15	15000	48%
7	300000	0.13	39000	55%
8	500000	0.12	60000	59%
9	750000	0.11	82500	62%
10	1000000	0.10	100000	66%

Как видно из таблицы с тарифами, минимальная стоимость **1 SMS – 10 копеек!**

Самое дорогое SMS — 29 копеек. Примечательно, что заплатив максимально возможную для Вас сумму один раз, Вы получаете тариф, который закрепляется за Вами. Тариф можно поменять в сторону уменьшения цены за SMS, для этого необходимо лишь пополнить баланс на сумму соответствующую новому тарифу.

Чтобы протестировать сервис я, для начала, заплатил 250 рублей. Мой тариф сразу стал 25 копеек за SMS. После проведения ряда тестов, поэкспериментировав с API, было решено выбрать именно этого провайдера. Я пополнил баланс на 15000 рублей и мой тариф теперь 15 копеек за 1 SMS. Теперь я пополняю баланс любой суммой до 39000 и стоимость SMS остается прежней (15 коп). Если мне надо будет снизить стоимость SMS, мне надо будет пополнить баланс на сумму 39000 руб. или более, тогда тариф поменяется на соответствующий сделанному платежу. Надеюсь принцип того как происходит выбор тарифа я описал понятно (если нет, то вы можете задавать вопросы в комментариях).

Тарифицируются только доставленные сообщения. Вы оплачиваете только те сообщения, которые дошли до адресата.

Если Вы не собираетесь “прикручивать” **SMS – рассылку** к сайту, то этот сервис тоже подходит Вам. Сервис имеет веб интерфейс, через который Вы быстро сможете отправлять сообщения Вашим клиентам, партнерам по бизнесу, подчиненным и т.д. В веб интерфейсе реализована система управления списками: Вы сможете легко импортировать внешний список, разделить список на группы (кол-во групп не ограничено). Также сервис предоставляет систему разнообразных отчетов (проверка статусов сообщений, кол-ва отправленных сообщений и т.д.).

Если не хотите отправлять через веб интерфейс, то Вы можете установить программу на компьютер и отправлять сообщения через неё. Также, если у Вас есть смартфон на **ОС Android**, то вы можете скачать специальное приложение и отправлять сообщения через него. Ссылка на него тут:



И в дополнение ко всему сказанному, у данного сервиса есть партнерская программа, которая позволяет получать до 10% комиссии от привлеченных Вами клиентов.

В общем за пол года пока я пользуюсь этим сервисом он меня еще ни разу не подводил, поэтому с чистой совестью могу советовать пользоваться данным [SMS сервисом](#).

Если у Вас возникли вопросы или у Вас есть свой опыт решения проблемы с **SMS – рассылкой**, приглашаю задавать вопросы / подискутировать в комментариях к данному посту.

Почему я не купила того парня

Автор: Екатерина Бокитько

Источник: <http://www.pro-mlm.ru/blog/pochemu-ya-ne-kupila-togo-parnya/>

В предыдущем посте я опубликовала [письмо Константина](#), который предложил провести тренинг для консультантов моей структуры.

В своем ответе я написала, что консультанты моей структуры не нуждаются в НЛП-технологиях для продаж товаров, и что этот так называемый “бизнес-тренер” не умеет продавать.

Мне поступило несколько вопросов, почему я грубо и бескомпромиссно ~~послала~~ ~~этого товарища~~ ~~пасту овец~~ отказалась от его услуг по обучению дистрибьюторов.

Не всем читателям показалось очевидным, что Константин не умеет продавать. Что ж, я готова изложить свою точку зрения подробнее.

Сразу предупреждаю, что книжки по копирайтингу (составлению продающих текстов) я считаю макулатурой. Без всякого специального обучения копирайтингу я на практике научилась составлять эффективные тексты, которые дают хорошую отдачу, просто потому, что имею большой опыт продаж в оффлайне. Письмо Константина я буду рассматривать именно с точки зрения продающего текста, в котором он пытается продать мне свой тренинг.

Основные грубейшие ошибки, которые допустил Константин в своем письме, и из которых следует, что он вообще не умеет продавать, такие:

- Он не выяснил мои потребности, и даже не счел нужным подробно познакомиться с моим сайтом и спецификой работы моей компании.
- Не представил выгод своего предложения.

Поехали.

Здравствуйте уважаемая Екатерина,

Люди с двумя высшими образованиями перед обращением ставят запятую, а в конце приветствия - восклицательный знак. Детали...

Нашел Ваш сайт в интернете, очень заинтересовался.

“Нашел ваш сайт в интернете, очень заинтересовался” - обычно с этого начинают спамеры. Чем конкретно заинтересовался? Неужели такой образованный человек не читал у Дейла Карнеги, что единственное, что интересует человека - это он сам, и конечно его сайт (его машина, его дом, его дети, его хобби и т.д.)?

Очень рад тому, что в Зеленограде бурно развивается МЛМ-продажи.

На моем сайте нигде не написано, что я развиваю свой бизнес в Зеленограде. Подавляющее большинство моих консультантов живут не в Зеленограде.

В то же время я не совсем согласен с тем, что это бизнес для всех.

На моем сайте написано, что это бизнес для всех?

Вернее, именно на сегодняшний день не для всех. В условиях жесткой конкуренции заниматься сетевым бизнесом будут только самые активные и целеустремленные продавцы.

Сетевым бизнесом занимаются не продавцы, а лидеры.

А, как Вы понимаете, такими могут стать только хорошо обученные сотрудники.

У нас консультанты, а не сотрудники. Снова детали...

Я уверен, что в вашей компании проводятся специальные тренинги по способам презентации и особенностях продукции. Но насколько Ваши сотрудники готовы к "личным продажам" в коммуникативном плане? Обладают ли они навыками специальных методов общения, техниками предрасположения собеседника? Могут ли они вызвать подсознательное доверие к себе, как к себе-человеку, так к себе-продавцу?

Константин оперирует специальными терминами, которыми владеют выпускники психфаков, но ими не обязаны владеть домохозяйки, строящие сеть в МЛМ-компаниях. Это говорит о том, что Константин не умеет правильно подобрать слова, предназначенные для целевой аудитории, для которой он пишет.

Например, если я пойду покупать холодильник, мне бы хотелось, чтобы продавец проконсультировал меня по поводу выбора марки холодильника на понятном мне языке (нужно ли этот холодильник размораживать, как часто, какой температурный режим в морозилке и т.д.), а не на языке мастера по обслуживанию бытовой техники.

Вот и выходит, что МЛМ-бизнес только для общительных и "пробивных" людей, которые обладают перечисленными характеристиками исходя из своего личного наработанного опыта. А что остальные? Будут пробовать и бросать, а потом говорить, что МЛМ - это плохо и неприбыльно?

Остальные пойдут учить других личным продажам в коммуникативном плане.

Однако, повысить квалификацию продавца возможно. И научить коммуникативным техникам, и методам доверия, и, тем самым повысить отдачу от каждого консультанта, а следовательно и всего бизнеса. Предлагаю Вам свои услуги в этом нелегком деле. У меня есть опыт подготовки и проведения коммуникативных тренингов. Учился я этому в Карагандинском Медицинском Институте, на кафедре психиатрии, неоднократно участвовал в НЛП-тренингах, а в последствии и проводил их (сначала в Институте, затем как фрилансер).

Это повар, который жарит картошку-фри?

Несмотря на то, что тренинг ориентирован на широкий круг слушателей, материал был адаптирован для нескольких категорий слушателей, в том числе для преподавателей, студентов, и сотрудников сетевых компаний.

Меня конечно безумно интересует адаптация семинара по продажам для преподавателей и студентов. Нужно ли писать об этом мне?

В частности я провел 5 тренингов для представителей Mary Kay в г. Кустанае и Кустанайской области.

Отзывы? Экономический эффект? Кто повысил свою квалификацию? Насколько выросли объемы продаж?

Следует отметить, что проведение тренингов - это не основное мое занятие в жизни. До 2003 года я работал врачом, теперь работаю в сфере продаж медицинской техники.

“ВрачОм” пишется через О. Каковы успехи в сфере продаж медицинской техники? Как увеличился объем продаж бытовой техники после прихода Константина в компанию?

В 2007 году я получил второе высшее образование по специальности маркетинг (МИЭТ). Имея опыт и знания, хотел бы поделиться ими с Вашими сотрудниками.

Знания маркетинга предполагают умение проанализировать потребности рынка, выявить потенциального покупателя, а затем в соответствии с результатами анализа четко сформулировать бизнес предложение, предназначенное для конкретной целевой аудитории.

Итак, что же Константину нужно было написать, чтобы продать мне свои услуги?

- Нужно было почитать статьи на моем сайте. В этом случае не было бы ляпов.
- Изучить общую информацию о товарах, с которыми мы работаем.
- На основании этой информации подготовить бизнес предложение.

Включить такие моменты:

1. Войти в доверие, показав свою осведомленность содержимым сайта. Сделать комплимент.
2. Описать, какого рода предлагается семинар (тренинг), его примерный план, все это простым русским языком. Добавить интригу в заголовки, типа: “Почему у других покупают, а у меня - нет?” и т.п.
3. Осветить, чему научатся мои консультанты в процессе тренинга, и какие выгоды от этого будут иметь они и я. Что именно они улучшат, углубят, усилят, и т.д? К какому результату это приведет?
4. Привести конкретный пример, как эти знания или навыки можно было бы использовать для продажи нашей конкретной продукции с нашими конкретными методиками (при раздаче каталогов, проведении домашних кружков и т.д.)
5. Рассказать о личном опыте блестящей организации продаж медицинской техники.
6. Описать семинары для компании Мери Кей с отзывами.

Вот собственно и все, что требовалось, чтобы продать этот семинар.

Остро отточенные инструменты для профессионального бизнеса!



- Вы хотите проводить презентации и работать с подготовленными кандидатами, теми, кого Вам НЕ придется убеждать, что МЛМ – это легально, доходно и престижно?
- Вы хотите, чтобы Вас уже на ближайшем мероприятии компании представили как ТОП рекрутера? Чтобы Вам аплодировали, и чтобы Ваш чек рос как на дрожжах?
- Вы хотите, чтобы Ваша организация стремительно росла, так как Вас дублирует?

Тогда используйте **профессиональный инструмент** для рекрутинга!

Рекрутинговый фильм ОТВЕТ-2!

Он показывает кандидатам модель нашего бизнеса, и рассеивает самые распространенные предубеждения относительно него.

А Вы - тратите свое время только на заинтересованных людей.

[Вооружитесь сами и вооружите свою команду!](#)



Рекрутинговая брошюра – еще один инструмент, позволяющий дать правильное представление о нашем бизнесе и отработывающий все самые «страшные» – главные возражения о нем, причем чтобы прочитать ее, не нужны дополнительные технические средства – компьютер или интернет. Только книга:)

Прочитать ее можно на перемене в ВУЗе, в ожидании своей очереди в банке, в обеденный перерыв или даже в пробке!

Вместо того, чтобы проводить двухчасовую презентацию с объяснением идеи МЛМ, используйте книгу!

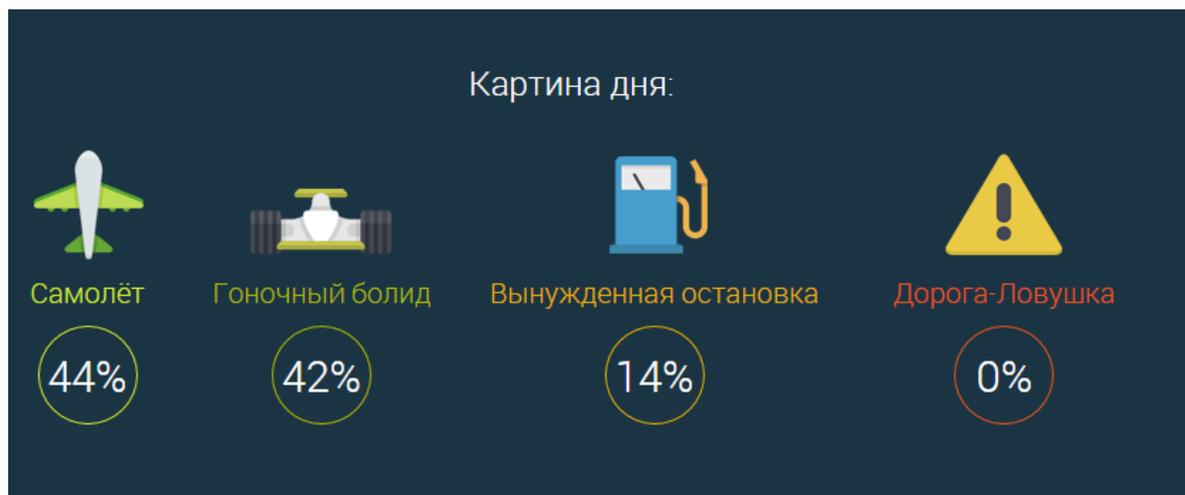
И делайте бизнес-предложение тем, кто благодаря книге, УЖЕ увидел преимущества МЛМ-бизнеса, работайте с подготовленными кандидатами!

Представляете, насколько выиграет от этого Ваш бизнес?

[Нажмите сюда, чтобы посмотреть несколько страниц рекрутинговой брошюры!](#)

Время = Деньги!

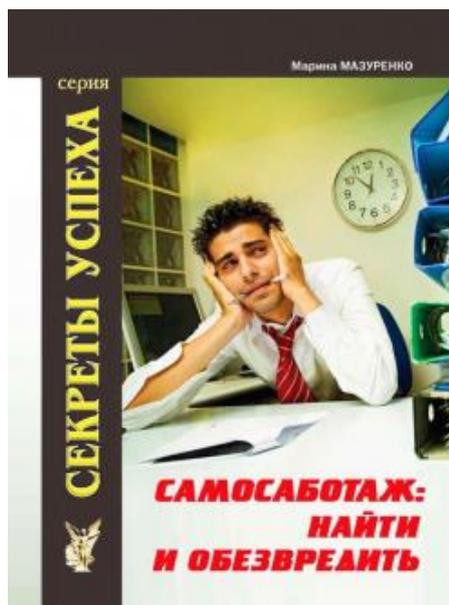
Не все дела одинаково полезны для Вашего бизнеса:



Секрет успеха - делать выбор в сторону тех дел, которые продвигают Вас к цели с самой большой скоростью!

Разложите свой день по полочкам (особенно, если время на бизнес у Вас ограничено) с простой системой таймменеджмента Евгения Попова, и удвойте

Результаты! [Узнайте подробнее =>>](#)



Сетевой бизнес просто делать, но еще проще не делать.

Ведь у сетевиков нет начальников, нет установленного распорядка рабочего дня, нет взысканий.

Именно поэтому, поддавшись самосаботажу, Результаты в МЛМ достигают не все.

Хотите победить этого коварного врага и быть в ТОПе тех, кто получает в бизнесе заслуженные дивиденды за свои действия?

Решение проблемы самосаботажа позволило мне за 2 года увеличить свой доход от \$100 до \$8000 в месяц!

Поможет и Вам!

[Самосаботаж: найти и обезвредить =>>](#)