

# Терри Дин

## **Ваша увлеченность и Ваши заработки - Часть 4**

Итак, в предыдущей статье мы с Вами рассмотрели важность предварительного исследования платежеспособного спроса на ту информацию, которую Вы хотите предложить миру по сходной цене.

А теперь давайте в общих чертах рассмотрим, что и как нужно делать, чтобы выяснить – будут ли покупать то, что мы представим на рынок или не будут.

Для начала, разумеется, нужно определить Ваши хобби и увлечения, опираясь на которые, Вы станете строить собственный онлайн-бизнес. Мы этим уже занимались в одной из предыдущих статей, и я очень надеюсь, что Вы добросовестно и с должным усердием выполнили это домашнее задание. Соответственно, не будем к этому возвращаться – вместо этого давайте двигаться дальше.

Итак, Ваше увлечение Вам известно, а значит, и тема (сфера) Вашего бизнеса, в направлении которой Вы станете строить свой коммерческий проект, также определена. Дальше дело за малым и первое, что нам нужно сделать – выяснить, что сегодня уже успешно продается и покупается в онлайн по данной теме.

Опять же – способов и инструментов, посредством которых можно решить данную задачу, существует достаточно большое количество. И чтобы не усложнять то, что можно выполнить достаточно просто, в данной статье я назову Вам основные из них и объясню, как ими пользоваться и чем они могут быть Вам полезны.

Итак, записывайте очередное домашнее задание, которое, как я надеюсь, Вы выполните также усердно и прилежно, как и все предыдущие.

Вам необходимо посетить несколько весьма полезных ресурсов Сети и сделать на них то, о чем я Вам сейчас расскажу.

*[Разумеется, в оригинале статьи приведены адреса и описание англоязычных ресурсов. Учитывая тот факт, что посетители данного сайта работают в Рунете и говорят на русском языке, я заменил все требуемые сведения из статьи Дина на их русскоязычные аналоги – примечание переводчика].*

### **1. Статистика поисковых запросов.**

Данный пункт является традиционной отправной точкой в исследовании популярности в онлайн той или иной темы и потребности пользователей Сети в информации по вопросам избранной Вами сферы.

И на это есть достаточно веская причина: с одной стороны, статистика поисковых запросов действительно позволяет получить кое-какие данные о масштабах интереса пользователей Всемирной Паутины к информации нужной направленности, а с другой – провести такой анализ можно достаточно быстро

и, так сказать, на базовых условиях, эта работа не будет Вам стоить никаких дополнительных расходов.

Вот как это делается.

Для начала нам нужно составить список ключевых слов и фраз, которые описывали бы выбранную Вами тему, то есть тему Вашего хобби. Чем больше таких слов и фраз Вы сможете придумать – тем будет лучше: все эти слова и фразы в дальнейшем тем или иным образом нам пригодятся.

К примеру, если Ваше страстное увлечение – это выращивание различных овощей на подоконниках окон собственной квартиры, ключевые слова и фразы могут выглядеть следующим образом:

- как вырастить помидоры на подоконнике;
- как вырастить огурцы на подоконнике;
- выращивание овощей на подоконнике;
- выращивание кабачков на подоконнике;
- выращивание огурцов на подоконнике;
- как вырастить огромные овощи на подоконнике;
- как быстро вырастить овощи на подоконнике;
- как без химикатов вырастить овощи на подоконнике;
- ну, и так далее.

Одним словом, Вам нужно провести добросовестный мозговой штурм на предмет генерации как можно большего числа ключевых слов и фраз, максимально точно описывающих сферу Вашего увлечения. Даю подсказку: лучше всего подойдут те ключевые слова и фразы, по которым Вы бы сами стали искать информацию по данной сфере в Интернете.

После того, как Вы с этим справились, нужно зайти на страницу, расположенную по адресу <http://www.wordstat.yandex.ru> – как только данная страница загрузится, Вашему вниманию предстанет строка ввода ключевых слов и фраз, под которой расположена кнопка «Подобрать».

Теперь дело за малым – возьмите первую ключевую фразу, придуманную Вами в ходе мозгового штурма, введите ее в строку и нажмите кнопку «Подобрать» – и поглядите, что из всего этого получится. Попробую угадать – в итоге Вы получите таблицу, в которой будет представлена статистика относительно того, сколько человек в месяц ищут информацию с помощью этой Вашей ключевой фразы.

Эта информация даст Вам некоторую пищу для размышлений на тему о том, насколько в онлайн-популярна сфера Вашего увлечения.

Там есть и другие пункты меню – «По регионам», «На карте» и пр. – можете понажимать, если Вам интересно. Но самое главное – проверьте популярность составленных Вами ключевых слов и фраз.

Как видите, здесь нет ничего сложного.

Многие из тех специалистов (как в кавычках, так и без них), кто занимается обучением исследованию рынка, забывают об одной очень важной детали – статистика поисковых запросов показывает нам картину общего спроса на информацию, а не спроса платежеспособного. Проще говоря, мы посредством анализа данной статистики сможем увидеть, интересуется ли народ в Сети той или иной темой и насколько сильно интересуется, но эта статистика никогда не расскажет нам о том, готов ли этот народ платить за нашу информацию.

Ибо как Вы понимаете, искать информацию и быть в ней заинтересованным – это одно, а вот быть готовым ее купить – совершенно другое.

Поэтому исследование статистики поисковых запросов – лишь первый шаг, но далеко не единственный. Как Вы теперь прекрасно понимаете – целиком и полностью полагаться на данные только этой статистики, принимая предпринимательские решения, было бы слишком опрометчиво.

Так что нам нужно осваивать и другие инструменты работы.

**2. Тематические сайты, как дающие, так и не дающие контекстные рекламные объявления.** Теперь давайте поработаем с ключевыми словами немного в другом направлении. Откройте главную страницу Вашей любимой поисковой системы и начинайте вводить ключевые слова и фразы в строку поиска – по очереди, разумеется, а не все сразу.

И наблюдайте за тем, что открывается Вашему вниманию как в левой, так и в правой колонке результатов поиска.

В левой колонке будет список сайтов, которые обнаружила поисковая система по Вашему запросу, такой список называется «поисковой выдачей». По мнению поисковой машины, предлагаемые ей сайты являются именно тем, что Вы ищете – ну, не мне Вам объяснять, что ее мнение не всегда совпадает с нашим. Тем не менее, это важно.

В правой же колонке будут представлены контекстные рекламные объявления – те самые, за клики по которым платит рекламодатель.

Ваша задача в данном случае сводится к следующему. Погуляйте по сайтам, которые будут Вам предложены как поисковой выдачей, так и контекстной рекламой, и посмотрите, продается ли на них что-нибудь? Что именно? В каком формате и по какой цене? Одним словом, присмотритесь к конкурентам, которых таким образом обнаружите – я уже объяснял Вам зачем это нужно и почему так важно.

**3. Сайты популярных онлайн-книжных магазинов.** На самом деле популярные онлайн-книжные магазины способны оказать интернет-предпринимателям гораздо больше услуг, чем Вы можете представить на первый взгляд. И слишком часто этот важный инструмент работы откровенно недооценивается.

Мы ведь с Вами сейчас анализируем ту информацию, которая уже успешно продается по избранной Вами теме, верно? Учитывая тот факт, что книга (будь она электронной или печатной – сейчас это абсолютно неважно) является самым распространенным форматом продажи информации – где добывать сведения о самых продаваемых позициях, как не в книжных магазинах?

Адреса самых крупных онлайн-книжных магазинов прекрасно известны, например, это <http://www.ozon.ru> – но Вы и сами можете найти большое

количество таких магазинов. Для этого опять же, посетите свою любимую поисковую машину и введите в строку поиска запрос «книжный интернет-магазин» – поисковая выдача Вас не разочарует.

Как только Вы составили список, скажем, из 5 – 10 крупных онлайн-книжных магазинов, Вам следует сделать на каждом из их сайтов две следующие вещи.

Во-первых, найдите в магазине те книги, тематика которых совпадает с Вашей. Просмотрите их описания, почитайте их заголовки и извлечения из них и пр. – вся эта работа предоставит в Ваше распоряжение весьма обильную пищу для размышлений о том, за что Ваши читатели уже платят, как формулируются названия книг и на что Вам следует обратить самое пристальное внимание при создании собственных инфотоваров.

Во-вторых, обратите самое пристальное внимание на такие разделы как «Лидеры продаж», «Бестселлеры» и пр. На сайтах разных магазинов они могут называться по-разному, но суть у них одна: в этих разделах указываются книги, которые продаются лучше всех остальных. Это тоже очень важная для нас с Вами информация, особенно в том случае, когда в разделы бестселлеров попадают книги, написанные по теме задуманного нами онлайн-бизнес-проекта.

**4. Бесплатные библиотеки электронных книг.** Полагаю, что не открою Вам Америку (или Африку, если Вам так больше нравится), сказав, что существует мнение о том, что в Сети можно найти абсолютно что угодно, абсолютно все и при этом – совершенно бесплатно. Очевидно, что подобные вещи может утверждать только тот, кто никогда ничего специфичного в онлайн не искал, но не будем об этом – нас сейчас интересует несколько иной вопрос.

Исследование бесплатных библиотек электронных книг призвано дополнить данные исследования статистики поисковых запросов. Также как и в первом пункте, здесь мы проверяем, насколько велик интерес онлайн-аудитории к той теме или сфере интересов, которую мы кладем в основу нашего коммерческого проекта.

Если Вы дружите с Интернетом и избранная тема уже некоторое время страстно Вас увлекает, значит, у Вас имеются определенные информационные наработки в данном направлении. В частности – источники разнообразной бесплатной информации по данной теме, а также какие-либо электронные книги, верно?

Безусловно. :)

И Вам нужно, просмотрев эти Ваши наработки, выяснить, какие именно вопросы Вашей темы интересуют аудиторию больше, какие – меньше. Какие вызывают самый настоящий ажиотаж, а какие – не волнуют вообще. Полагаю, не нужно лишний раз объяснять, зачем Вам нужна вся эта информация и какое важное предпринимательское значение она имеет.

Если же у Вас по той или иной причине (как говорится, мало ли что) до настоящего времени подобных наработок нет – нужно прямо сейчас заняться исправлением ситуации. Благо, сделать это совсем нетрудно. Просто зайдите на сайт Вашей любимой поисковой системы и наберите в строке поиска «библиотека бесплатных электронных книг о...» – на место многоточия, разумеется, нужно поставить сферу Ваших интересов.

Если специализированные библиотеки найти не удастся (иногда, но такое бывает) – не стоит унывать по этому поводу. Не забывайте о том, что существуют многопрофильные библиотеки электронных книг, где в одном месте собраны книги самых различных направлений. Ищите их по более общим запросам, таким как «библиотека электронных книг», «бесплатная электронная библиотека» и пр.

Кстати, одна из самых популярных бесплатных электронных библиотек живет вот здесь – <http://www.litru.ru/> – книг там достаточно много, также как и разделов, но имеется весьма существенный недостаток – отсутствие возможности сквозного поиска. Думаю, нет необходимости лишний раз напоминать о том, что не следует заикливаться только на этом одном сайте – изучите столько библиотек, сколько сможете, чем больше – тем лучше.

Благо, сегодня в них нет недостатка.

**5. Тематические форумы.** Поскольку тема, выбранная Вами для создания Вашего онлайн-бизнеса, сильно и до самозабвения Вас увлекает, еще раз рискну предположить, что Вы уже пытались найти в онлайн-единомышленников. А раз так – Вам должны быть известны адреса хотя бы одного, а то и нескольких тематических форумов по теме Вашего выбора.

Если же в Вашем распоряжении нет подобных адресов (что меня немало удивляет, если Вы дружите с Интернетом и сильно увлекаетесь заданной темой) – их совершенно нетрудно найти. Зайдите на страницу Вашей любимой поисковой машины и введите в строку поиска «форум о...» – и вместо многоточия, разумеется, напишите тему своего увлечения.

Сегодня в онлайн-мире можно найти большое количество форумов на любые темы, поэтому здесь у Вас проблем возникнуть не должно. Допустим, Вы нашли отличный форум (а еще лучше – несколько форумов) – что делать дальше? Все очень просто.

Участвуйте в жизни форума, принимайте участие в разворачивающихся там дискуссиях. Вам это доставит немало удовольствия – ведь мы говорим про общение на тему Вашего увлечения, которое поглощает Вас с головой, не так ли? И в процессе такого общения внимательно следите за тем, в какой информации нуждаются Ваши единомышленники, о чем они спрашивают чаще всего, что их интересует больше, а что – меньше. И фиксируйте свои наблюдения и свои мысли по этому поводу в письменном виде.

Эта информация также послужит безошибочным индикатором того, насколько востребованной является та уникальная ценность, которую Вы собираетесь предоставить миру в рамках своего коммерческого проекта. Итак, теперь у Вас есть несколько очень полезных и мощных инструментов, посредством которых Вы без особых проблем выясните, что именно продается по избранной Вами теме на просторах Всемирной Паутины. Эта информация нам очень и очень пригодится, поэтому займитесь выполнением порученного Вам домашнего задания.

И как только Вы с ним справитесь – приступайте к изучению продолжения данной статьи – к тому моменту, как Вы выполните все, что я Вам задавал – оно как раз поспеет.

Так что продолжение – следует!

**Источник:** <http://www.terrydean.org>

**Перевод на русский язык** – Павел Берестнев, <http://www.biz-webinar.com>