

## Глава 1

# Как заставить клиента выбрать ваш сайт и купить у вас, а не у вашего конкурента

**G**oogle получает больше миллиарда запросов в день и примерно 720 000 запросов в минуту.

Google может приводить на ваш сайт тысячи посетителей 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году. Он может работать на вас, пока вы принимаете душ, завтракаете, едете на работу, забираете детей из школы, говорите по телефону, спите, предаётесь размышлениям в уборной, мечтаете, рвете жилы, чтобы не провалить сроки, гоняетесь за клиентом, пишете электронное письмо...

И он может работать на автопилоте: на 100% предсказуемо и четко, как часы.

Десять-пятнадцать лет назад о таком даже мечтать не приходилось, а сегодня это повседневная реальность.

На что только всем нам — предпринимателям, владельцам бизнеса, менеджерам по продажам — не приходится идти, чтобы поставить компанию на ноги или хотя бы просто заключить сделку.

Я могу в тягостных подробностях рассказать о годах моей жизни, которые я провел, обивая пороги и терзая телефон холодными звонками. Я участвовал в бесконечных отраслевых выставках и непрерывно назначал встречи, которые оказывались пустой тратой времени.

*Но теперь все иначе.* Я больше не гоняюсь за клиентами: клиенты сами приходят ко мне. Со мной это происходит довольно давно, и я совершенно к этому привык.

И к вам они тоже придут.

*Для многих привлечение новых клиентов — настоящая каторга.* Это препятствие номер один для тех, кто хочет начать новый бизнес. Но все это можно оставить в прошлом. Вместо того чтобы преследовать покупателей, вы можете заставить их добровольно приходить к вам — днем и ночью.

Время показало, что сервис Google AdWords оказался самым значимым прорывом в рекламе за последнюю четверть века. Такого еще не было: вы платите пять баксов, создаете аккаунт и уже через несколько минут наслаждаетесь потоком абсолютно новых, точно подобранных клиентов, которые начинают заходить на ваш сайт.

Google может помочь вам во многом. Например, вы хотите добавить к своей торговле онлайн-элемент, который обеспечит более стабильный поток наличности и большие скидки от ваших поставщиков. Возможно, вам нужно сократить расходы на персонал или улучшить позиционирование ваших консультационных услуг.

Может быть, у вас уже есть рекламный трафик, но бесплатные листинги слишком ненадежны. Или вы успешно торгуете через eBay, но чувствуете, что уже готовы играть с большими парнями. Или же вы повозились с социальными медиа и решили, что пора бы и заработать на этом. А может быть, вы работающая мама и вам хочется наконец попасть домой к ужину.

Если вы посвящены в тайны онлайн-маркетинга, все эти возможности открыты для вас. Каждое утро, садясь за рабочий стол, вы будете получать по электронной почте свежие идеи и выходы на потенциальных покупателей. Клиенты будут покупать ваш продукт днем и ночью, семь дней в неделю, 365 дней в году.

Вы не будете отслеживать клиентов — они сами придут к вам. Вместо того чтобы гадать, выстрелит ли ваш новый продукт или услуга, вы будете это *знать*.

Почему же это стало возможным? Потому что за последние пять лет само направление бизнеса сменилось на противоположное.

В былые времена (помните 90-е?) предприниматели и продавцы преследовали своих клиентов телефонными звонками, письмами и рекламой в газетах. Теперь же клиенты преследуют бизнес в сети.

Тогда у вас был целый арсенал рекламных проспектов, призванных заставить клиента сделать покупку. Теперь покупатели — миллионы покупателей каждую секунду — ищут в интернете продукт, который бы их удовлетворял.

Слышали высказывание Вуди Аллена о том, что 90% успеха — это появление? Так вот, эта фраза в XXI веке получила новую жизнь. Стоит вам просто *появиться* в Google и на сайтах его\* поисковых партнеров, а людям — ввести правильный запрос, — и голодная толпа снесет двери, чтобы поесть в вашем ресторане.

В этой книге вы найдете секреты этого появления. Появления в правильных местах в нужное время. И перед подходящими людьми. А если вы уже используете для рекламы Google, вы узнаете, как сократить ваши траты на 20, 50, 70% или даже больше.

Эта книга будет интересна:

- тем, кто продает товары через почтовые или онлайн-каталоги;
- местным магазинам и сервисным службам;
- продавцам нишевых продуктов;
- предпринимателям, управляющим бизнесом из домашнего кабинета;

---

\* В тексте слово Google согласуется с глаголами прошедшего времени и местоимениями в мужском роде. Это связано с тем, что род имени собственного определяется по родовому слову: в контексте этой книги Google — поисковик, поисковый сервис, сайт (мужской род). *Прим. ред.*

- авторам, консультантам и издателям;
- продавцам на B2B-рынках, использующим любые наводки на потенциальных клиентов;
- некоммерческим и благотворительным организациям;
- владельцам бизнесов, связанных с перепродажей, ремонтом и торговлей запчастями;
- онлайн-сообществам и сайтам-клубам.

Google AdWords способен помочь бизнесу почтенной леди, продающей лоскутные одеяла, или международной корпорации. И вовсе не обязательно быть компьютерным гением: многие из лучших онлайн-предпринимателей не имеют отношения к информационным технологиям — просто они хорошо понимают своих клиентов.

Многие из этих историй успеха получены от «тайных предпринимателей». Тайных — потому что их соседи представления не имеют, чем они занимаются, считая их безработными лодырями.

**Google получает больше миллиарда запросов в день\*.**

Каждый из них ввел человек, который хочет чего-то так же сильно, как немедленно почесать там, где чешется.

А они тем временем управляют микроимпериями, не выходя из дома. Такие люди есть в сотнях самых разных отраслей, от бытовых и забавных до невероятно серьезных и узкоспециализированных.

И некоторые из этих ребят получают хорошие деньги. Десятки, даже сотни тысяч долларов в месяц — и никаких грязных делишек.

В этой книге я собираюсь показать, как им это удается.

---

\* The New York Times, Google Schools Its Algorithm, 5 марта 2011 года.

## Вот что нужно сделать, чтобы они нашли вас и купили у вас, а не у кого-то другого

У вас есть часы с секундной стрелкой?

*Тик-так.* 12 000 человек только что искали что-то в Google и заходили на чей-то сайт.

*Тик-так.* Еще 12 000.

*Тик-так.* Еще 12 000.

720 000 человек в минуту. Каждую минуту весь день напролет.

Всю ночь напролет.

Вот они ищут. Каждую секунду. Каждую минуту. Каждый час.

Находят ли они ваш сайт?

Покупают ли они у вас?

Или они вместо этого находят *еще* чей-то сайт и покупают там?

Они могут находить вас. Они *должны* находить вас. Они могут находить вас и покупать у вас. Многие из них придут на ваш сайт, купят у вас и вернуться снова и снова, если вы будете следовать простым инструкциям, изложенным в этой книге.

Google AdWords может стать огромным насосом, качающим рекламный трафик и приводящим в движение вашу маркетинговую самопилотируемую машину, которая штампует для вас наличные каждый день и каждую ночь, перетряхивая весь мир в поисках клиентов, пока вы спите. И эта машина приводит к вам не случайных любопытствующих, а покупателей, которые активно ищут именно то, что вы продаете в эту самую минуту.

И покупают у вас, не у кого-то *другого*.

Если интернет важен для вашего бизнеса, то ни одна книга, которую вы когда-либо покупали, не поможет вам заработать или сэкономить столько денег, сколько эта.

Это руководство написано так, чтобы вы могли быстро глотать его главы и немедленно приступить к делу, зарабатывая хорошие деньги с Google при помощи моей испытанной маркетинговой тактики. Это

приятное занятие: использовать убийственные приемы, которые откроют новые перспективы для вашего бизнеса и увеличат его прибыли.

Но есть и серьезная сторона. Вы не только узнаете, как играть в игру Google AdWords, но и научитесь создавать эффективные продающие объявления и «крючки», укреплять отношения со своими клиентами и побеждать на своем рынке.

В этой книге вы найдете:

- трагические, безумно дорогие ошибки, которые совершают почти все рекламодатели Google и онлайн-предприниматели, — и способы легко их избежать (включая техники, которым Google должен был бы сам вас обучить, но не делает этого);
- способы защитить бизнес-стартапы и новые продукты и исключить при этом риски (чаще всего у вас есть одна-две попытки на то, чтобы добиться успеха, — так зачем же оставлять что-то на волю случая?);
- истории успешных онлайн-бизнесов (научив добиваться успеха сотни интернет-предпринимателей, я составил список жизненно важных характеристик, которые отличают победителей от проигравших, и многие из них противоречат премудростям, которым учат в бизнес-школах);
- навыки по созданию супердейственных сообщений контекстной рекламы Google и веб-страниц, которые не только превратят посетителей в покупателей, но еще и будут со временем автоматически совершенствоваться, не давая вашим конкурентам шанса угнаться за вами;
- великие (но простые) секреты проникновения в головы ваших клиентов: вы будете точно знать, где те рычаги, которые позволят вертеть ими как угодно, а результат — лояльность, которая достигает невообразимого уровня, и база фанатиков, которые жадно набрасываются почти на все, что вы им предлагаете.

А если вы уже используете Google AdWords, вы получите как минимум на 30, а то и на все 300 процентов больше посетителей и заплатите за это меньше, чем платите сейчас.

Пока основательные персонажи будут делать в этой книжке пометки и загибать уголки (что тоже неплохо), вы сможете увидеть результаты уже по мере чтения. Прямо сегодня вы получите инструменты, которые сможете тут же испробовать, а результат получите спустя час-другой — еще до того, как отправитесь спать.

Ваш бизнес станет лучше уже завтра.

Так что пристегните ремень — вам предстоит захватывающая гонка! Держитесь меня и моего партнера Брайана, и мы посвятим вас в секреты успеха бизнеса в сети.

*Перри Маршалл*

*P. S.* К этой книге есть онлайн-приложение, содержащее дополнительные главы, интервью, специализированную информацию и постоянные обновления вечно меняющихся правил Google. Вы найдете их на [www.perrymarshall.com/supplement/](http://www.perrymarshall.com/supplement/).

*P. P. S.* Вот несколько отличных историй успеха, которые рассказали мне мои клиенты.

«Я впервые купил написанное Перри руководство по AdWords примерно пять лет назад и совсем недавно приобрел новое издание.

Перри никогда не обещал мне, что я разбогатею, используя AdWords, — он не пытался продать мне мечту. Я действительно это ценю. Как он сказал, AdWords — это не бизнес, это инструмент, который вы можете использовать для продвижения своего бизнеса. И я не знаю никого, кто был бы более подкован в AdWords, чем Перри Маршалл, и смог бы научить вас извлекать пользу из AdWords лучше, чем он.

Я могу пообещать, что его подсказки сэкономят вам немало денег, а может быть, даже спасут жизнь... в зависимости от того, среди каких рыб вы плаваете».

*Роджер Келли,  
Декейтер, Алабама*

«После нашей последней коуч-сессии мы изменили набор ключевых слов, как вы рекомендовали, и вот что можем продемонстрировать: наш общий CTR\* составил 4,4%. Лучшее объявление дало 12,4%, а худшее — вполне приемлемые 3,1%!»

*Симон Чен, The Eightblack Group,  
Мельбурн, Австралия*

«Я преданный фанат Перри с тех пор, как встретил его на мероприятии Дэна Кеннеди около пяти лет назад. У меня есть почти все его книги, я дважды участвовал в его "Бобслейном забеге", а в прошлом году посетил интенсив для четырех участников у него дома.

Перри всегда говорит все как есть. Он не из тех "гуру", которые вечно пытаются продать тебе свой следующий продукт или программу коучинга. Перри дает абсолютно надежные советы, как развить бизнес или продавать больше. Он повторяет их снова и снова, не пытаясь продать нам что-то новое. Поэтому-то мы любим Перри и доверяем ему. Поэтому я его постоянный клиент и покупаю все, что он предлагает.

Недавно я принял предложение о работе — после того, как десять лет был сам по себе. Теперь я аналитик по поисковой оптимизации и онлайн-маркетингу в местной компании, производящей программное обеспечение. Я руковожу их рекламными кампаниями в AdWords по всему миру, которые стоят в общей сложности больше 20 000 долл. в месяц.

---

\* CTR (click-through-rate) — отношение количества кликов к количеству показов одного объявления.



Используя то, чему меня научил Перри, я всего за один день увеличил их CTR с одного с небольшим процента до шести. Теперь у них в три раза больше объявлений при том же самом бюджете.

Советую подумать об использовании ваших знаний по управлению рекламными кампаниями AdWords для консультирования. Сейчас море работы в онлайн-маркетинге, и чаще всего годовая зарплата в этой области — шестизначное число. Я не думал, что смогу вернуться к “нормальной” работе, но мне нравится получать стабильный доход, приходить домой в пять часов и не беспокоиться о том, как поддерживать свой бизнес на плаву. Плюс я даю консультации, так что сейчас зарабатываю больше, чем когда бы то ни было».

*Тед Продрому,  
Сан-Ансельмо, Калифорния*

«Пока что для меня ваши самые дешевые продукты оказались наиболее ценными. Руководство по AdWords за 49 долл. стоит на самом деле в сотни раз больше. А бесплатные советы в вашей рассылке, в частности история о братьях Райт и Сэмюэле Лэнгли, вообще бесценны».

*Пол Дель Пьеро,  
Остин, Техас*

«Раньше с Google AdWords я получала 2830 кликов в месяц, каждый из которых обходился мне в 1,06 долл. Затем я потратила в общей сложности восемь часов на то, чтобы прочитать ваши материалы и использовать советы. Судя по результатам последних нескольких дней, в этом месяце я получу 7815 кликов, потратив те же 3000 долл. То есть сэкономя 23 400 долл. в год, или 2,67 долл. в час, — и все благодаря тем потраченным восьми часам. Это, без сомнения, лучшая инвестиция, которую я сделала в своей жизни, а ведь это только начало! И да, большинство новшеств я ввела сидя дома в пижаме».

*Кейт Ли, TMS,  
Кент, Вашингтон*

«Я всем говорю, что ваша книга обязательна к прочтению для тех, кто хочет продвигать свой товар в интернете. Я за день прочитал ваше руководство и в тот же вечер начал свою первую рекламную кампанию в AdWords. Сейчас их у меня четыре, и средний показатель переходов по ссылке по всем кампаниям выше 2%. CTR по моим прицельным ключевым словам значительно выше 3% (а по некоторым кампаниям — все 15%). В некоторых случаях все это увеличило трафик моих сайтов в десять раз, а мой ежемесячный заработок стал гораздо стабильнее (что всегда приятно). Лучшее всего то, что ни разу Google не закрыл мои ключевые слова за низкий CTR и я прохожу всего один раунд приема “Изъять и вставить” со своими объявлениями. Все эти мои новые успехи в AdWords — целиком заслуга ваша и вашей книги».

*Райан Дейсс,  
Остин, Техас*

«Я почти 100 тысяч долл. отдал компаниям, занимающимся интернет-продвижением, и не получил сколько-нибудь достойного результата. Я впервые узнал о Перри, когда слушал другой подкаст, и всего за год столькому научился! Фактически я только начал применять его техники в Google AdWords и уже пожинаю плоды. Мне нравится его подача информации и отсутствие попыток “надурить”.

Перри, вся ваша информация — чистое сокровище, и нам не нужно ее перебирать, отделяя зерна от плевел. Смотреть на то, как коэффициент кликов поднимается от 0,3 до 48% меньше чем за полчаса, просто невероятно!

Самое главное — моя экономия позволяет мне побеждать конкурентов и — что еще лучше — находить сферы, где конкурентов нет. Огромное спасибо за такие замечательные маркетинговые советы. Ваши материалы — самое ценное, что я на сегодняшний день приобрел за деньги.

Ваши концепции подходят мне и работают на меня, и я собираюсь запустить эту услугу для многих клиентов моих веб-хостингов».

*Эдди Саймондс,  
Аппер Марлборо, Мэриленд*

«Ух ты! Мои отклики увеличились на 500%... всего лишь после применения быстрого приема “Пластырь”. Не терпится увидеть, что будет, когда я внедрю все ваши предложения».

*Дженни Хэмби, копирайтер и консультант по маркетингу  
seminarmarketingpro.com,  
Плейнфилд, Иллинойс*