

Майкл Расмьюссен

**Выбор
ниши
для Вашего
бизнеса**



<http://www.berestneff.com>

**Издательство Виртуального Колледжа
электронной коммерции
<http://www.berestneff.com>**

Содержание:

Получите Ваш подарок!	3
Вместо введения.....	4
Две типичные ошибки, совершаемые новичками при выборе ниши и темы для своего информационного товара	5
Четыре фундаментальных вопроса, которые необходимо себе задать при выборе будущей собственной ниши.....	7
Сужаем рабочее пространство	9
Двигаемся дальше.....	10
Что делать после того, как Вы станете уверены, что выбрали отличную нишу.....	12
Вместо заключения.....	15
Прочитали? Поделитесь с другими!.....	16

Получите Ваш подарок!

Вам как читателю этой книги полагается шикарный подарок-сюрприз – 10 записей из серии телесемinarов «Звонок недели»!



Более 10 часов аудио: ответы на Ваши самые наболевшие, острые и актуальные вопросы о домашнем онлайн-бизнесе! И кое-что еще... кое-что уникальное и полезное специально для Вас!

Получите прямо сейчас **совершенно бесплатно!**

Для получения подарка проследуйте по ссылке

==> <http://www.berestneff.com/magistral.htm> <==

и заполните расположенную там форму подписки.

Для Вашей пользы и прибыльности!

Майкл Расмьюссен

Выбор ниши для Вашего бизнеса: Руководство к действию для онлайн-бизнесменов – Специальный доклад

Вместо введения

И снова здравствуйте, мой дорогой онлайн-предприниматель!

С Вами в очередной раз Ваш друг, помощник и наставник Майкл Расмьюссен, и сегодня на страницах данного специального доклада я хочу поделиться с Вами решением одной очень насущной проблемы, интересующей всех без исключения новичков онлайн-бизнеса.

Сегодня мы поведем речь о том, как Вы сможете без больших проблем и без приложения нечеловеческих усилий найти свою нишу – то есть, тему информационного товара, которая будет востребована и принесет Вам заслуженные деньги. Достаточно часто ко мне [ко мне тоже – прим. перев.] обращаются новички со следующим вопросом: «Я решил написать электронную книгу (создать обучающий курс, видеоматериал, аудиолекции) по такой-то теме... *как Вы думаете* – будет ли это востребованным? Будет ли спрос на товар по данной теме?»

Вот что я Вам скажу: думать и гадать тут бесполезно.

Ни один предприниматель сходу не даст Вам ответ на такой вопрос, если, конечно, он уже не провел соответствующие исследования и не убедился в востребованности (или невостребованности) информационного товара по той теме, которая Вас интересует. Наличие или отсутствие спроса на конкретную тему для инфотоваров нужно выяснять, и делается это как раз в ходе выбора той ниши онлайн-информационного рынка, в которой Вам хотелось бы работать.

Как раз об этом мы сегодня и поговорим.

Алгоритм правильного выбора нужной ниши для абсолютного большинства новичков остается тайной за семью печатями. Чтобы сделать для Вас эту тайну доступной, в данном специальном докладе я хочу открыть Вам собственную формулу поиска отличных ниш и востребованных тем информационных товаров, которой пользуюсь и сам, причем пользуюсь постоянно и с неизменным успехом.

Этот специальный доклад откроет Вам глаза на очень многие вещи и послужит поистине лучом света в темном царстве, особенно если Вы только начинаете (или только задумываетесь о том, чтобы начать) собственный онлайн-информационный бизнес и понятия никакого не имеете о том, как выбрать хорошую тему, чтобы Ваш информационный товар пользовался нужным спросом.

Что ж, приступим!

И перед тем, как объяснить Вам непосредственно формулу поиска подходящей ниши и темы инфопродукта, мне хотелось бы сказать несколько слов об очень ужасной вещи и раскрыть Вам...

Две типичные ошибки, совершаемые новичками при выборе ниши и темы для своего информационного товара

Что это за ошибки?

Как говорил один популярный киноперсонаж – прочтите и зарыдайте. ☹

Ошибка № 1. – Уверенность в том, что для работы в той или иной нише и создания инфотоваара по выбранной теме сначала нужно стать подлинным профессионалом этой темы. Конечно, если Вы сначала станете настоящим профессионалом в нужном вопросе, а потом станете создавать инфотовары по этому вопросу – это будет просто замечательно.

Но это – именно *идеальный* сценарий и никакой другой.

И вот, что я Вам скажу: для того, чтобы зарабатывать приличные деньги в выбранной Вами нише, Вам совершенно не обязательно быть профессионалом нужной темы. И в ходе дальнейшего изучения данного специального доклада Вы поймете, почему и каким образом такое возможно.

Я говорю совершенно серьезно, никаких шуток!

Я лично знаю не одну сотню онлайн-предпринимателей, которые работают в нескольких десятках различных ниш одновременно, создавая отличные информационные товары на десятки самых различных тем, но при этом не являются специалистами (а называя вещи своими именами – вообще не разбираются) ни в одной из этих тем!

Как они это делают?

Да очень просто.

Они делегируют создание информационных товаров и подготовку нужного бесплатного контента профессиональным наемным писателям, а сами лишь управляют размещением, публикацией и продажей данного контента, занимаются только маркетинговой работой и раскруткой собственных проектов.

Ошибка № 2. – Ориентация на создание товара, а не на потребности и предпочтения целевого рынка. Достаточно часто события развиваются по следующему сценарию: выбрав тему для своего коммерческого проекта, новоиспеченный предприниматель, одолеваемый потоком идей создания информационных товаров, желает поскорее засучить рукава и приступить к работе.

Хм... на самом деле в моей практике происходит то же самое и так, бесспорно, и должно быть.

Но здесь есть одно очень важное и нужное «но» - при всем при этом необходимо постоянно иметь в виду одну очень неприметную, но критичную деталь.

Проблема данного подхода чаще всего подкрадывается незаметно, и состоит она в том, что как только Вы создали тот или иной информационный товар, перед Вами во весь свой рост поднимается следующий вопрос: «А что еще, помимо этого товара, я могу продавать своей аудитории, чтобы зарабатывать по-максимуму?!»

Если Вы задались этим вопросом, это говорит только об одном – Вы думаете лишь о своем информационном товаре, а не о его покупателях. Вы сосредоточены на товаре, а не на потребителе.

Это совершенно не правильная предпринимательская ориентация, которую нужно изменить как можно быстрее.

Если Вы постоянно держите в мыслях свой целевой рынок и своего покупателя, то перед Вами подобного вопроса не возникнет. Ибо Вы моментально поймете, что никакой один-единственный информационный товар не способен разом ответить на все интересующие Вашего клиента вопросы (и это на самом деле очень хорошо!).

У каждого Вашего клиента не одна проблема и не один вопрос, а целая масса самых разнообразных проблем и вопросов.

И по каждой такой проблеме, по каждому такому вопросу можно создать отличный, полноценный и качественный информационный товар, оформив таким образом целую товарную линейку и весьма обширный ассортимент.

Поэтому никогда не фокусируйте все свое внимание исключительно на создаваемых товарах. Постоянно держите в уме картину Вашего целевого рынка, его потребности, заботы, проблемы и вопросы!

И тогда количество идей для создания отличных информационных товаров будет таким, что Вы никогда не перестанете пополнять «прилавки» своего коммерческого сайта, а значит – постоянно будете создавать все новые и новые потоки прибыли! Причем не зависимо от того, какова будет Ваша ниша.

Многие новички онлайн-бизнеса в один голос утверждают: «Но моя ниша – очень особенная! И я не смогу делать все новые и новые товары – вот такая особенность моей ниши!» Все это чушь. В любой рыночной информационной нише можно создать отличную, полноценную и потенциально безграничную товарную линейку.

Запомните это!

Что ж, давайте двигаться дальше... пришло время переходить к изучению самой формулы, основой которой являются...

Четыре фундаментальных вопроса, которые необходимо себе задать при выборе будущей собственной ниши

Вопрос № 1: Какие страстные увлечения у меня есть в настоящее время или были в прошлом? Кто бы что Вам ни говорил (и Вы сами – в том числе!), Ваши хобби и увлечения являются отличной отправной точкой для поиска потрясающих идей создания высокоприбыльных информационных рынков.

Причина подобного положения дел предельно проста: если у Вас есть достаточно большое количество единомышленников, то есть людей, увлекающихся тем же самым, чем и Вы, эти люди с большим удовольствием готовы тратить на нужную им информацию серьезные деньги, потому что данное хобби увлекает их до самозабвения и является предметом сжигающей их страсти!

Так что же увлекает Вас (по-настоящему увлекает) прямо сейчас, и какие увлечения у Вас были в прошлом?

Вопрос № 2: Что я знаю хорошо до такой степени, что мог бы обучать этому других людей? Этот вопрос – особенная тема, отличающаяся от Ваших хобби и увлечений. Здесь речь идет о вещах, которые Вы очень хорошо изучили на протяжении всей своей жизни, в которых у Вас есть хороший опыт и наработанные навыки.

Составьте список тех вещей, которым Вы можете научить других людей.

Многие жалуются, что не могут этого сделать, но на самом деле подобные жалобы вызваны, скорее, тем, что человек никогда и не пытался заниматься составлением подобного списка. Составление этого списка не займет у Вас много времени, если Вы спросите своих друзей, родственников и знакомых о том, что Вы умеете делать лучше других и что Вам удастся делать очень хорошо, не прикладывая к этому особенных усилий.

Но Вы можете справиться с этим заданием и сами. Просто сядьте, сосредоточьтесь на том, что у Вас хорошо получается и составьте список, подобный этому:

- ✓ я умею готовить отличные котлеты;
- ✓ я умею растить воспитанного ребенка;
- ✓ я умею получать хорошую работу на любом собеседовании;
- ✓ я умею прекрасно убираться и содержать свой дом в чистоте;
- ✓ я умею организовывать отличные вечеринки;
- ✓ ну, и так далее...

Видите, как на самом деле это просто? Просто сядьте и пишите этот список до тех пор, пока у Вас не иссякнут мысли в данном направлении.

Нужно всего лишь сесть и сделать это.

Очень важный нюанс – на данном этапе работы не оценивайте тот или иной свой навык и не думайте о том, нужно это кому-то другому или нет, будут ли за это платить или нет. Просто пишите и пишите до тех пор, пока не иссякнете, не позволяйте навязчивым мыслям и предвзятым оценкам мешать Вашей работе!

Вопрос № 3: Чему я бы хотел научиться и в чем я хотел бы начать разбираться? В предыдущем пункте я уже говорил о том, что Вам не нужно быть профессионалом по избранной теме, чтобы начать создавать по ней отличные информационные товары и зарабатывать на их продаже отличные деньги.

Весьма вероятно, что в Вашей жизни есть большое количество вещей, которым Вы хотели бы научиться и которые хотели бы освоить, но у Вас вечно не хватало сил и времени это сделать. И поверьте мне – ничто не заставит Вас так быстро изучать нужную информацию и двигаться навстречу успеху в выбранной теме, как создание вокруг нее собственного онлайн-информационного бизнеса.

Кстати, не поймите меня неправильно – я не призываю Вас незаслуженно объявлять себя специалистом в той области, в которой Вы таковым не являетесь, и строить вокруг этого свой коммерческий проект.

Ни в коем случае!

Но вот в том, чтобы создать свой коммерческий блог и издавать свою рассылку с Вашими рассказами о том, чему Вы научились в нужной области за последнюю неделю и каких результатов благодаря этому добились, нет ничего страшного и криминального.

Более того – подобным образом уже были созданы и великолепно функционируют сотни онлайн-информационных проектов!

Вопрос № 4: Какая самая важная вещь, которой я обязательно должен научить моего ребенка прежде, чем меня не станет? Это – очень хороший вопрос не только для начинающего онлайн-предпринимателя, но и вообще для любого человека, потому что он заставит Вас самым серьезным образом задуматься о том, что для Вас является реально важным в жизни.

И когда Вы им зададитесь, он заставит Вас проникнуть в свои глубинные ценности и проанализировать весь свой жизненный опыт без исключения, а это – исключительно полезное упражнение для каждого из нас.

Как следует поразмыслите над ответом и как только найдете его, будьте уверены – если у Вас есть что-то такое, что Вы чувствуете себя обязанным передать своим детям и научить их этому – знайте: то же самое Вы обязаны передать и как можно большему числу других людей на нашей планете.

А значит, из этого можно сделать отличный информационный товар, соответственно – вокруг данной темы можно и нужно сделать коммерческий информационный онлайн-проект.

И если бы мое мнение по этому вопросу что-то для Вас значило, я бы сказал Вам: Вы не просто можете... Вы обязаны сделать это!

В этом заключается Ваш долг перед всем человечеством!

Итак, поиск собственной ниши на информационном рынке и определение тем для Ваших будущих информационных товаров должно начинаться с поиска ответов на все эти вопросы. Займитесь этим прямо сейчас даже в том случае, если у Вас есть уже успешно работающий бизнес – Вы откроете для себя массу новых перспектив!

А насколько это полезно для зеленых новичков, и говорить не приходится...

После того, как Вы выполните эту работу, можно будет переходить к следующему шагу моей формулы, который заключается в том, чтобы сделать следующее...

Сужаем рабочее пространство

Итак, Вы успешно справились с ответами на поставленные в предыдущем пункте вопросы, и нам необходимо двигаться дальше.

Следующий наш шаг – еще раз просмотрите все полученные списки и запишите все идеи создания информационных товаров, которые при этом будут приходить Вам в голову. Опять же: не пытайтесь на этом этапе оценивать посещающие Вас идеи и думать о том, нужно это кому-то в онлайн или нет. Просто записывайте, до тех пор, пока не иссякнете.

Запишите как можно больше таких идей.

Как только Вы закончили с этим, пройдите по полученному списку идей и поставьте каждой из них оценку по десятибалльной шкале следующим образом: 10 – мне это очень и очень интересно прямо сейчас! и 0 – сейчас мне абсолютно нет до этого никакого дела (соответственно, баллы от 0 до 10 будут характеризовать Вашу личную заинтересованность в реализации каждой из полученных идей).

Итак, поставьте каждой своей идее ту или иную оценку.

После этого выберите 5 идей, которые получили у Вас наивысший балл, причем выбирая, какую именно из этих идей взять, а какую – нет (в том случае если у Вас, скажем, оказалось 25 идей в оценкой в 10 баллов), положитесь на собственное чутье. Если оно не позволяет Вам решить этот вопрос, что ж делать – подбросьте монетку ☺.

Выбрав 5 идей, которые интересуют Вас больше всего, запишите каждую из них на отдельном листе бумаги (или в отдельном документе Microsoft Word или другой программы – как Вам больше нравится).

Как только эта работа будет выполнена, возьмите первый из пяти получившихся листов бумаги и запишите на нем ответы на следующие вопросы:

- будет ли Вам интересно общение с другими людьми на эту тему?
- будет ли для Вас удовольствием тратить собственное время на то, чтобы изучать новую информацию по данной теме и выполнять новые действия по применению этой информации?
- что Вам будет особенно интересным в данной теме?
- какое количество людей способно увлечься и уже увлекается данной темой, много их или мало с Вашей точки зрения?

То же самое обязательно проделайте и с остальными четырьмя идеями.

Ответы на эти вопросы подскажут Вам, насколько перспективным информационным предпринимателем Вы являетесь при работе в той или иной тематической нише. Разумеется, брать за основу для первого проекта необходимо лишь ту тему, в отношении которой все ответы на указанные вопросы будут положительными.

Но и всей проделанной выше работы не достаточно для того, чтобы считать выбор нужной ниши и нужной темы для Вашего проекта окончательным. Пришло время выполнить определенную исследовательскую работу, чтобы результат был окончательным...

Да расслабьтесь, ничего сложного в данной работе нет, это будет даже забавно и увлекательно, так что как только Вы выполните все то, о чем я рассказал на предыдущих страницах – двигайтесь дальше!

Двигаемся дальше...

Первое, что необходимо сделать, определив тему своего будущего проекта и тематику создания будущих информационных товаров – это оценить размер онлайн-рынка для информации по данной теме.

Самый простой и доступный способ сделать это из всех мне известных заключается в том, чтобы выполнить определенные исследования статистики поисковых запросов.

Что ж, приступим к практической части. Наберите в адресной строке Вашего браузера следующий адрес (или просто щелкните по расположенной далее ссылке)¹:

<http://wordstat.yandex.ru>

¹ В оригинале специального доклада приведена ссылка на англоязычный инструмент – <http://inventory.overture.com> – от которого, по моему опыту, абсолютному большинству читателей не будет никакого толку, посему я и заменил его на аналогичный инструмент Яндекса. – Прим. перев.

Введите в пустую строку запроса какое-либо ключевое слово или ключевую фразу, по которой, как Вы полагаете, предлагаемую Вами информацию Ваши потенциальные посетители, подписчики и клиенты будут искать в поисковых системах. Нажмите нужную кнопочку и посмотрите, каков будет результат выдачи.

Среди всей выдачи отыщите конкретные ключевые слова и фразы (не те, которые будут на верхних строчках, а те, что будут ниже!) и запишите их. После этого зайдите на главную страницу поисковой системы Яндекс или Google, поочередно введите записанные Вами ключевые слова и фразы в поисковую строку. После того, как система отобразит результаты поиска, обратите самое пристальное внимание на контекстные рекламные объявления – те блоки текста и ссылок, которые будут показаны Вам с правой стороны страницы.

Итак, какое количество контекстных объявлений Вы наблюдаете?

Чем больше этих объявлений Вы видите – тем больше обычно размер данной ниши информационного рынка и тем больше в нем конкуренция.

Теперь обратите самое пристальное внимание на поисковую выдачу, то есть на список сайтов, которые находит по Вашему запросу поисковая система. Каково их количество? Насколько точно содержащаяся на них информация соответствует тому, что Вы пытались найти по своему поисковому запросу, ключевой фразе?

Погуляйте по этим сайтам и самым пристальным образом к ним присмотритесь.

Попробуйте ответить на следующий вопрос: большинство этих сайтов созданы специалистами в области онлайн-бизнеса или просто людьми, которым интересна данная тема и которые желают делиться информацией по данной теме? Обычно ответить на этот вопрос не составляет никакого труда: сайты специалистов имеют более опрятный вид, на них есть приглашение подписаться на рассылку, качественные рекламные материалы, отличная навигация и все остальные атрибуты профессионального подхода к созданию сайта и обеспечению его посетителей нужной информацией по интересующей их теме.

Таким образом, вводя в строку поиска на поисковой системе нужные ключевые слова и фразы, составьте список сайтов, посвященных той же теме, которой Вы хотите посвятить свой проект (или близкой ней теме если точного тематического соответствия не найдете). Этот Ваш список должен включать в себя как минимум 50 самых известных и посещаемых сайтов из всех тех, которые Вы только сможете найти.

Особое внимание уделите поиску так называемых сообществ, то есть сайтов, на которых собираются люди, интересующиеся Вашей темой и общающиеся друг с другом по вопросам данной темы. Как правило, это различные специализированные тематические форумы – Вам следует потрудиться, чтобы отыскать самые популярные форумы, на которых обсуждаются вопросы Вашей темы.

Конечно, выполнение данной работы потребует от Вас затрат определенного количества сил и времени, но сделать ее совершенно необходимо. Только после того, как Вы выполните все то, что я тут Вам написал, можете быть уверены, что определились со своей нишей и с тематикой Вашего будущего онлайн-информационного проекта в необходимой степени.

И когда Вы будете выполнять всю эту работу, то поймете, почему я рекомендовал Вам выбрать не одну тематику из всех возможных, а целых 5.

Ибо, выполнив нужные исследования для каждой из этих пяти тем и взглянув на результаты проверки, Вы невооруженным взглядом увидите, какую из них Вам будет лучше всего выбрать.

Что делать после того, как Вы станете уверены, что выбрали отличную нишу...

Разумеется, все сделанные ранее шаги вовсе не говорят о том, что выбор ниши будет стопроцентно правильный, и что именно в ней Вы заработаете огромное количество денег на продаже своих информационных товаров.

Удивлены? ☺

Напрасно.

Дело в том, что какие бы исследования Вы ни выполнили – до того, как Вы реально начнете работать по избранной теме, Вы не сможете знать на сто процентов, что именно этот проект будет выигрышным и успешным.

Ибо исследования дадут Вам лишь возможность свести риск провала проекта из-за неостребованности темы к минимуму, но полностью такого риска не исключают. Точно так же, как и в любых других ситуациях абсолютно любого бизнеса – риск есть везде и всегда.

Другое дело, что без таких исследований риск очень велик, а когда Вы их выполните и получите результаты, риск станет минимальным. Но он все равно будет. От этого мы никуда и никогда не денемся.

Поэтому для того, чтобы еще больше уменьшить риск и увеличить свои шансы на успех, после проведения исследований нужно сделать еще несколько очень важных шагов до того, как Вы кинетесь создавать свой первый информационный товар и попытаетесь заработать деньги на его продажах.

В частности, я всегда выполняю (и всем остальным рекомендую выполнять) следующее.

Купите самые продаваемые товары Ваших потенциальных конкурентов. Как Вы можете начать чувствовать рынок и собственными глазами увидеть все, что на нем происходит, не став на время частью этого рынка и не влившись на время в ряды покупателей? Конечно, приобретение самых продаваемых информационных товаров потребует от Вас вложения определенных денежных сумм, но ведь мы говорим здесь о бизнесе, не так ли?

Никакой бизнес не возможен без вложений, в том числе и финансовых – кто бы ни утверждал обратное!

Безусловно, я не пытаюсь заставить Вас потратить все имеющиеся у Вас деньги на это занятие с целью разорить Вас и отправить за черту бедности. Но если Вы желаете подойти к делу максимально серьезно и обеспечить максимальный успех будущему проекту – купите самые продающиеся товары на данном рынке, какие только сможете себе позволить.

На самом деле это очень важный шаг и Вы сейчас это поймете.

Изучите купленные товары и найдите слабые места в предложениях Ваших конкурентов. Чего Ваши конкуренты не дают покупателям – такого, о чем мечтает каждый покупатель? Вам нужно обязательно отыскать эти слабые места, а для этого, как Вы понимаете, необходимо выполнить предыдущий шаг. Это очень важная и ответственная работа, вот почему я настаиваю на приобретении наиболее распространенных товаров Ваших конкурентов.

Итак, в чем слабые места Ваших конкурентов? У них явно хромает клиентское обслуживание? Или имеющаяся в их товарах информация не способна ответить на все вопросы покупателя и Вы уверены в том, что Вы могли бы рассказать клиенту обо всем этом гораздо лучше? Или клиентам нужно общение между собой, а конкуренты не в состоянии этого обеспечить?

Или что?

Отыщите подобные слабые места – и Вы получите отличное готовое направление для создания собственного информационного товара или услуги, которые будут заведомо пользоваться широким спросом у Вашей целевой аудитории.

К примеру, в свое время я решил создать такой форум по теме Internet-маркетинга, который пользовался бы бешеной популярностью среди моих коллег и клиентов, как никакой другой. Казалось бы, дерзкая (даже наглая) и совершенно невыполнимая задача, не так ли?

Отнюдь!

Да, в онлайн существуют сотни форумов данной тематики, но когда я изучил самые популярные из них и почитал отзывы, то очень быстро обнаружил одно слабое место, характерное для них всех – ни на одном форуме не разрешается открыто рекламировать товары и услуги, относящиеся к теме дискуссии.

Я создал свой форум, на котором это разрешается делать (разумеется, при соблюдении определенных правил, но все же разрешается).

И что Вы думаете?

Этот ресурс (кстати, он находится по адресу <http://www.freeadvertisingforum.com>) насчитывает более 160 000 активных пользователей за весьма короткое время стал абсолютным чемпионом в своей сфере по посещаемости и активности!

А что я сделал? Всего-то лишь нашел слабое место конкурентов и на его основе создал собственное предложение. Вам надлежит поступать точно так же и успех будет Вам гарантирован.

Начинайте с малого. Совершенно не обязательно, определив свою нишу и тематику будущего коммерческого проекта, пытаться разом реализовать все свои замыслы. Более того – у Вас это не получится, Вы завязнете в болоте «незнания за что хвататься» и в итоге не сдвинетесь с места ни на шаг.

Решение этой проблемы очень простое – начинайте с малого. Выберите какое-либо одно направление, которое Вам принесет деньги в ближайшем обозримом будущем и начинайте воплощать его в жизнь.

Вы хотите создать сайт, наполненный контентом, чтобы зарабатывать на размещении блоков контекстной рекламы (например, Google AdSense)? Прекрасно. Начните работать над этим, сосредоточьтесь на этом и ни на что другое не отвлекайтесь, пока не сделаете все, что необходимо для обеспечения нужного дохода.

Или Вы желаете начать выпускать рассылку с рекламой собственных инфотоваров, которые собираетесь создать? Тогда сначала создайте какой-либо небольшой инфотовар, не особо дорогой, и начинайте его потихоньку продавать.

Одним словом – делайте что-либо, но при этом четко фокусируйтесь на выбранном направлении и не отвлекайтесь ни на что постороннее.

Вместо заключения

Выбор собственной ниши на онлайн-информационном рынке, определение тематики Вашего будущего коммерческого проекта – задача весьма серьезная и ответственная. Хотя бы потому, что от правильности выбора Вашей ниши во многом зависит результат тех усилий и того времени, которые Вы будете затрачивать на полную катушку в течение ближайших месяцев (а может быть, даже и лет!).

Искренне надеюсь на то, что описанная в данном специальном докладе формула поможет Вам сделать правильный выбор и принять правильное решение при выполнении этой очень ответственной задачи.

Повторю еще раз – эта формула основана на практическом опыте работы, причем не за один год, опыте как моем личном, так и моих коллег. И она еще ни разу никого из нас не подводила, а значит, принесет пользу и Вам.

Строго говоря, с этой единственной целью и был написан настоящий специальный доклад.

За сим позволю себе откланяться и пожелать Вам потрясающих успехов в работе по выбору собственной рыночной ниши, ее заполнению и извлечению потрясающей прибыли из продажи Ваших востребованных нишевых информационных товаров!

До встречи на страницах других специальных докладов!

Искренне Ваш друг,

Michael Rasmussen

Майкл Расмьюссен.

<http://www.MichaelRasmussen.com>

Прочитали? Поделитесь с другими!



Наверняка у Вас есть друзья, знакомые, подписчики, покупатели и т.д. – словом, люди, которым эта книга смогла бы здорово помочь!

Окажите им услугу – поделитесь с ними данной электронной книгой – скиньте им ее на e-mail, выложите для загрузки на своем сайте и пр. –

они будут Вам очень благодарны!