

Jeff Walker

LANSAREA

Formula secretă a unui milionar pe Internet pentru a vinde aproape orice online, pentru a-ți dezvolta afacerea pe care o iubești și a trăi viața pe care o visezi.

Traducere din limba engleză:
Radu Filip

 **ACT și Politon**

2015

Cuprins

Despre autor

O notă pentru cititor

Capitolul 1 - De la tată care stătea acasă la venituri de șase cifre, în șapte zile

Capitolul 2 - De la bonuri de masă ca ajutor social la venituri de șase cifre: Formula de Lansare a unui Produs explicată

Capitolul 3 - Licență pentru a tipări bani: Lista ta

Capitolul 4 - Scrisoarea de Vânzări Răsturnată: Cum să-ți vinzi lucrurile ca nebunul, fără să fii „negustor”

Capitolul 5 - Arme de influențare în masă: Declanșatorii mentali

Capitolul 6 - Focul de avertizare: Pre-prelansarea ta

Capitolul 7 - Vinde-le ceea ce vor: Magia Prelansării

Capitolul 8 - Arată-mi banii: E timpul pentru Lansare!

Capitolul 9 - Cum să pornești de la zero: Lansarea Seminței™

Capitolul 10 - Cum am făcut un milion de dolari într-o singură oră: Lansarea JV

Capitolul 11 - Crearea unei afaceri din nimic:
Formula de Lansare de Afaceri

Capitolul 12 - Crearea unei afaceri pe care s-o iubești

Capitolul 13 - O rețetă pentru o viață măreață

Capitolul 14 - Este timpul tău să lansezi

Mulțumiri

Glosar



CAPITOLUL 1

De la tată care stătea acasă la venituri de șase cifre, în șapte zile

Era doar un alt clic cu mouse-ul... exact la fel ca sutele sau chiar miile de clicuri cu mouse-ul pe care le faci zilnic. Dar acesta era un clic cu adevărat important pentru mine și am ezitat. Degetul meu a planat deasupra aceluși buton înainte de a-l apăsa. Cinci secunde, zece secunde și tot mai așteptam. Adevărul este că eram îngrozit. Erau luni de planuri și ani de speranțe și visuri care depindeau de acel clic. De fapt, mă simțeam de parcă viitorul familiei mele atârna în balanță.

Habar n-aveam că acel clic cu mouse-ul avea să pornească o cascadă de evenimente care aveau să schimbe literalmente înșăși fața marketingului și a afacerilor pe Internet. Dar, cum stăteam acolo, la biroul artizanal pe care îl înghesuisem într-un colț al subsolului meu slab luminat, nu aveam alte gânduri mai mari decât cel de a face câțiva dolari în plus pentru a-mi ajuta familia. Foloseam un calculator vechi, rablagit, o conexiune la Internet de

modă veche, prin dial-up, și nu mai avusesem un serviciu de peste șapte ani. Umile începuturi, într-adevăr.

Dar adevăratul motiv pentru care ezitam în privința celui clic cu mouse-ul se reducea la un singur cuvânt – disperare. Eram disperat după o schimbare. Aveam nevoie de succes. Aveam nevoie să fac niște bani. Aveam nevoie să îmi schimb viața. Și așteptasem (și muncisem pentru) acest moment de prea mult timp...

Toată această poveste a început atunci când soția mea, Mary, a intrat plângând pe ușa din față – moment care mi s-a întipărit în memorie pentru totdeauna. Plecase de la serviciu în mijlocul zilei de lucru, iar acum stătea în fața mea, suspinând din cauza presiunii de a ne întreține familia. Mary nu mai suporta că trebuia să plece la serviciu în fiecare dimineață, înainte ca cei doi copii mici ai ei să se fi trezit măcar, și să vină acasă noaptea, când aproape că era timpul să-i băgăm în pat.

Stăteam acasă, să am grijă de copiii noștri mici. În zilele acestea, termenul corect politic este „tată care stă acasă”, dar pe atunci noi spuneam că sunt „domnul Mami” și era mult mai puțin acceptabil din punct de vedere social decât este acum. Renunșasem la locul meu de muncă în mediul corporatist cu câțiva ani mai înainte – un loc de muncă în managementul operațional pe care cei mai mulți oameni l-ar considera probabil unul bun. Eram proverbialul om nepotrivit la locul nepotrivit*. Pur și simplu, nu mă potriveam în lumea corporatistă. Nu înțelegeam politicile și mă simțeam ca și cum înotam mereu împotriva curentului atunci când încercam să fac ceea ce aveam de făcut. Mă vedeam pe mine însumi ca fiind un eșec corporatist. Așa că, atunci când fiul meu avea cam un an, iar soția mea a absolvit Universitatea din Colorado și s-a pomenit cu un nou serviciu la Biroul de Reclamații al Statelor Unite, eu mi-am abandonat cariera corporatistă.

* În original, *square peg in a round hole*, literal: *cui pătrat într-o gaură rotundă*, expresie folosită pentru a descrie pe cineva care nu se potrivește în cultura corporatistă (n.red.)

Nu aveam niciun plan. Nu știam ce urma să fac. Știam doar că nu mai puteam continua să trăiesc în lumea corporatistă.

Toată treaba cu domnul Mami a durat mai mult decât mă așteptasem. Am avut, curând, un al doilea copil, ceea ce însemna că aveam grijă de doi copii mici. Așa cum știe oricine a fost în acest rol, zilele mele erau pline. Dar aveam nevoie să fac o schimbare. Aveam nevoie să găsesc o modalitate să-mi întretin familia, să-i ofer soției mele o pauză și să reduc toată presiunea care ne zdrobea familia.

Și asta presupunea acel clic cu mouse-ul – schimbarea vieților noastre, crearea unui viitor nou, mai prosper. Era vorba despre a lansa un produs și a lansa o afacere. Era vorba despre a crea un venit și de a schimba norocul familiei mele. Niciodată, nici în cele mai nebunești visuri ale mele, nu mă gândisem că va schimba lumea.

Dă-i bătaie și renunță la serviciul tău de zi cu zi

Când, în cele din urmă, mi-am făcut curaj să apăs butonul, reacția a fost uluitoare... ca atunci când apeși pedala de accelerație a unui Porsche 911 Twin Turbo.

Acel clic a trimis un e-mail de pe calculatorul meu.

E-mailul s-a dus la un server aflat la marginea orașului Green Bay, Wisconsin.

Iar acesta a declanșat o transmitere a e-mailului către persoanele care se abonaseră la newsletterul meu simplu, prin e-mail.

În câteva secunde, acea transmitere a e-mailului a ajuns în căsuțele poștale electronice ale abonaților mei.

E-mailul era foarte scurt, conținând mai puțin de 50 de cuvinte. Dar la sfârșitul e-mailului era un link către un formular de comandă pe site-ul meu, unde oamenii puteau cumpăra un produs pe care tocmai îl creasem. Produsul era un simplu newsletter

prin e-mail despre piața de capital și despre ceea ce credeam eu că urma să se întâmple pe piață în viitorul apropiat.

(De fapt, ca să fiu mai precis, nici măcar nu creasem încă produsul, dar voi ajunge la acest lucru mai târziu, când vă voi învăța despre Lansarea Seminței.)

Desigur, totul a durat doar câteva secunde, dar fiecare secundă după ce am apăsât butonul de trimitere a părut să dureze o eternitate. Mă simțeam de parcă îmi ținusem respirația în tot acest timp. Trebuia să știu... va cumpăra cineva noul meu produs?

După 30 de secunde, am verificat cu optimism ca să văd dacă cineva deja cumpăraseră.

Nimic.

40 de secunde. Nimic.

50 de secunde. Nimic.

59 de secunde... și a sosit PRIMA VÂNZARE!

Câteva secunde mai târziu, o altă comandă. Și după aceea alta și alta și încă trei. De fiecare dată când apăsam *refresh* erau mai multe comenzi!

Într-o oră, vânzările totale erau de peste 8000 de dolari. Până la sfârșitul zilei, vânzările trecuseră de 18 000 de dolari. Iar până la sfârșitul săptămânii, mica mea ofertă umilă făcuse peste 34 000 de dolari – aproape la fel de mult cât făceam într-un întreg AN pe vremea când aveam serviciul corporatist.

Acea a fost lansarea care a adus-o pe Mary acasă. Nu era prima lansare pe care o făcusem în viața mea (aceasta este o poveste nebună la care voi ajunge un pic mai târziu), dar a fost cea care m-a convins că afacerea mea mică, la început de drum, putea să îmi întrețină familia. În câteva luni, Mary și-a părăsit locul de muncă și a venit să stea acasă. Eram extaziați. (Glumeam că s-a „pensionat”, dar nimic nu putea fi mai departe de adevăr – pe lângă faptul că era mamă cu normă întreagă, a preluat curând operațiunile administrative ale afacerii.)

Știți, banii sunt un lucru ciudat. Pentru unii oameni, 34 000 de dolari reprezintă o sumă de bani nebunească – o cifră aproape incredibilă (în ceea ce mă privește, mi-a schimbat viața). Pentru alții ar putea să nu fie îndeajuns de mare pentru a-i entuziasma. Dar nu contează din ce grup faci parte, dacă rămâi alături de mine pe parcursul acestei cărți, am de împărtășit cu tine câteva rezultate destul de uimitoare.

Nu știam atunci acest lucru, dar eram abia la început. Și cream ceva care avea să schimbe, literalmente, mii de vieți.

Cum m-am îmbogățit ajutându-i pe mii de alți oameni să se îmbogățească

Deci, să clarificăm un lucru încă de la început. Acesta nu este un ghid de „îmbogățire rapidă”.

Da, ceea ce sunt pe cale să împărtășesc cu voi a creat bogății incredibile și abundență în viața mea și în viețile multora dintre cursanții mei. Dar acei bani, acea bogăție și acea influență nu au apărut ca prin farmec, peste noapte.

Există o metodă – o formulă, dacă vreți – în spatele acestui întreg succes uimitor. Și tocmai asta își propune cartea de față – să vă ducă în spatele cortinei și să vă arate acea formulă.

De-a lungul drumului, am de gând să vă prezint o lume despre care cei mai mulți oameni nu știu că există, o lume în care oameni comuni creează afaceri ieșite din comun. O lume în care oamenii încep afaceri aproape fără nicio investiție sau niciun capital, lansându-și adesea acele afaceri dintr-un dormitor pentru oaspeți sau de la masa lor din bucătărie. Și o lume în care acești oameni pornesc o afacere de la zero și ajung la profit într-un timp remarcabil de scurt.

Și apoi mai sunt acei oameni care dețin deja o afacere și care folosesc această formulă în afacerea respectivă și văd o creștere uluitoare a vânzărilor lor.

Aceasta nu este lumea start-up-urilor îndrăznețe, high-tech, în care câțiva programatori tocilari se întâlnesc, muncesc 20 de ore pe zi, încearcă să „obțină finanțări” de la niște investitori de capital de risc* și apoi vând totul la Google, pentru 100 de milioane de dolari. (Sau, și mai probabil, dau faliment în mijlocul unui morman de cutii de pizza unsuroase, vechi, și de doze goale de Red Bull.)

Dacă vrei să mergi pe drumul acela, îți doresc mult noroc. Dar aceasta nu este cartea potrivită pentru tine.

Eu vorbesc despre crearea unei afaceri (sau dezvoltarea unei afaceri existente) și generarea de profituri încă de la început. O afacere cu cheltuieli mici, costuri de pornire mici și cu personal minim sau inexistent. O afacere care este foarte profitabilă și care îți oferă o mare flexibilitate în viața ta.

Și, în cele din urmă, dar nu cel mai puțin important, o afacere care generează o mare valoare în lume și îți permite să „faci bine” la orice nivel ai alege.

Știu, totul sună de parcă ar fi vorba despre țara unde curge numai lapte și miere, nu-i așa? Toate-s bune și frumoase? Nu poate fi adevărat, nu?

Știu, știu.

De fapt, nici eu n-aș crede dacă nu aș fi văzut-o cu ochii mei, iar și iar.

Aceasta este realitatea: Internetul a schimbat complet jocul pentru oricine vrea să aibă propria afacere. Acum este mai ușor, mai rapid și mai ieftin decât oricând în istorie să inițiezi și să menții o afacere.

Iar dacă ai deja propria afacere, Internetul îți conferă puterea de a-ți dezvolta afacerea curentă mai repede și mai ușor decât oricând înainte.

* Tip de investiție financiară la care apelează companiile recent înființate, investitorii recuperându-și banii oferți când afacerea respectivă se dezvoltă (de exemplu, când se alcătuiește oferta de acțiuni a companiei și urmează cotarea la bursă). (n.red.)

Și spun toate acestea din experiență. Mi-am început prima afacere online în „Evul Mediu al Internetului” din 1996 și am avut profit în fiecare an de-atunci încolo. Chiar și prin criza punct-com, chiar și prin Marea Recesiune, chiar și prin fiecare modernizare Google. Am vândut online produse în valoare de zeci de milioane de dolari pe patru piețe distincte. Și, pe parcurs, am învățat mii de antreprenori online cum să-și înceapă și să-și dezvolte afacerile. Cursanții și clienții mei au făcut vânzări de peste 400 de milioane de dolari (și numărătoarea continuă).

Și, cu toate că, în general, nu-mi place să-mi fac reclamă singur, cred că pot să afirm liniștit că sunt considerat, în general, unul dintre cei mai buni experți și lideri în marketingul pe Internet din toate timpurile. (Încerc să mă feresc de termenul „guru”, dar da, unii oameni se referă la mine ca la un „guru al marketingului”).

Cu toate acestea, după cum o să afli, nu a fost întotdeauna așa. Nu m-am născut cu niciun fel de superputeri într-ale marketingului. Înainte de a-mi începe prima afacere online nu mai condusesem niciodată o afacere. Aveam absolut zero pregătire în vânzări și nicio aptitudine pentru marketing. De fapt, întotdeauna am fost copilul care nu putea să vândă mai mult de o pungă cu gogoși, la strângerea anuală de fonduri pentru Cercețași (iar aceea era punga pe care o cumpărau părinții mei).

Regulile s-au schimbat

Lumea este, în mod clar, în mijlocul unei uriașe tranziții. Însăși natura comunicării noastre și a vieții zilnice s-a schimbat radical în doar câțiva ani. Trăim într-o lume mai transparentă... o lume cu o bază de clienți perfect conectată, care poate strânge instantaneu mii de recenzii despre sute de competitori. O lume cu un nivel tot mai mare al concurenței pentru atenția potențialilor tăi clienți. O lume în care „ceața marketingului” devine tot mai dea-

să pe zi ce trece. O lume care pune o valoare mai mare ca niciodată pe autenticitate și congruență.

Regulile afacerilor și ale marketingului s-au schimbat, iar aceste schimbări au ucis multe afaceri. Dar schimbările au și creat oportunități uriașe pentru alte mii de oameni. Dacă înțelegi noul teren de joc, atragerea atenției clientului tău potențial și construirea unei relații cu el sau cu ea a devenit, de fapt, mult mai simplă, în multe feluri. Și tocmai despre acest lucru este vorba în cartea de față.

Așadar, dacă ești într-o perioadă de tranziție și vrei cu disperare să începi o afacere...

Sau conduci un departament sau un centru de profit al unei mari corporații...

Sau ești un liber profesionist sau un prestator de servicii (ca, de pildă, avocat, terapeut maseur, astrolog ayurvedic etc.) și te-ai săturat de plata cu ora...

Sau ai putea chiar să ai deja o afacere online de succes, dar vânzările tale stagnează și ai nevoie să insuflă un impuls afacerii tale...

Sau ai putea chiar să fii un artist (ca, de pildă, pictor, scriitor, bijutier, cântăreț etc.) și să te străduiești să te faci observat într-o lume digitală supraaglomerată...

Ideea e că trebuie să te lansezi. Fiecare produs de succes, afacere și marcă începe cu o lansare de succes. Nu-ți poți permite să apari treptat. Ai nevoie de impuls și de flux de numerar, pentru că ele sunt tocmai seva oricărei afaceri de succes.

Zile de milioane de dolari

După lansarea aceea de 34 000 de dolari, după ce Mary și-a abandonat serviciul și a venit să stea acasă, afacerea mea a continuat, pur și simplu, să crească. Lansările mele au devenit tot mai bune

și rezultatele mele au devenit tot mai bune. La acea vreme, cea mai bună lansare a mea făcuse mai mult de 106 000 de dolari în șapte zile – totul de la mine de-acasă, totul fără niciun personal, totul cu costuri aproape zero.

Aceștia au fost „anii de liniște”. Erau multe lucruri grozave legate de afacerea mea, iar eu îmi iubeam afacerea și viața. Făceam mai mulți bani decât visasem vreodată, Mary putea să stea acasă cu copiii și să fie mamă cu normă întreagă, am putut să ne mutăm în orașul meu natal de vis Durango, Colorado (unde am putut să îmi urmez pasiunea pentru tot felul de sporturi în aer liber cum ar fi ciclismul montan, turele cu caiacul pe ape învolburate, schiul).

Toate acestea s-au schimbat, însă, atunci când m-am dus la Seminarul de Marketing pe Internet din Dallas, Texas, în februarie 2003.

Când am coborât din avion în Dallas pentru acel seminar, nu credeam că afacerea mea era atât de specială. Mă gândeam că trebuie să fie o mulțime de oameni cu afaceri online care făceau lansări de produse în același fel în care le făceam eu. Succesul pe care îl aveam era uluitor pentru mine, dar nu știam că a realiza venituri de șase cifre în șapte zile, printr-o afacere mică, implicând o singură persoană, era genul de lucru care să oprească oamenii în loc.

În următoarele trei zile ale seminarului de marketing, pe măsură ce întâlneam o mulțime de oameni noi (și am pus bazele unor prietenii pe care le apreciez și de care mă bucur până astăzi), mi-am dat seama că nimeni altcineva nu mai făcea lucrurile pe care le făceam eu. Și cu siguranță nu făceau lansări așa cum făceam eu sau nu obțineau rezultatele pe care le obțineam eu. De fapt, am fost șocat când mi-am dat seama că inventasem, practic, o nouă formulă de marketing – o abordare care avea să devină cunoscută, în cele din urmă, ca „Formula de Lansare a unui Produs” (Product Launch Formula® - PLF).

Unul dintre oamenii pe care i-am cunoscut la acel seminar a fost un bărbat pe nume John Reese. Este unul dintre tipii aceia despre care îți dai seama că e genial din momentul în care-l cunoști, dar pe atunci încerca, în general, să nu iasă în evidență. Era un adevărat expert în marketingul pe Internet, dar puțini oameni știau atunci acest lucru.

Am păstrat legătura după acel eveniment și am devenit prieteni, iar eu i-am împărtășit și lui „secretele” mele privind lansarea de produse. În 2004, John a aplicat tehnicile mele în două lansări. Prima era pentru un seminar de trei zile pe care îl pusese el la punct. A făcut vânzări de aproape 450 000 de dolari și mi-a demonstrat că tehnicile mele ar funcționa și în afara micii mele afaceri de a-i învăța pe oameni despre piața de capital.

Următoarea lansare a lui John a fost un curs de instruire referitor la modul de a genera trafic pe site-ul cuiva, iar această lansare a schimbat complet jocul. A generat venituri din vânzări de 1,1 milioane de dolari în doar 24 de ore – o zi de un milion de dolari! Ceea ce face ca această cifră să fie și mai șocantă este faptul că afacerea sa era micuță, o microafacere pe care o conducea de acasă aproape fără vreun personal sau vreo echipă. (Cred că John avea o persoană care îl ajuta cu lansarea și un reprezentant de relații cu clienții, angajat cu jumătate de normă.)

Am fost șocat că această nouă abordare de marketing pe care o inventasem a putut genera asemenea rezultate demente. Dar, la vremea respectivă, eu încă îmi publicam newsletterele financiare și, cu toate că începusem să primesc în mod constant telefoane de la oameni care căutau ajutor pentru lansările lor, eram încă în spatele scenei mai marii lumi a afacerilor pe Internet. Aveam o viață minunată – locuiam în Durango, conduceam o afacere grozavă, mergeam la schi și la ciclism montan cu copiii mei. Eram fericit în spatele scenei și nu căutam un loc în lumina reflectoarelor.

Dar după ce John mi-a mulțumit public pentru ajutorul meu în lansările sale, îndemnurile ca eu să ofer consultanță pentru lansări au început să devină tot mai puternice. Și, după insistențele lui John și ale multor alora (în special Yanik Silver), am decis că a venit momentul să îmi public munca... să încep să îi învăț pe alții Formula mea de Lansare a unui Produs.

Ziua în care marketingul s-a schimbat

Presupun că adevăratul test a venit pe 21 octombrie 2005. Am decis să lansez cursul meu de instruire pentru Formula de Lansare a unui Produs, iar reputația (și viitorul meu în afaceri) erau la bătaie. Până la urmă, pomul se cunoaște după roade. Dacă pretind că sunt expert în lansările de produs, ar fi bine să fac o treabă remarcabilă cu marea mea lansare de produs, este?

Dar cu toate că făcusem lansări de succes – și îi ajutasem pe alții să facă la fel – de data aceasta exista o provocare în plus. Cream o afacere complet nouă, pornind de la zero. Tot succesul meu anterior provenise din a-i învăța pe alții despre piața de capital. Acum, aveam de gând să-i învăț pe oameni cum să-și lanseze produsele și afacerile online. Nu aveam o listă de e-mailuri cu potențiali clienți pentru această nouă piață, iar vechea mea listă cu investitorii de pe piața de capital nu mi-ar fi folosit la nimic. Nu aveam un statut de expert pe piață; eram, în mare măsură, necunoscut, cu excepția puținilor oameni pe care îi ajutasem cu lansările lor. Dar acest lucru nu m-a încetinit, deoarece știam cum să ocolesc astfel de limitări. (O să-ți arăt cum, atunci când te voi învăța despre Lansările JV.)

Așadar, presiunea era ridicată, dar de data aceasta eram un profesionist cu state vechi. Lansarea mea a avut un succes nebun. În prima săptămână am avut vânzări de peste 600 000 de dolari pentru noul meu program de tipul Formulei de Lansare a unui Produs. Iar cu acea lansare creasem instantaneu o nouă afa-

cere și îmi făcusem sute de noi clienți și o listă de mii de noi potențiali clienți.

Pomul a devenit cunoscut, într-adevăr, după roade. :-)

De atunci încolo, a fost o călătorie nebunească. De-a lungul anilor, am modernizat și am revizuit permanent Formula de Lansare a unui Produs, așa că aceasta s-a transformat într-un program de instruire/consiliere completă. PLF a devenit, fără îndoială, cel mai bine vândut produs de instruire privind marketingul pe Internet care a existat vreodată.

Am mii de deținători ai Formulei de Lansare a unui Produs și mulți dintre ei s-au bucurat de un succes care te lasă mască. Este greu să cuantifici rezultatele lor totale, dar cursanții și clienții mei, știu sigur, au făcut vânzări de peste 500 de milioane de dolari, iar cifra crește în fiecare zi.

Amintește-ți, cei mai mulți (dar nu toți) dintre acești Deținători ai PLF sunt afaceri de mici dimensiuni, chiar micro. Nu e ca și cum Google ar face alte 500 de milioane de dolari profit. Acestea sunt, în general, afaceri micuțe, iar impactul acelor vânzări este absolut uriaș. Și am avut mulți Deținători ai PLF care mi-au egalat succesul cu „venituri de șase cifre în șapte zile” și destul de mulți care au avut lansări de milioane de dolari.

Oamenii au folosit PLF pe orice tip de piață sau nișă la care te-ai putea gândi și au obținut un succes imens. De fapt, aproape că a devenit un hobby pentru mine să urmăresc multitudinea acestor piețe. Iată doar o listă parțială a câtorva dintre piețe:

consiliere matrimonială

meditații pentru școală

tutoriale Photoshop

ofițeri de credite

agenți imobiliari

jongleri

admiteri la facultate

antrenori de baseball

arte marțiale mixte

programatori SAP

tricotat

croșetat

fonduri mutuale de investiții

tranzacționare (forex, la termen, acțiuni etc.)

dresaj

investiții imobiliare

studiu chitară

instruirea medicilor să citească ultrasunetele

studiu pian

consiliere în afaceri (în toată lumea)

hrană sănătoasă

hrană *raw vegan*

masaj terapeutic

romantism (compunerea de scrisori de dragoste)

instructori personali

plante medicinale

scriere creativă

dresaj de cai

îngrijirea animalelor de companie

meditație

dresarea câinilor pentru a le spori agilitatea

accesorii pentru fanfare

lecții de tenis

yoga

antrenament fotbal juniori
compozitori
chiromanție
antrenament biciclete de fitness
neuroștiință
autoapărare
călătorii de aventuri
decorare prăjituri

Amintește-ți, pentru concizie, ți-am oferit doar o listă parțială – există zeci și zeci de alte exemple. Nu face greșeala să te gândești că nu va funcționa pentru afacerea sau piața ta.

Metoda a fost, de asemenea, folosită peste tot în jurul lumii – nu am auzit încă de nimeni din Antarctica, dar a fost folosită pe toate celelalte continente ale lumii. Am cursanți PLF de succes în zeci de țări și a funcționat în mai multe limbi decât pot eu să țin evidența.

Și funcționează pentru tot felul de produse și afaceri, cum ar fi:

cursuri online
cursuri la distanță
dispozitive materiale
site-uri cu abonamente online
site-uri de servicii
servicii offline (dentiști, servicii fiscale etc.)
vânzări imobiliare
cărți în format electronic
instructaj
coordonare și interconectare grupuri
consultanță

lucrări de artă (tablouri, bijuterii etc.)

sistemul de vânzări B2B*

colectare de fonduri non-profit

jocuri de masă

atragera oamenilor către biserică

imobiliare

pachete turistice

software

aplicații

Și aceasta este, din nou, doar o listă parțială. Dar iată și suplimentul: pe parcurs, Formula de Lansare a unui Produs și cursanții mei PLF au redefinit complet felul în care se vând lucrurile în mediul online.

A fost o călătorie fantastică. Nu aș fi putut niciodată să-mi imaginez unde avea să ducă acel prim newsletter pe care l-am trimis la 19 adrese de e-mail.

Destul despre mine. Ce spui despre TINE?

Acum știi, deci, povestea din spatele Formulei de Lansare a unui Produs... dar în ce fel te privesc pe tine toate aceste lucruri?

Poate această formulă să funcționeze în cazul tău? Poți începe o afacere online folosind Formula mea de Lansare a unui Produs? Sau, dacă deja ai o afacere, te poate ajuta să îți dezvolti afacerea?

Din experiența mea, în afară de cazul în care vinzi o materie primă (ca benzina sau nisipul) sau prestezi un serviciu de urgență (ca lăcătuș sau garant de cauțiuni), atunci răspunsul este un

* B2B (business-to-business) este segmentul comercial care cuprinde afacerile dintre întreprinderi, instituții și alte organizații ce nu se identifică drept consumatori individuali. (n.red.)

DA emfatic. Am văzut atât de mulți Deținători ai PLF care au avut un succes atât de mare în atât de multe domenii diferite, încât nu mă mai surprinde aproape nimic.

Iar în această carte vă voi împărtăși unele dintre poveștile lor. Veți întâlni oameni din multe medii de viață diferite... oameni cu produse și afaceri extrem de diferite. Oameni ca Susan Garrett, care dresează câini pentru ca aceștia să capete agilitate. Ea a început să folosească PLF fiind complet începătoare și a creat de atunci o afacere cu un succes enorm. Sau John Gallagher, care vinde produse ce facilitează căutarea plantelor și ierburilor medicinale și comestibile. John trăia din bonuri de masă primite ca ajutor social atunci când a făcut prima sa lansare, iar acum deține o afacere cu o valoare de șase cifre. Sau Will Hamilton, care vinde articole de antrenament pentru tenis și a folosit lansările sale de produse pentru a crea o marcă atât de puternică, încât acum este partenerul unor profesioniști de prim rang din tenis.

Toate acestea ar putea suna ca ceva magic, sau complicat, sau, pur și simplu, de neatins. Ei bine, rămâi alături de mine și vei vedea că nu este complicat, că, pur și simplu, funcționează, și vei vedea cum și de ce poate funcționa și pentru tine.

Am organizat cartea să urmeze o evoluție logică:

În primele cinci capitole îți voi oferi materialul de bază, inclusiv o privire de ansamblu asupra proceselor PLF, împreună cu listele de adrese de e-mail, declanșatorii mentali și Scrisoarea de Vânzări Răsturnată (Sideways Sales Letter™).

În următoarele trei capitole te voi ghida prin însuși procesul de lansare – inclusiv preprelansarea, prelansarea și apoi coșul deschis.

Ultimele șase capitole vor fi despre cum se potrivește PLF în afacerea și în viața ta, inclusiv Lansarea Seminței (aceasta este despre cum să începi de la zero) și Lansarea JV (cum poți să faci acele superlansări foarte mari).

Acum, ca să clarificăm, nu spun că PLF este ceva ușor sau automat. Implică, în mod categoric, muncă. Așa cum am spus la început, acesta NU este un sistem „de îmbogățire rapidă”.

Dar realitatea este că mii de oameni creează acest tip de afaceri online mici, experimentale, foarte profitabile. Iar cu Formula de Lansare a unui Produs, aceștia elaborează lansări de produse superputernice (sau lansări de AFACERI întregi) care generează aproape instantaneu vânzări și un impuls pentru afacerile lor.

Sună bine? Ești pregătit să-i dăm drumul?

În capitolul următor voi trece prin structura de bază a Formulei de Lansare a unui Produs, iar după aceea vom merge mai departe pornind de acolo. Pe parcurs, vei vedea de ce este complet revoluționar, de ce funcționează pe atât de multe piețe diferite și de ce funcționează pentru atât de multe tipuri diferite de afaceri și de produse.

Și voi ajunge curând și la povestea nebunească despre cum am făcut vânzări de mai mult de un milion de dolari într-o singură oră. :-)

Încă un lucru: asigură-te că vizitezi <http://thelaunchbook.com/member/> pentru a beneficia de toate videoclipurile de instruire și resursele care însoțesc această carte.