

Кирилл Гурбанов

[info@gurbanov.com](mailto:info@gurbanov.com)

[www.gurbanov.com](http://www.gurbanov.com)

[ezine.gurbanov.com](http://ezine.gurbanov.com)

Специальный отчет

# ОТЗЫВЫ

В ОНЛАЙН-БИЗНЕСЕ:

Все, Что Вы Хотели О Них Знать,  
Но Боялись Спросить!



© Кирилл Гурбанов. Все права защищены.  
Москва, 2006

Свободное распространение данной книги разрешается и приветствуется!

Обладателем авторских прав на электронную книгу «Отзывы в онлайн-бизнесе: Все, Что Вы Хотели О Них Знать, Но Боялись Спросить!» является Кирилл Игоревич Гурбанов. Все права защищены, © 2006.

Данная книга защищена законом об авторском праве, ее платное распространение без письменного разрешения автора запрещено и преследуется законом.

Воспроизведение всего текста книги или любой его части в какой-либо форме, какими-либо средствами без письменного согласия автора запрещено и преследуется законом.

В книге изложено субъективное мнение автора по данному вопросу, которое не следует истолковывать как истину в последней инстанции. Мнение автора может кардинально отличаться от мнения покупателя.

Вся ответственность за использование материалов данной книги, а также ответственность за неправильное понимание слов автора лежит на покупателе.

**Вы имеете право:**

1. Делать печатные копии данной книги и использовать их для самообразования;
2. Рекомендовать данную книгу своим знакомым, клиентам или подписчикам;
3. Дарить или передавать данную книгу в электронной или печатной версиях своим знакомым, клиентам или подписчикам;

**Вы не имеете права:**

1. Продавать данную книгу или прилагать к своему товару, как бонус;
2. Вносить изменения в текст настоящей книги;

## ОГЛАВЛЕНИЕ.

<u>ВВЕДЕНИЕ.....</u>	<u>3</u>
<u>ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ «ОТЗЫВ»?.....</u>	<u>5</u>
<u>ГЛАВА 2. КАК НАПИСАТЬ ОТЗЫВ НА ТОВАР, ЕСЛИ ВАС ОБ ЭТОМ ПОПРОСИЛИ?.....</u>	<u>7</u>
<u>ГЛАВА 3. КАК ПОПРОСИТЬ ЧЕЛОВЕКА НАПИСАТЬ ОТЗЫВ НА ВАШ ПРОДУКТ?.....</u>	<u>10</u>
<u>ГЛАВА 4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА ОТ ОТЗЫВОВ.....</u>	<u>13</u>
<u>ГЛАВА 5. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ СПОСОБЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОТЗЫВОВ.....</u>	<u>15</u>
<u>ГЛАВА 6. КАК И ГДЕ РАСПОЛАГАТЬ ОТЗЫВЫ НА САЙТЕ..</u>	<u>18</u>
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</u>	<u>19</u>

## ВВЕДЕНИЕ.

Все мы когда-либо видели на многочисленных мини-сайтах как зарубежных, так и РуНет-предпринимателей, весьма интересные блоки, которые уже стали неким копирайтерским стандартом. Речь идет об отзывах.

Уже давно доказано, что отзывы – это очень эффективный инструмент Интернет-маркетинга. Через публикацию отзывов о предлагаемом товаре или услуге мы как бы передаем своим потенциальным клиентам мнение других людей, которые уже испробовали продаваемую вещь на себе.

Давайте разберем простой пример: на мини-сайте некоего предпринимателя Господина Н. располагается рекламный текст его авторского продукта. Посетитель сайта пробегает глазами по рекламному тексту и остается в замешательстве.

Что-то подсказывает ему – покупать товар, а что-то высказывается против. Он, как бы, находится на распутье. Текст сайта подходит к концу, и складывается впечатление, что посетитель сейчас уйдет, так ничего и не купив.

Но как раз в этот момент его глаза натываются на блок отзыва, расположенный в самом конце сеилз-леттера. В этом блоке расположена фотография улыбающегося человека средних лет, а рядом – его мнение о продукте.

Он высказывает все, что думает о рекламируемом товаре и постепенно, тем самым, располагает к себе потенциального покупателя, который уже стоит на грани покупки.

Прочитав этот отзыв, посетитель принимает твердое решение о приобретении инфо-продукта.

Как видите, отзыв сыграл решающую роль в принятии покупательского решения. Благодаря отзыву наш посетитель совершил покупку. Он узнал, что думает тот человек, который уже приобрел рекламируемый товар и последовал его примеру.

На этом я бы закончил, если бы не одно ОЧЕНЬ ВАЖНОЕ «но», из-за которого у меня и возникла идея написать этот отчет. И заключается это «но» вот в чем...

В настоящее время отзывы на коммерческих сайтах стали настолько распространены, что многим посетителям продающих страниц становится уже просто-напросто «дурно» от наплыва однотипных, похожих друг на друга, как две капли воды, отзывов.

Так вот, наша с Вами задача – научиться применять отзывы грамотно, эффективно и так, чтобы они по-настоящему поднимали покупательский отклик на Ваших мини-сайтах. Именно об этом и пойдет речь на страницах данной книги.

В этом отчете будет рассмотрена как техническая сторона интересующего нас вопроса, так и практическая. Вы узнаете, что же такое отзыв и для чего он нужен, а также найдете здесь информацию о том, какие подводные камни встречаются на пути как к написанию, так и к размещению качественных, эффективных отзывов.

В приложении будут рассмотрены альтернативные способы публикации отзывов, которые призваны освежить Ваш сайт, а также «взорвать» его конверсию.

Вот, в принципе, и все. Желаю Вам приятного чтения!



**Специальный Доклад  
Ивина Чиа**

**"Секреты Умножения Доходов При Помощи  
Письменной Речи"**

Из этого замечательного доклада Вы узнаете, как составлять рекламные тексты таким образом, чтобы у Вашего клиента возникало непреодолимое желание тут же принять Ваше предложение! Кроме того, в придачу Вы получите также и права перепродажи на эту поистине великолепную книгу! [Поднять конверсию своего сайта и написать убойный рекламный текст!](#)

## ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ «ОТЗЫВ»?

Прежде чем перейти к, непосредственно, практической части нашего с Вами отчета, хотелось бы немного осветить теоретическую сторону вопроса. Давайте разберемся, что же называется гордым словом «отзыв»?

Во-первых, заметим, что отзыв в коммерческом предложении – это, прежде всего, некий блок на продающем (или распространяющим какую-нибудь бесплатную услугу) сайте. Из этого можно сделать вывод о том, что, перво-наперво, «отзыв» на сайте – это необходимый элемент рекламного текста, сделанный с учетом всех законов копирайтинга.

Во-вторых, отзыв – это ни что иное, как мнение уже состоявшегося покупателя о Вашем товаре. В отзыве довольные покупатели высказывают свое личное мнение о товаре и расписывают все (или некоторые, самые важные) его плюсы и минусы. Эти люди сообщают посетителям Вашего сайта достоверную информацию о рекламируемом продукте.

В-третьих, отзыв – это четко отобранное среди многих прочих мнение, которое наиболее полно отражает все стороны продукта и описывает его в лучшем виде. При публикации отзыва учитываются многие психологические факторы, которые могут в той или иной степени влиять на принятие столь важного для нас покупательского решения. Другими словами, отзыв – это четко продуманная во всех отношениях вещь.

Ну и в-четвертых, конечно же, отзыв – это душевная благодарность клиента за качественный товар. Эта характеристика отзыва стоит последней по пункту, но не последней по значению! Если клиент добровольно присылает Вам отзыв на Ваш продукт, он этим жестом выражает свою удовлетворенность его качеством и наполнением.

Итак, давайте подведем итоги и сформулируем суть всего вышесказанного в виде тезисов:

**Тезис первый.** Отзыв – это элемент рекламного текста.

**Тезис второй.** Отзыв – это мнение покупателя о Вашем продукте.

**Тезис третий.** Отзыв – это четко продуманная во всех отношениях вещь.

**Тезис четвертый.** Отзыв – это душевная благодарность клиента.

Из этих четырех тезисов мы можем собрать единое, весьма полное и конкретное определение отзыва в электронном бизнесе, как элемента рекламной компании:

**Отзыв – это элемент рекламного текста, представляющий собой четко продуманное и конкретно сформулированное мнение состоявшегося покупателя о рекламируемом товаре или услуге, присланное Вам в знак благодарности за качество продукта.**

Как видите, определение получилось весьма объемным. Но тем не менее, мы справились с первой поставленной задачей - дали весьма точное и в достаточной степени аргументированное определение такому термину в электронном бизнесе, как «отзыв».

Теперь настало время переходить к практической части настоящего отчета.  
;)



**"Вы Тоже Можете Начать Продавать Свои Богатый  
Жизненный Опыт, Записав Свой Собственный Аудио  
Курс На CD, Как Это Делают Ведущие  
Профессиональные Тренеры Мира!"**

Видео курс "Преврати Свою Речь в Пассивный Доход" - это ваш универсальный гид в мир создания ваших собственных качественных обучающих курсов в аудио формате!

Благодаря этому видео курсу, вы станете свидетелем создания информационного аудио продукта руками профессионала, на своём собственном экране!

Вся процедура будет показано вам чётко и наглядно, клик за кликом, начиная от процесса генерации идеи, планирования вашего курса и его пошаговой записи, кончая созданием дизайна вашего аудио компакт-диска и его отправки клиентам в любую точку земного шара!

**["Кликните, Чтобы Узнать, Как Превратить  
Свою Речь в Пассивный Доход!"](#)**

## ГЛАВА 2. КАК НАПИСАТЬ ОТЗЫВ НА ТОВАР, ЕСЛИ ВАС ОБ ЭТОМ ПОПРОСИЛИ?

В один прекрасный день Ваш знакомый предприниматель или же ведущий рассылки, на которую Вы подписаны, попросил Вас написать отзыв на его продукт. Если Вы с этим человеком в достаточно хороших отношениях, то Вам захочется написать для него честный, но все же максимально эффективный отзыв. В этой главе мы с Вами поговорим о том, как же это сделать.

Как я уже говорил во «Введении», сегодня успех в деле публикации отзывов ждет тех, кто сможет внести нечто новое в этот процесс. Поэтому наша с Вами задача – сотворить отзыв, который будет по-настоящему действенным.

Как же это сделать?

На самом деле, тут нет ничего сложного. Даже наоборот – при написании отзывов следует стремиться к простоте. Все требования, предъявляемые к качественному отзыву, можно записать поочередно по пунктам, что мы и сделаем.

Итак...

1. **Отзыв – это письмо.** Да, Вы не ослышались – отзыв должен, прежде всего, иметь вид письма автору продукта! Это, на мой взгляд, наиболее эффективный метод привлечения внимания посетителя. И такой отзыв, как правило, не оставляет практически никаких сомнений о его подлинности.

Пишите так, как будто Вы пишете письмо автору с выражением своей благодарности за качественный продукт (ведь так оно, по сути, и есть!). Даже не задумывайтесь о том, будет ли публиковаться то, что Вы напишите. Главное – это писать личное письмо автору, забыв о его (письма) дальнейшей судьбе.

Чтобы придать отзыву вид письма (если вдруг Вы пишете отзыв, скажем, по ICQ) можно воспользоваться некоторыми нехитрыми приемами:

- В начале отзыва обязательно наличие приветствия, например: *«Здравствуйте, Всеволод!»*.
- В начале можно вставить следующие слова: *«Пишу тебе, т.к. ...»*
- В конце обязательно наличие подписи
- В конце можно использовать фразу: *«До связи! Пиши!»*.

Этими нехитрыми манипуляциями Вы придадите своему отзыву законченный, «письменный вид», что нам и требуется.

2. **Отзыв должен быть адресован только автору.** Это самая распространенная ошибка среди всех тех людей, которые пишут отзывы



на товар по просьбе его автора. При написании отзыва Вы должны помнить – Вы пишете автору, а не посетителям сайта!

Меня откровенно раздражают те сайты, в тексте которых встречаются отзывы, типа: *«В своей книге Виссарион пишет просто замечательные вещи! Он упоминает о том-то и о том-то!»*. Вы пишете свое мнение о товаре его автору, а не его аудитории! Запомните это!

Отзывы, которые страдают от этой проблемы, выглядят очень неправдоподобно и лично у меня пропадает желание их читать (а ведь хороший отзыв мог бы мгновенно заставить меня совершить покупку!).

Если провести параллель с рассмотренным примером, то гораздо лучше было бы написать так: *«Уважаемый Виссарион! Пишет Вам Кирилл Гурбанов. Прежде всего позвольте заметить, что я очень доволен тем, что в Вашей книге Вы рассказываете о том-то и о том-то! Я очень давно искал эту информацию и наконец нашел ее! Спасибо!»*.

Как видите, этот вариант сам себя располагает к прочтению. ;) Поэтому всегда помните: писать надо именно автору, а не его аудитории!

- 3. Отзыв должен включать и «минусы» продукта.** Еще одной очень и очень распространенной ошибкой является привычка писать в отзыве только о том, какой «распрекрасный и замечательный супер-пупер-продукт!». А о «минусах», которые присущи каждой без исключения публикации, почему-то принято умалчивать.

Ничего идеального на Свете не бывает и различные публикации так же не являются исключением. Тогда почему бы не рассмотреть в своем резюме на продукт его минусы?

Отзыв – это, как мы говорили в первой главе, еще и мнение (т.е. оценка) состоявшегося покупателя о продукте. Поэтому в своей «рецензии» на продукт Вы должны рассмотреть его со всех сторон.

Я не говорю, что в своем отзыве Вы должны писать про товар сплошные гадости, нет! Вам нужно рассмотреть всего-навсего пару отрицательных моментов, которые только подчеркнут качество продукта.

К примеру, Вы можете сообщить автору, что *«...на 18-ой странице Вы сказали нажать на кнопку 'Написать ответ', хотя речь шла о создании нового поста (т.е. необходимо было нажать на кнопку 'Новая тема')...»*.

Эта опечатка моментально прикует к себе внимание посетителя сайта, что повысит эффективность отзыва. Поэтому важно не забывать о том, что при написании отзыва, необходимо описать и некоторые «минусы» продукта.

- 4. Объем отзыва – не более 1500 знаков.** Наверняка при ознакомлении с предыдущими пунктами Вы подумали: *«Какого же размера будут получаться отзывы, сделанные по твоим рекомендациям, Кирилл?! Это же целые книги!»*.

Позволю себе ответить на Ваш вопрос. Все отзывы желательно укладывать в 1500 знаков. Этот объем является оптимальным. Пишите кратко и лаконично, и тогда Вы без проблем в него уложитесь.

Не стоит «растекаться мыслью по древу». Пишите конкретно и четко. Указывайте на определенные плюсы и минусы и тогда отзыв, написанный Вами, станет просто «конфеткой»!

Теперь Вы знаете основные правила написания отзывов по просьбе автора товара. А сейчас настало время поговорить о том, как просить об отзывах людей, будучи автором рекламируемого продукта.

Поехали!



## Джеймс Джексон

# "Быстрое Создание Высокодоходных Нишевых Товаров"

Эта сверхпопулярная книга, написанная небезызвестным Джеймсом Джексонсом, научит Вас моментально генерировать идеи для Ваших новых продуктов и проектов! Спустя первые 15 минут после того, как Вы откроете этот отчет, Ваша голова уже начнет трескаться от наплыва новых идей! [Испытайте это бесподобное и неповторимое ощущение уже через 15 минут!](#)

## ГЛАВА 3. КАК ПОПРОСИТЬ ЧЕЛОВЕКА НАПИСАТЬ ОТЗЫВ НА ВАШ ПРОДУКТ?

Рано или поздно любой онлайн-бизнесмен сталкивается с проблемой отсутствия отзывов на свой товар. Вообще, это случается в определенный момент времени – в период подготовки рекламного текста на мини-сайт.

В это время Вам необходимо достаточно быстро получить отзывы на свой товар. Давайте разберемся, как и где их проще всего раздобыть.

Первый вариант – попросить своих партнеров по бизнесу, друзей и знакомых. Для этого Вам просто надо связаться с ними посредством электронной почты, либо какого-нибудь IM (*от англ. Instant Messenger – система обмена мгновенными сообщениями*) и изложить свою просьбу. В большинстве случаев они не откажут.

Второй вариант – воспользоваться своим подписным листом (если таковой имеется). Вы рассылаете своим подписчикам просьбу и предлагаете им взамен какой-то подарок (подробнее о подарках далее). Некоторое количество отзывов (в зависимости от условий акции) Вы обязательно получите.

И третий вариант – просьба об отзыве на тематических форумах, где Вас знают. Для этого создайте на своем любимом форуме топик с описанием акции и ловите в своем почтовом ящике письма с отзывами.

Теперь давайте поговорим о том, какое вознаграждение предоставить тому, кто напишет Вам отзыв на Ваш товар.

---

**Вариант первый.** Вы можете вообще ничего не предоставлять тем, кто пришлет Вам по Вашей просьбе свое мнение о продукте. Но этот вариант практически неработоспособен. Если Вы просите людей высказать мнение в письменном виде и не даете им ничего в качестве вознаграждения, вероятность успеха в таком случае практически нулевая

Единственный способ получения безвозмездных отзывов – это их случайное появление в Вашем почтовом ящике. Т.е., если человек сам, в качестве благодарности за Ваш продукт прислал Вам свое мнение о нем. Такое случается, но достаточно редко, ибо людям почему-то несвойственно выражать позитивное мнение по поводу электронных товаров...

Зато, если они чем-то остались недовольны, результат не заставит себя долго ждать. Через некоторое время на каждом шагу Вы будете обнаруживать о себе и своем товаре кричащие негативом сообщения.

**Вариант второй.** Предоставление бесплатной копии продукта в обмен на отзыв о нем. Это самый распространенный сегодня вариант. Вы высылаете кому-либо бесплатную копию своего продукта и просите этого человека написать Вам отзыв.

Если человек попался нормальный, то он все сделает так, как Вы просили, и пришлет Вам свое мнение о товаре. А если же человек недобропорядочный, то он Вам даже не ответит и оставит товар себе.

Именно поэтому данный вариант является весьма рискованным. Тем не менее, он самый популярный в РуНет на сегодняшний день.

Единственный выход в данном случае, как я это вижу, – посылать свой продукт только проверенным людям (друзьям, знакомым, партнерам и т.п.), в которых Вы уверены. В остальных же случаях я советую Вам воспользоваться следующим способом.

**Вариант третий.** Предоставление скидки на искомый товар. Данный вариант используется, преимущественно, при работе с подписным листом. Методика такова: Вы рассылаете подписчикам письмо с просьбой об отзыве, одновременно предоставляя им некоторую скидку на Ваш продукт.

Величину скидки определяете Вы сами. Если Ваш подписной лист достаточно большой, то можно обойтись 25% скидкой. Если же Вы располагаете относительно малым листом рассылки, скидку нужно предоставлять большую – порядка 50%.

Как в том, так и в другом случаях Вы, наверняка, получите несколько десятков мнений, чего вполне достаточно.

**Вариант четвертый.** Предоставление к продукту некоего эксклюзивного бонуса. Вы можете не давать скидок, а просто добавить к продукту дополнительный ЦЕННЫЙ подарок-бонус. Этот вариант тоже весьма действенен, но все же меньше, чем все предыдущие. Все здесь зависит от ценности подарка.

Если Вы предоставляете эксклюзивный тематический мультимедийный отчет, нигде более не распространяемый, то количество откликнувшихся людей будет большим, нежели, если Вы предложите им некую не относящуюся к теме продукта брошюру, распространяемую на каждом шагу.

Окончательный выбор, естественно, зависит от Вас. Немалую роль в принятом Вами решении сыграет обстановка дел в Вашем бизнесе (количество подписчиков, наличие хороших партнеров и т.п.).

А теперь пару слов о том, как нужно излагать свою просьбу.

Тут нет ничего сложного. Главное – писать вежливо и в своем письме проявлять уважение к адресату. Писать стоит кратко и лаконично, ведь мы с Вами ценим время собеседника.

Скажите ему, что адрес его сайта (если таковой у него имеется) будет опубликован на Вашем мини-сайте, что принесет ему дополнительный трафик. Сообщите, что его имя также будет опубликовано (по его желанию вместе с фамилией), что некоторым образом его «пропиарит». Короче говоря, распишите

ему все выгоды от сотрудничества, ну и, конечно же, не забудьте упомянуть о подарке!

«Да, Кирилл! Я хочу абсолютно бесплатно и на регулярной основе получать от тебя видео-уроки, критики сайтов, статьи по Интернет-бизнесу, саморазвитию и личностному росту прямо в свой почтовый ящик!»

[«Кирилл, забронируй мне местечко!»](#)

## ГЛАВА 4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА ОТ ОТЗЫВОВ.

Вот мы и перешли к одной из самых интересных и полезных глав этого отчета. В ней речь пойдет о практической пользе от публикации отзывов, ведь не зря же мы так детально рассматривали правила их написания.

Было бы глупо считать, что написание отзывов выгодно только автору оцениваемого продукта. Неужели бы мы стали писать такие хорошие отзывы только лишь по доброте душевной? ;-)

Нет, конечно же, стали бы! Но ведь гораздо лучше извлечь из этого для себя некую выгоду.

В большинстве случаев выгоду мы извлекаем еще до того, как начинаем составлять отзыв. Она выражается в бесплатном или практически бесплатном продукте, на который и нужно составить мини-рецензию (как правило, авторы предлагают своим подписчикам скидку на их товар в обмен на отзыв). И это уже замечательно.

Но есть и еще одна существенная польза от написания отзывов...

**Под Вашим отзывом будет размещена ссылка на Ваш сайт и краткое его описание!**

Вот оно – самое главное! В конце каждого Вашего отзыва Вы можете смело вставлять ссылку на свой сайт и краткое его описание. Автор в большинстве случаев не будет против (а если и будет, то Вам не составит никакого труда найти с ним компромисс).

Хотелось бы заметить, что сейчас «модно» убирать тэг ссылки под Вашим отзывом из кода сайта. Т.е. фактически Ваша ссылка – это обычный некликабельный текст. Эта тенденция вполне понятна. Основной целью мини-сайта является убеждение посетителя в немедленной покупке и поэтому, если посетитель отвлечется, он может быть навсегда потерян.

Для нашего случая это выглядит следующим образом: если человек, который просматривает искомый мини-сайт, кликает на ссылку под Вашим отзывом, он переключает свое внимание на Ваш сайт и забывает о том, что он только что читал. Это крайне неприятно для предпринимателя, ведь он таким образом теряет потенциального покупателя.

Избежать участи быть «обезглавленной» Вашей ссылке, наверняка, не удастся.... Но если попробовать попросить в вежливой форме (об этом см. информацию в моей книге «Перейдем на Ты» <http://www.TrustTips.ru>) владельца ресурса о том, чтобы он сделал ссылку ссылкой, есть вероятность того, что он это сделает. Главное – попробовать!

Ну и в конце этой главы хочется сказать, что, читая Ваш отзыв, человек на подсознательном уровне узнает Вас. Пусть немного, но узнает. В своем отзыве Вы в некоторой степени раскрываетесь и показываете себя.

Чаще всего в отзывах пишут, что «я узнал много нового из Вашего товара!». Делая так же, Вы как бы показываете всем, что не зазнаетесь, а постоянно учитесь и совершенствуете свои навыки.

Вы вполне справедливо заметите: «Да кто там будет задумываться о том, учусь я или не учусь!?». Поверьте, будут. У человека (если даже он сам этого не осознает) сложится о Вас некое первое впечатление (если он слышит и видит Вас впервые) или дополняющее впечатление (если он уже слышал о Вас ранее). И это есть плюс.

Поэтому при написании отзыва следует также помнить, что Ваш отзыв делает Вам некоторый «пиар», и Вам нужно немного ему, что называется «подыграть». ;-)



**Евгений Павлов**  
**"Бизнес Прямой Рекомендации"**  
Специальный Доклад  
Начните Зарабатывать Деньги,  
Просто Общась На Форумах,  
По E – Mail и ICQ!  
[www.BusinessSuccessShop.info](http://www.BusinessSuccessShop.info)

**Специальный доклад  
Евгения Павлова  
"Бизнес Прямой Рекомендации"**

Откройте для себя абсолютно **новую** проверенную систему делать деньги в Интернет, обладая **минимальными** навыками владения компьютера, всего лишь, общаясь на форумах, по e-mail и ICQ.

**Получите Больше Информации**  
**о 6 Ценных БОНУСАХ,**  
**Которые БЕСПЛАТНО**  
**Прилагаются к Докладу!**

**Обогатить себя за счет простого общения! ;)**



## ГЛАВА 5. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ СПОСОБЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОТЗЫВОВ.

В этой главе речь пойдет о том, каким еще образом можно подавать отзывы на своем сайте (помимо стандартной «блоковой» формы).

Чтобы перейти непосредственно к этим способам, хочу сначала напомнить, что основной проблемой в деле представления отзывов является, как мы уже говорили, их «шаблонность», а отсюда и неправдоподобие. Поэтому, выбирая альтернативные варианты их публикации, мы будем преследовать цель придать отзывам максимально интересный и эффективный вид.

### Аудио-отзывы.

Как Вы догадались из подзаголовка, сейчас мы рассмотрим звуковую форму представления отзывов. Сегодня достаточно редко можно встретить в Рунете предпринимателей, которые бы применяли сей способ.

Одним из ярчайших представителей этой тенденции является сайт Азамата Ушанова – [www.coolwebprofits.com](http://www.coolwebprofits.com). Там Вы без труда найдете отзывы в аудио-формате. В них люди живым голосом отзываются о качестве Азаматовской рассылки.

Ответить на вопрос: «Почему так происходит?» очень просто. Дело в том, что простым текстом невозможно передать интонацию человека, его волнение, радость, горечь и другие чувства. Аудио же отзыв лишен всех этих недостатков, и поэтому он привлекает много внимания и приносит неплохой результат.

Правда, у него есть один весьма существенный минус. Аудио-отзывы частенько могут лишить Вас аудитории с медленной скоростью доступа в Интернет. Конечно же, размер файла можно сделать очень маленьким, но это приведет к потере его качества, что ни есть хорошо. Если посетитель сайта, нажав на кнопку *Play*, ничего не услышит (такое бывает, когда аудио-файл еще не успел до конца загрузиться), то он врядли захочет дожидаться его загрузки до конца.

Поэтому окончательный выбор остается за Вами. Лично я бы порекомендовал Вам скомбинировать аудио и текстовый варианты представления отзывов. Вы можете попросить дающего рецензию человека записать текст своего отзыва в mp3-файл и прислать его Вам.

Те, у кого есть микрофон, наверняка откликнутся, ибо это им будет интересно. Ну и конечно же в своей просьбе о написании отзыва предложите дополнительный подарок тем, кто запишет Вам аудио-версию.

После того, как Вы получите оба варианта отзыва, просто поставьте под фотографией (если таковая имеется) человека, чье мнение Вы публикуете, кнопку для прослушивания аудио-файла. Этими нехитрыми манипуляциями Вы поднимите эффективность публикуемых отзывов.



С технической точки зрения процесс публикации полученного mp3-файла на сайте совсем не сложен. Вам просто необходимо воспользоваться небольшой утилитой, которая называется **Sonic Memo**. Скачать программу Вы можете отсюда:

<http://www.trusttips.ru/downloads/sonicmemo.rar>

А видео-урок к ней лежит тут:

<http://www.TrustTips.ru/downloads/sonic-video.exe>

В нем я постарался подробно описать «премудрости» работы с программой Sonic Memo, так что, думаю, разобраться с ней Вам не составит никакого труда.

Вот, по большому счету, и все, что я хотел сказать по поводу аудио-отзывов, теперь давайте поговорим о другом, не менее интересном способе их публикации.

#### Гостевые книги.

Это в какой-то степени инновационный метод, еще нигде, насколько я знаю, на данный момент, не использующийся (я имею в виду продающие мини-сайты). Сейчас я его успешно применяю на сайте своей рассылки **«Просто И Логично О Важных И Интересных Моментх Онлайн-Бизнеса»**:

[Http://ezine.gurbanov.com](http://ezine.gurbanov.com)

Этот метод, на мой взгляд, весьма эффективен. И эффективность его достигается тем, что любой человек, подписанный на мою рассылку, может оставить отзыв о ней на моем сайте в любой момент. Создается правильное впечатление неподдельности всего этого.

Кстати говоря, если Вы подписаны на мою рассылку, Вы прямо сейчас можете зайти на страничку

[Http://ezine.gurbanov.com/opinion](http://ezine.gurbanov.com/opinion)

и оставить там свой отзыв о рассылке (я буду Вам за это очень благодарен!).

Таким образом, эта методика в достаточной степени действенна и требует от человека, желающего оставить отзыв, совсем мало усилий. Поэтому я считаю, что использовать гостевую книгу на своем сайте в качестве «копилки» отзывов весьма целесообразно.

Что касается технической стороны вопроса, то тут все вполне просто. Вам требуется выбрать скрипт гостевой книги, удовлетворяющий всем Вашим потребностям, и разместить его у себя на сайте.

По выбору скрипта не могу Вам ничего советовать, т.к. разнообразных скриптов в Рунете огромное количество. Посетите один из многочисленных сайтов, посвященных скриптам (<http://script.woweb.ru> , <http://cgi.myweb.ru> и т.д.) и найдите там в соответствующем разделе скрипт, который придется Вам по душе.

В комплекте с каждым из них идет подробный мануал, так что с установкой гостевой книги на сервер проблем у Вас возникнуть не должно.

### **Видео-отзывы.**

Этот формат является пока диковинкой для Рунет'а. Полноценный видео-отзыв я видел только у уже упоминаемого мною Азамата Ушанова. В видео он давал свои комментарии по поводу продукта одного из своих друзей.

По этому поводу могу сказать только то, что смотрится такой отзыв поистине «сногшибательно»! Видео-отзыв – это действительно замечательная вещь. Через него можно передать все свои эмоции, что сделает его просто «машиной» по завоеванию покупательского доверия Вашему продукту.

Но у него есть пара существенных минусов, которыми и объясняется очень низкая распространенность видео-отзывов в секторе Российского частного электронного бизнеса.

Во-первых, видео-отзыв слишком велик по своему объему, что сразу же отсекает большинство «модемщиков» из круга просмотревших его людей. Мне лично, как я понимаю, крупно повезло, т.к. я обладаю выделенной линией, а вот людям, которые используют «дайл-ап» (dial-up) будет весьма трудно увидеть, то что некто хотел сказать о Вашем продукте.

Во-вторых, видео-отзыв в достаточной мере сложен в реализации. Причем, как на стороне того, кто его записывает, так и на стороне того, кто его публикует.

Чтобы записать видео-мнение о продукте, нужна веб-камера, либо же обычная видео-камера. Плюс нужно некоторое программное обеспечение для обработки результата перед его отправкой автору продукта.

А автору в свою очередь необходимо обзавестись программами-редакторами видео, а также найти хороший и удобный скрипт для интеграции видео в свой сайт.

Таким образом, процесс подготовки видео-отзыва (от его записи до его публикации) является весьма трудоемким. Именно поэтому сегодня видео-мнения практически не распространены в Рунет'е.

Но я полагаю, что за видео-отзывами будущее. Не случайно же они весьма популярны на Западе.

## ГЛАВА 6. КАК И ГДЕ РАСПОЛАГАТЬ ОТЗЫВЫ НА САЙТЕ.

Когда Вы получили в свое распоряжение множество отзывов, у Вас возникает вполне резонный вопрос: «Как расположить их на моем мини-сайте?».

На самом деле, тут нет ничего сложного. Четкой, конкретной системы расположения отзывов на сайте на данный момент не существует. Они могут располагаться как хаотично, так и упорядоченными блоками.

Все зависит от того, какой вариант предпочтете Вы. Лично я могу порекомендовать Вам комбинированные варианты размещения отзывов. Где-то Вы можете разместить их отдельно друг от друга на протяжении всего рекламного текста, а где-то Вы вправе объединить несколько штук в небольшую группу и разместить их подряд.

Здесь хотелось бы отметить, что группировать следует лишь небольшие отзывы. При группировке длинных мнений, посетителю, который не настроен читать отзывы, придется весьма долго их пролистывать, что, наверняка, настроит его негативно.

Теперь немного о, непосредственно, расположении отзывов на мини-сайте. Один отзыв следует обязательно поместить в самое начало текста, чтобы он, как бы предварял все написанное. И этот отзыв должен быть от самого авторитетного специалиста в Вашей нише.

Далее отзывы можно размещать практически как угодно. Главное – не нагромождать большое количество длинных экземпляров в одном месте. Между отзывами должен быть некий промежуток.

Хотя, если Вы зайдете на сайт <http://www.trafficsecrets.com>, Вы увидите, что количество и расположение отзывов не имеет практически никакого значения.

Поэтому, уже в который раз, окончательный выбор за Вами.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Ну вот и подошла к концу эта небольшая книга. Вы узнали, что такое «отзывы» в онлайн-бизнесе, как и где их располагать, какие формы их представления выбирать и т.д.

Как Вы поняли, отзывы являются очень важной частью любого рекламного текста и поэтому ни в коем случае не стоит ими пренебрегать. При написании нового рекламного текста обязательно еще раз прочтите эту книгу.

Руководствуясь материалами, изложенными в ней, Вы сможете избрать наиболее эффективный формат отзывов для Вашего конкретного случая, а также расположить их наилучшим образом на своем сайте.

На этом, пожалуй, все... Позвольте поблагодарить Вас за то, что Вы изучили настоящий отчет! Я искренне надеюсь, что Вы остались довольны его качеством!

Если по ходу изучения отчета у Вас возникли какие-либо вопросы, смело задавайте их мне на e-mail: [info@gurbanov.com](mailto:info@gurbanov.com)! Буду рад выслушать любые пожелания и предложения! ;)

**Внимание!** Если у Вас уже есть свой бизнес, но Вы не довольны продажами, а также если Вы только собираетесь построить свою высокодоходную бизнес-империю, избежав множества проблем и обзаведясь постоянными клиентами - Вы попали в нужное место!

## "Если Вы Хотите Поднять Свой Бизнес На Вершину Горы Доходов И Обрести Не Только Постоянных Клиентов, Но И Надежных Друзей В Их Лице, То Вам Просто Необходимо Прочитать То, Что Написано Далее!"

Скажите пожалуйста, Вы когда-нибудь задумывались о том, почему Вы совершаете так **мало продаж** своего замечательного продукта и почему **Ваши клиенты** ведут себя пассивно и **неохотно приобретают Ваши товары**?

**"Неправильная работа с клиентами может привести к падению продаж, плохой репутации, отсутствию постоянных клиентов, а главное - к ПОЛНОМУ КРАХУ Вашего бизнеса!"**

Поверьте, мне **хорошо известны** Ваши проблемы! Я сам с ними сталкивался! Помнится, не столь давно я уделял своим клиентам слишком мало времени... И один раз это привело к весьма нелестному письму в мой адрес!

Но после этого я твердо решил взяться за совершенствование своих методов взаимодействия с людьми! Я стал **анализировать** опыт успешных РуНет-предпринимателей, **изучать** труды западных мастеров на эту тему, **прорабатывать** множество материалов по психологии и, в конце концов, пришел к тому, что вывел **свою собственную методику**, которая **действительно работает!**

Скажите мне честно, Вы хотите избавиться от всех тех проблем, с которыми столкнулся я, и которые наверняка знакомы Вам? Вы бы хотели стать для всех своих клиентов **настоящим другом** и товарищем, а главное - обеспечить себе **РЕКОРДНЫЕ** продажи?

## "Реальная, 100%-работающая Методика Повышения Продаж И Повышения Своего Авторитета Наконец Рассекречена!"



Пошаговый курс "Перейдем на Ты" - это новейшая методика, которая поможет Вам добиться небывалых продаж, а также сделать каждого своего клиента постоянным!

Этот тренинг основан исключительно на моем практическом опыте, а не "содран" с западных руководств. Это означает, что он реально работает и проверен временем! Узнать подробнее: <http://www.TrustTips.ru>

**Если Вы заинтересованы в развитии своего бизнеса, я могу предложить Вам приобрести следующие товары моих коллег:**



КОЛЛЕКЦИЯ ОБУЧАЮЩИХ ВИДЕОКУРСОВ

**"Все Технические Моменты Онлайн Бизнеса в Видеоформате"**

"17 видеокурсов общей продолжительностью в 36 часов и 45 минут, которые помогут открыть Вам свой бизнес без проблем!"


ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ. СОПРЯВИТЬ (С) 2006. EDEE  
HTTP://RUSSELLER.COM

**Надоели технические проблемы при создании своего дела?**

"Все Технические Моменты Онлайн Бизнеса в Видеоформате".

Коллекция видеокурсов, которая за 36 часов и 45 минут сделает из Вас профессионала во всех технических моментах ведения бизнеса в сети.

[Кликните Сюда Прямо Сейчас, Чтобы Узнать Все Подробности!](#)



**Impact PopUp Professional!**  
2007


Эффективная Технология Управления Выяснениями!

НОВИНКА

Если Вы хотите увеличить количество своих подписчиков, а также поднять продажи своих великолепных продуктов, то тогда я хотел бы предложить Вам программу **Impact PopUp Pro!**

Благодаря этому продукту Вы научитесь создавать очень привлекательные неблокируемые «стикеры», на которых можно написать все, что душе Вашей угодно!

Не медлите и прямо сейчас воспользуйтесь данной возможностью! [Займите себе набор сайтовых стикеров!](#)



**ЧЕРНАЯ**  
АВТОМАТИКА

Вик Орлов

"Книга, которая прокормит ВАШУ семью!"

Из этой книги Вы узнаете об эффективных маркетинговых приемах, которыми пользуются как добропорядочные, так и не особо правоверные маркетологи, не желая, чтобы об этом знали другие.

Книга состоит из трех информационно-богатых частей, в каждой из которых Вы найдете подробнейшую информацию о каждом аспекте настоящего маркетинга. [Проникнуть за кулисы маркетинга и узнать все его черные тайны!](#)