

Как зарабатывать на продаже чужих инфопродуктов

Оксана Пабло



Оксана Пабло

Как зарабатывать на продаже чужих инфопродуктов

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=57393594
ISBN 9785005131249*

Аннотация

В данной книге будет подробно рассказано о том, что на данный момент представляют из себя инфопродукты, а также где и сколько можно зарабатывать на перепродаже чужих курсов и других информационных ресурсов.

Содержание

Инфопродукт – что это такое?	5
Как определить качественный инфопродукт?	8
С чего начать продажу чужих инфопродуктов?	10
Определить нишу, в который планируется работать	11
Воспользоваться помощью эксперта	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Как зарабатывать на продаже чужих инфопродуктов

Оксана Пабло

© Оксана Пабло, 2020

ISBN 978-5-0051-3124-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

С развитием Интернета на рынке появилось большое количество предложений по мастер-классам, видеоурокам и вебинарам. Эта сфера получила название инфобизнеса. На данный момент социальные сети являются основным источником, через которые можно продвигать и продавать такие услуги.

В данной книге будет подробно рассказано о том, что на данный момент представляют из себя инфопродукты, а также где и сколько можно зарабатывать на перепродаже чужих курсов и других информационных ресурсов.

Инфопродукт – что это такое?

Под таким товаром понимается набор знаний и информации, которые относятся к узкой сфере и будут полезны для определенных пользователей. Если человек обладает уникальными знаниями и умениям в какой-то определенной области, то он может предложить и продавать такую информацию другим пользователям. Такая система лежит в основе инфобизнеса.

Чтобы перепродавать чужие готовые информационные товары, необходимо участвовать в воронке продаж, которые создают владельцы таких уникальных знаний. При этом необязательно создавать инфопродукт самостоятельно – продажа чужих знаний также приносит высокий доход.

Существует классификация такого товара, которая подразделяет информационные продукты на следующие группы:

Текстовые знания: чек-листы, гайды и статьи, которые предоставляются в форматах PDF;

Аудиоматериалы: уроки, аудиокниги и подкасты.

Готовые бизнес-планы: подробные, пошаговые инструкции с расчётами и рекомендациями по открытию собственного бизнеса (предприятия).

Видеопродукты: вебинары и видеоконтент. Как видно из названия, такие продукты предоставляются в формате ви-

део. Вебинары – это онлайн-продукт, который проводится в режиме реального времени. Видеоуроки – это уже готовые записанные курсы и уроки.

Также в визуальную группу входят такие товары, как *онлайн-курс, мастер-класс, интенсив и коучинг*. Наиболее сложный из них – это *онлайн-курс*. Для создания такого товара нужна большая подготовка и широкий кругозор. Он обычно состоит из нескольких продуктов, о которых было рассказано ранее: *вебинары, чек-листы и гайды*. Здесь все зависит от структуры, которую выберет сам автор.

Мастер-классы и интенсивы – это уже более объемные уроки, созданные на определенную тему. По окончании такого курса человек уходит с набором новых навыков и умений. Интенсив представляет из себя живое общение со слушателями в течение длительного периода времени.

Еще один вид обучения – это *коучинг*. Под ним понимается индивидуальный формат обучения с моментом наставничества. Это динамическое обучение слушателя – походу структура может корректироваться.

Консалтинговые услуги – это консультации специалистов, которые направлены на определенную сферу деятельности.

Еще одной разновидностью инфопродуктов являются *каналы и сайты*, которые предоставляются платно. Чаще всего такой инструмент используется предпринимателями, которые владеют эксклюзивной информацией. Для того чтобы получить доступ к таким данным, пользователю необходимо

внести заранее оговоренную сумму либо взимается абонентская плата за пользование сайтом. На данный момент «Телеграмм» стал именно тем каналом, которые предполагает такую схему заработка

Это был список наиболее популярных инфопродуктов, хотя на самом деле он ежемесячно пополняется новыми уникальными товарами. Любые коммерческие материалы могут стать инфопродуктами, поскольку само понятие весьма обширное.

Предприниматель должен создать либо купить качественный информационный продукт, который должен быть интересен пользователям и обеспечит владельца хорошими продажами. Поскольку на данный момент информационный рынок переполнен, то потребитель с недоверием относится к различного рода вебинарам и мастер-классам. Зачастую можно приобрести весьма сомнительный инфопродукт, который невозможно продать в дальнейшем.

Именно поэтому прежде, чем приступить к заработку на продаже чужого контента, необходимо тщательно отобрать материал, чтобы его качество удовлетворяло потенциальных потребителей.

Как определить качественный инфопродукт?

Для того чтобы понять, какой именно товар будет хорошо продаваться, а какой приведет к потере средств, необходимо подробнее рассмотреть основные признаки качественного и некачественного инфопродукта.

Что стоит покупать:

Продавец предлагает уникальную информацию с минимальным количеством «воды», где есть только конкретные данные;

В основе товара лежит личный опыт автора;

Уровень продукта соответствует уровню целевой аудитории: базовые навыки предоставляются для новичков, а профессионалам и экспертам в определенной области предлагаются более глубокие знания;

С помощью продукта покупатель решает свою насущную проблему;

Структура проста и понятна пользователям.

От чего нужно отказаться:

Если вся информация находится в открытом доступе;

Весь инфопродукт состоит только из теории;

Пользователь не получает новой информации, только общедоступные данные;

Нет выбранной ниши и целевой аудитории;
Проблема не решена – тематика не соблюдена;
Сложные материал и отсутствие ясной структуры.

С чего начать продажу чужих инфопродуктов?

Перепродажа чужих продуктов – это вполне легальный вариант заработка. Однако у тех, кто решает заняться этим непростым делом, сразу возникает вопрос, с чего же начать такой бизнес. Для этого есть несколько простых рекомендаций:

Определить нишу, в который планируется работать

Лучше выбирать ту отрасль, с которой пользователь знаком, чтобы определить, насколько качественный продукт он покупает. Лучше если с этим будет связано его увлечение, хобби. Рекомендуется приобретать не только те курсы, которые принесут большой доход, но и которые увлекают и самого пользователя.

Воспользоваться помощью эксперта

После того как принято решение о том, в какой отрасли работать, нужно найти эксперта, который сможет предоставить качественный инфопродукт. Поиск стоит начать среди своих коллег или друзей, знакомых. Необходимо вспомнить, с кем из профессионалов знаком человек, чтобы предложить свое сотрудничество. Если же на ум никто не приходит, то можно воспользоваться помощью друзей и попросить порекомендовать такого человека. Еще одним из источников для поиска клиента станут тематические форумы или сообщества в социальных сетях.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.