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

Despre autor

Jeff Walker a schimbat, literalmente, modul în care se fac vânzările online. De-a lungul drumului, a devenit unul dintre cei mai mari antreprenori şi instructori de marketing din lume.

În trecut, înainte de a începe el să predea „Formula de Lansare a unui Produs", aproape nimeni din lumea antreprenorilor online nu vorbea despre „lansări de produse", iar ideea de „zi de un milion de dolari" părea aproape ridicolă. Dar acum, în lumea de după Formula de Lansare a unui Produs, lansările de un milion (şi de mai multe milioane) de dolari de-abia dacă mai impresionează pe cineva. Aproape că au devenit rutină.

Dar tehnicile lui nu sunt doar pentru cei mai mari guru – a învăţat mii de cursanţi (care operează pe sute de nişe), iar aceştia au generat vânzări de mai mult de 500 de milioane de dolari (iar această cifră continuă să crească în fiecare zi).

Jeff locuieşte în Durango, Colorado, unde îşi urmează pasiunea pentru tot felul de distracţii în aer liber. Locuieşte cu soţia sa, Mary, şi cu câinele lor, Jenny. Şi deşi copiii au plecat de acasă, Jeff încă mai are o mulţime de aventuri cu ei (în special la schi şi la ciclism montan).

Îl poţi urmări pe Jeff pe blogul lui, la JeffWalker.com, şi să obţii instruire gratuită cu privire la marketing şi lansări la ProductLaunchFormula.com.

„Aceasta este o carte GROZAVĂ despre lansarea de produse și dezvoltarea afacerilor, dar este despre mai mult decât atât. Este despre crearea unei mișcări, realizarea unui impact și oferirea unei valori uriașe pentru piață – și se bazează pe experiență și pe rezultate. Dacă vrei să-ți aduci pe lume produsul, afacerea sau mișcarea în stil mare, atunci *LANSAREA* este cartea care conține rețeta."

– **Daniel G. Amen**, doctor în medicină, autor al cărții *Change Your Brain, Change Your Life* (*Schimbă-ți mintea, schimbă-ți viața*) și al altor opt bestselleruri *New York Times*

„Titlul acestei cărți, *LANSAREA*, este extrem de adecvat, deoarece Jeff Walker este pionierul inovator al marketingului lansărilor online, precum și un educator de prim rang al industriei marketingului online. Carierele a mii de antreprenori online de succes au fost deja lansate de către conceptele practice, structurile, strategiile, instrumentele și procesele extraordinare ale lui Jeff. *LANSAREA* este o carte care trebuie citită de către toți specialiștii în marketing – manualul ideal pentru a face bani vânzând orice pe Internet."

– **Dan Sullivan**, președinte și fondator al *The Strategic Coach (Antrenorul strategic)*

„Mi-a luat patru ani ca să-mi dezvolt prima afacere până la cinci milioane de dolari. Folosind modelul de lansare a unui produs al lui Jeff Walker, am fost capabil să ating vânzări de cinci milioane de dolari – într-o afacere de nișă nou-nouță – în primul meu an. Jeff a creat una dintre cele mai importante inovații în marketing din ultimii o sută de ani."

– **Eben Pagan**, fondator al *Hot Topic Media (Media subiectelor fierbinți)* și *Serial Online Entrepreneur (Antreprenorul în serie online*)

„Afacerile sunt o succesiune de lansări – produse noi, proiecte, promovări, stimulente, parteneriate etc. Pentru a reuși, va trebui să stăpânești lansarea. În acest scop, vei dori să studiezi cu maestrul lansării – Jeff Walker. După zece mii de ore și milioane de dolari, el și-a dat seama. Citiți această carte și scurtați-vă în mod semnificativ calea către profituri."

– **Darren Hardy**, editor și redactor fondator al revistei *SUCCESS* și autor al cărții *The Compound Effect – Jumpstart. Your Income, Your Life, Your Success (Efectul compus – Pornire în forță. Venitul tău, viața ta, succesul tău),* bestseller *New York Times*

„Această carte trebuie citită de către oricine încearcă să influenţeze şi să schimbe vieţile oamenilor într-un mod pozitiv. Este o carte de afaceri GROZAVĂ, dar este, de asemenea, mult mai mult decât o carte de afaceri. Intenţionez să iau câte un exemplar pentru fiecare autor de la Hay House."

– **Reid Tracy**, CEO la Hay House, Inc.

„Deşi sunt un veteran al marketingului direct de mai bine de 30 de ani, această carte m-a făcut să îmi dau seama cât de mult mai ai încă de învăţat pentru a fi un excelent specialist în marketing… precum şi o fiinţă umană. Ca unul dintre eroii antreprenorilor de pe planetă care fac afaceri cu inima, Jeff a scris, probabil, cea mai importantă carte din ultimul deceniu, atât despre marketingul cu răspuns direct, cât şi despre antreprenoriat.

Oricine crede că termenul „lansare" se referă doar la marketingul online nu a fost atent la marketingul cu răspuns direct din ultimele cinci decenii (sau mai mult). Şi oricine crede că Jeff Walker nu şi-a câştigat dreptul de a deţine cuvântul „lansare" în peisajul marketingului de astăzi nu a fost, de asemenea, atent.

LANSAREA este o carte care trebuie citită de către oricine face afaceri în ziua de azi – experimentat sau novice – şi are nevoie să-şi ducă produsul sau serviciul în lume… şi vrea să facă acest lucru cu integritate şi putere."

– **Brian Kurtz**, vicepreşedinte executiv, Boardroom, Inc.

„Aceasta nu este doar o carte. Este o licenţă pentru tipărit bani. (Bine, poate că exagerez, dar doar puţin.) Am folosit Formula de Lansare a unui Produs a lui Jeff pentru a crea o afacere cu venituri de peste şapte cifre pe care efectiv o ador. Şi, spre deosebire de unii antreprenori de succes, el nu ascunde nimic. Totul este aici – o strategie dovedită, exemple din lumea reală şi instrucţiuni pas cu pas – toate lucrurile de care ai nevoie pentru a crea o afacere după care te dai în vânt, în timp ce îţi câştigi existenţa făcând acest lucru."

– **Michael Hyatt**, autor al unor bestselleruri *New York Times* şi fondator al PlatformUniversity.com

„Prima zi de lansare a unei noi afaceri a fost întotdeauna stresantă, exasperantă. Dar de când aplicăm ideile lui Jeff Walker, am transformat aceste „zile de lansare" în momente de sărbătoare, succes şi un flux de numerar uimitor, în timp ce afacerile noastre au reuşit să atragă o cerere incredibilă din partea clienţilor în prima zi. Aceasta a adăugat milioane la rezultatele noastre şi a ridicat extraordinar evaluarea companiei noastre atunci când vânzările din prima zi au depăşit toate aşteptările."

– **Vishen Lakhiani**, fondator şi CEO la Mindvalley

„Aceasta nu este atât o carte, pe cât este o rețetă și un proiect de schimbare pentru tine și pentru starea financiară a familiei tale. Descompune totul de la Lansarea Seminței (Seed Launch™), în care începi complet de la zero, și până la mega-Lansările JV, care îți pot aduce milioane în câteva zile. Procesul presupune, în mod cert, o oarecare muncă, dar dacă iei procesul și îl folosești, atunci poți avea parte de vânzări aproape instantanee și de un impuls pentru afacerea ta. Urmarea formulei lui Jeff nu numai că-ți va face succesul mai posibil, ci îl va face și mai probabil. Cumpără, deci, cartea lui Jeff – până la urmă, el este cel care a făcut vânzări de un milion de dolari cu produsul său, într-o singură oră! *LANSAREA* are susținerea noastră, a amândurora, și îți poate schimba afacerea și viața."

– **Joe Polish** și **Dean Jackson**, ILoveMarketing.com

„Atunci când este vorba despre marketingul pe Internet, Jeff Walker este un geniu de bună credință. Acum, cu *LANSAREA*, îți arată exact cum poți să comercializezi cu succes orice produs sau serviciu online. O carte care trebuie citită de către toți antreprenorii serioși."

– **Randy Gage**, autor al cărții *Risky Is the New Safe (Riscul este noua siguranță)*, bestseller *New York Times,*

„Această carte nu este doar pentru cei care vor să facă foarte repede o mulțime de bani din afacerile lor. Este pentru oameni care vor să trăiască cele mai bune vieți, făcând ceea ce s-au născut să facă și servind lumea. Recomand cu tărie această carte oricui vrea să aibă un impact mai mare, împreună cu un venit mult mai mare."

– **Christian Mickelson**, CEO la CoachesWithClients.com

„Uau! Ce poți să spui despre Jeff Walker? Tipul acesta deține spațiul lansării. Crede-mă – dacă ai de gând să lansezi un produs, o afacere sau chiar o carte, atunci ia această carte și citește-o ACUM. Îți garantez că nu vei regreta."

– **Eric T. Wagner**, fondator și CEO la Mighty Wise Academy, redactor la *Forbes*

„Dacă ar fi să spun un singur cuvânt despre Jeff Walker și *LANSAREA*, acesta ar fi: IMPACT. Dacă ești în căutarea unui uriaș impact pozitiv asupra afacerii tale, a familiei sau a vieții tale, atunci trebuie să citești *LANSAREA*. Nu te duce pur și simplu să iei un exemplar… aleargă și lasă-l pe Jeff Walker să te ajute să creezi o moștenire pentru cei din jurul tău."

– **JB Glossinger**, fondator al MorningCoach.com

„În primele zile ale marketingului pe Internet, era un haos total online, ceva de speriat. Ştiam că avem un acces fără precedent la un public global vast, dar ne lipsea o modalitate simplă, elegantă pentru a prezenta produse noi şi a încheia vânzări.

Intră în scenă Jeff Walker… care sosea bine instruit la vechea şcoală a marketingului cu răspuns direct, având totodată o înţelegere unică şi rapid adoptată a potenţialului din online. Îmi explicase mai devreme ideea lui ca fiind o simplă răsturnare pe o parte a unei scrisori de vânzări al naibii de bune… şi folosirea tuturor aspectelor acestei noi tehnologii puternice pentru a atrage potenţialii clienţi, a le duce dorinţa până la punctul maxim, iar după aceea, a le transforma vieţile îndeplinind promisiunile care-i înnebuniseră, printr-un proces extensiv de educaţie, împărtăşire şi oferire de mostre tentant de bune.

Formula de lansare pe care a perfecţionat-o a produs pentru noi rezultate cu mult dincolo de oricare dintre eforturile noastre de marketing online… iar şi iar şi iar. Era uimitoare. Şi distractivă. Şi elegantă în simplitatea ei. Jeff a codificat modul în care vor fi conduse lansările online pentru generaţii de-acum încolo."

– **John Carlton**, copywriter legendar şi autor al cărţilor *The Simple Writing System (Sistemul de scriere simplu)* şi *The Entrepreneur's Guide to Getting Your Shit Together (Ghidul antreprenorului ca să te pui pe picioare)*

„Îl cunosc pe Jeff Walker de mai mulţi ani – am urmărit modul în care face el afaceri. Se bazează 100% pe clădirea valorii şi exact acest lucru face cartea de faţă. În *LANSAREA,* Jeff îţi oferă reţeta dovedită pentru lansarea produsului tău sau a afacerii tale. Jeff îi învaţă pe alţii din experienţă şi-i învaţă cu o inimă uriaşă şi cu o umilinţă extraordinară. Strategiile lui sunt atât revoluţionare, cât şi incredibil de eficiente."

– **Janet Bray Attwood**, co-autoare a cărţii *The Passion Test (Testul pasiunii*), bestseller *New York Times*

„Jeff are un istoric lung de a oferi mai mult decât promite, iar *LANSAREA* nu face excepţie. Este plină de studii de caz din lumea reală, sfaturi utile pas cu pas şi tipul de revelaţii pe care le primeşti doar de la cineva care a fost implicat şi a făcut ce era de făcut. Este, probabil, cea mai valoroasă carte pe care o vei citi anul acesta."

– **Paul Myers**, editor la TalkBizNews.com

„Am fost suficient de norocoasă încât să petrec o zi într-o cameră mică, împreună cu câteva zeci de persoane care-l ascultau pe Jeff Walker predând din toată inima. Toate persoanele din cameră au rămas lipite de scaune cât a predat acesta, timp de fix nouă ore. Strategiile pe care le-am învățat în acea zi mi-au transformat complet afacerea și concepția despre ceea ce era posibil. În *LANSAREA*, tu primești strategiile pe care Jeff le-a predat în ziua aceea și chiar mai mult. Aceasta este cartea de afaceri a anului, iar eu voi cumpăra personal câte un exemplar pentru cei mai buni dintre cursanții mei."

– **JJ Virgin**, specialist certificat în nutriție, sănătate și fitness, autoarea cărților *The Virgin Diet (Dieta Virgin*) și *The Virgin Diet Cookbook* (*Cartea de bucate pentru Dieta Virgin*), bestselleruri *New York Times*

„Oamenii au încredere în Jeff Walker, deoarece Walker a fost în mod constant, de ani de zile, în linia întâi în obținerea de rezultate online cu Formula lui de Lansare a unui Produs. Acum, și-a distilat sistemul în *LANSAREA*, astfel încât oricine să-l poată învăța, să-l implementeze și să-l lanseze! Este aproape incorect cât de mult ți-a ușurat situația. Eu nu voi mai lansa nicio altă carte fără să folosesc *LANSAREA*. Jeff Walker a creat harta drumului, iar eu intenționez să o folosesc."

– **David Bach**, autor a nouă bestselleruri *New York Times* și creatorul seriei de cărți *FinishRich* (*Sfârșește prin a fi bogat*)

„Suntem complet părtinitori în ceea ce privește *LANSAREA* deoarece am folosit strategiile de lansare ale lui Jeff Walker pentru a genera venituri de mai multe milioane de dolari în ultimii patru ani, în timp ce nu ne-a costat aproape nimic ca să le implementăm! Aceasta ne-a permis să avem ambiții mai mari și să ne mărim impactul pozitiv asupra clienților noștri din toată lumea."

– **Bob** și **Susan Negen**, fondatori ai Whizbang Training

„Am citit o mulțime de cărți de marketing și de afaceri… iar cele mai multe dintre ele irosesc 300 de pagini ca să ajungă la o singură idee valoroasă. Acesta este un ghid serios, practic, cuprinzător, pentru fiecare deținător al unei afaceri din lumea reală. Dacă te-ai întrebat vreodată cum să-ți începi propria afacere sau să găsești mai mulți clienți online, *LANSAREA* te va ajuta să ajungi unde vrei."

– **Sonia Simone**, co-fondator al Copyblogger Media

„Dacă aş putea recomanda doar o carte referitoare la felul în care să începi, să-ţi construieşti şi să-ţi dezvolţi o afacere online, *LANSAREA* ar fi acea carte."

– **Ray Edwards**, fondator şi editor al RayEdwards.com

„În timp ce atât de mulţi specialişti în marketing fac promisiuni îndrăzneţe, Jeff Walker produce în linişte rezultate reale. Această carte va schimba pentru totdeauna modul în care gândeşti despre marketing."

– **John Jantsch**, autorul cărţilor *Duct Tape Marketing* (*Marketingul benzii adezive*) şi *Duct Tape Selling* (*Vânzarea benzii adezive*)

„Pentru oricine tânjeşte să se elibereze de rutina de muncă de la opt până târziu, Jeff Walker este un cartograf. Multe cărţi pretind că oferă harta drumului către succes. *LANSAREA* chiar face acest lucru. Dacă visezi să-ţi transformi dragostea pentru câini, sport, starea de bine sau pentru aproape orice altă pasiune într-o afacere mobilă care plăteşte facturile ŞI îţi hrăneşte sufletul, atunci trebuie să citeşti această carte."

– **Valerie Young**, visător colaborator la ChangingCourse.com

„Ceea ce Jeff Walker ne învaţă în *LANSAREA* este vital pentru succesul marketingului modern. Nu ai nevoie de mai multe tactici sau instrumente; ai nevoie de o strategie inteligentă şi exact acesta este lucrul pe care îl oferă cartea de faţă."

– **Marie Forleo**, fondatoare a B-School, gazdă premiată a MarieTV, MarieForleo.com

Pentru soția mea Mary și incredibilii mei copii, Daniel și Joan, care mi-au fost alături de-a lungul acestei întregi călătorii extraordinare (și mi-au oferit un sprijin extraordinar la fiecare pas). Vă iubesc pe fiecare în parte, din toată inima mea.

Cuprins

Despre autor

O notă pentru cititor

Capitolul 1 - De la tată care stătea acasă la venituri de şase cifre, în şapte zile

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

Capitolul 3 - Licenţă pentru a tipări bani: Lista ta

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

Capitolul 5 - Arme de influenţare în masă: Declanşatorii 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 porneşti 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 iubeşti

Capitolul 13 - O reţetă pentru o viaţă măreaţă

Capitolul 14 - Este timpul tău să lansezi

Mulţumiri

Glosar

O notă pentru cititor

Această carte îți va clădi afacerea – repede. Fie că ai deja o afacere, fie că îți dorești să începi una, aceasta este o rețetă pentru a obține mai multă tracțiune.

Gândește-te: ce-ar fi dacă ai putea să lansezi ca Apple sau ca marile studiouri de la Hollywood? Ce-ar fi dacă potențialii tăi clienți ar număra invers, nerăbdători, zilele până când vor putea să-ți cumpere produsul? Ce-ar fi dacă ai putea să-ți creezi o poziție atât de puternică pe piața din care faci parte, încât practic ți-ai elimina concurența? Și ai putea să faci toate aceste lucruri indiferent de cât de umilă ar fi afacerea sau bugetul tău?

Există un proces… o formulă, dacă vreți, care vă poate duce acolo. Am creat și perfecționat această formulă de-a lungul ultimilor 18 ani și intenționez să o împărtășesc cu voi în aceste pagini.

În această carte nu este nicio teorie. Tot ceea ce am de gând să vă învăț se bazează pe rezultate din lumea reală. Această formulă a fost creată prin încercare și eroare, testare și experiență dobândită cu greu.

Am făcut personal zeci de lansări de foarte mare succes ale propriilor mele produse. Dar nu este vorba doar despre mine și

succesul meu. Mi-am consiliat cursanţii şi clienţii prin sute de lansări în cadrul cărora am fost implicat, reglând potenţiometrele şi urmărind toate datele.

Vei face cunoştinţă cu unii dintre acei cursanţi în această carte, deoarece sunt un mare fan al învăţării din (şi prin) exemple. Veţi observa că NU sunt scenarii ipotetice. Am citit o mulţime de cărţi de afaceri care folosesc studii de caz fictive pentru a explica metodele lor, dar aceasta nu este una dintre ele.

Am de gând să vă dau exemple din lumea reală. Şi voi merge şi mai departe cu studii de caz audio şi video pe care le puteţi accesa pe site-ul care însoţeşte această carte, dacă vă înregistraţi. Am, de asemenea, pe site, videoclipuri instructive şi resurse, pe care le puteţi accesa aici: http://thelaunchbook.com/member/.

Voi merge mai departe şi voi recunoaşte că am o slăbiciune în a mă lăuda în ceea ce-i priveşte pe cursanţii mei. Îmi place să vorbesc despre ei şi îmi place să le sărbătoresc succesele. O fac în primul rând pentru că este instructiv, dar şi pentru că ei sunt eroii mei. Cred că antreprenorii sunt viitorul umanităţii. Ei sunt cei care conduc progresul uman, creează locuri de muncă şi construiesc valori reale în lume. Iar acesta este unul dintre motivele pentru sunt atât de pasionat de afacerea mea – este vorba despre a ajuta antreprenorii şi pe cei care doresc să fie antreprenori.

Cred, de asemenea, că trăim în cel mai bun moment din istorie pentru creştere şi oportunitate antreprenorială. Nu a fost niciodată mai uşor să începi şi nu a fost niciodată mai uşor să dezvolţi o afacere. Capacitatea de a atinge, la nivel global, pieţe de nişă restrânse este, pur şi simplu, fără precedent. De exemplu, prima vânzare pe care am făcut-o vreodată a fost pe o mică piaţă de nişă, unui domn din Elveţia… şi am făcut-o din subsolul casei mele din Colorado.

Desigur, aceasta nu înseamnă că este uşor. Implică multă muncă grea, exact la fel ca orice altă realizare omenească. Aceasta NU este, categoric, o carte despre cum să te îmbogăţeşti rapid.

Dar formula a fost dovedită iar și iar – este harta drumului către un start rapid pentru produsul tău sau pentru afacerile tale. La urma urmei, dacă tot ai de gând să depui efortul, este bine să știi că folosești un sistem dovedit, testat.

Rezultatele au fost uimitoare. Mi-am demarat afacerile de la cele mai umile începuturi imaginabile și am ajuns să fac vânzări de zeci de milioane de dolari ale produselor mele. Ba mai mult, cursanții și clienții mei mi-au eclipsat propriul succes – au făcut vânzări de sute de milioane de dolari ale propriilor produse și servicii.

Dacă privesc în urmă, lucrul amuzant este că totul s-a întâmplat accidental. Nu-mi propusesem să reinventez marketingul sau să devin un lider în domeniu. De fapt, când am început, nu aveam deloc experiență în vânzări și marketing. Și, în mare măsură, de aceea am și reușit...

CAPITOLUL 1

De la tată care stătea acasă la venituri de şase cifre, în şapte 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 acelui buton înainte de a-l apăsa. Cinci secunde, zece secunde și tot mai aşteptam. 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 însăși 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 acelui 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. Renunțasem 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 ştiam ce urma să fac. Ştiam doar că nu mai puteam continua să trăiesc în lumea corporatistă.

Toată treaba cu domnul Mami a durat mai mult decât mă aşteptasem. Am avut, curând, un al doilea copil, ceea ce însemna că aveam grijă de doi copii mici. Aşa cum ştie 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 întreţin familia, să-i ofer soţiei mele o pauză şi să reduc toată presiunea care ne zdrobea familia.

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

Dă-i bătaie şi renunţă la serviciul tău de zi cu zi

Când, în cele din urmă, mi-am făcut curaj să apăs butonul, reacţia a fost uluitoare… ca atunci când apeşi 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 oraşului Green Bay, Wisconsin.

Iar acesta a declanşat 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 căsuţele poştale electronice ale abonaţilor mei.

E-mailul era foarte scurt, conţinând mai puţin de 50 de cuvinte. Dar la sfârşitul 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 apăsat 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 cumpărase.

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.

Aceea 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.)

Ştiţi, 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 priveşte, mi-a schimbat viaţa). Pentru alţii 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 cărţi, am de împărtăşit cu tine câteva rezultate destul de uimitoare.

Nu ştiam atunci acest lucru, dar eram abia la început. Şi cream ceva care avea să schimbe, literalmente, mii de vieţi.

Cum m-am îmbogăţit ajutându-i pe mii de alţi oameni să se îmbogăţească

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

Da, ceea ce sunt pe cale să împărtăşesc cu voi a creat bogăţii incredibile şi abundenţă în viaţa mea şi în vieţile multora dintre cursanţii mei. Dar acei bani, acea bogăţie şi acea influenţă nu au apărut ca prin farmec, peste noapte.

Există o metodă – o formulă, dacă vreţi – în spatele acestui întreg succes uimitor. Şi tocmai asta îşi propune cartea de faţă – să vă ducă în spatele cortinei şi să vă arate acea formulă.

De-a lungul drumului, am de gând să vă prezint o lume despre care cei mai mulţi oameni nu ştiu că există, o lume în care oameni comuni creează afaceri ieşite din comun. O lume în care oamenii încep afaceri aproape fără nicio investiţie sau niciun capital, lansându-şi adesea acele afaceri dintr-un dormitor pentru oaspeţi sau de la masa lor din bucătărie. Şi o lume în care aceşti oameni pornesc o afacere de la zero şi ajung la profit într-un timp remarcabil de scurt.

Şi apoi mai sunt acei oameni care deţin deja o afacere şi care folosesc această formulă în afacerea respectivă şi văd o creştere 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 oferiți 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 pieţe distincte. Și, pe parcurs, am învăţat mii de antreprenori online cum să-și înceapă și să-și dezvolte afacerile. Cursanţii și clienţii 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 experţi 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 Cercetași (iar aceea era punga pe care o cumpărau părinţii mei).

Regulile s-au schimbat

Lumea este, în mod clar, în mijlocul unei uriașe tranziţii. Însăși natura comunicării noastre și a vieţii zilnice s-a schimbat radical în doar câţiva ani. Trăim într-o lume mai transparentă… o lume cu o bază de clienţi perfect conectată, care poate strânge instantaneu mii de recenzii despre sute de competitori. O lume cu un nivel tot mai mare al concurenţei pentru atenţia potenţialilor tăi clienţi. O lume în care „ceaţa 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 insufli 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

şi 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 şapte zile – totul de la mine de-acasă, totul fără niciun personal, totul cu costuri aproape zero.

Aceştia au fost „anii de linişte". Erau multe lucruri grozave legate de afacerea mea, iar eu îmi iubeam afacerea şi viaţa. Făceam mai mulţi bani decât visasem vreodată, Mary putea să stea acasă cu copiii şi să fie mamă cu normă întreagă, am putut să ne mutăm în oraşul 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 mulţime de oameni cu afaceri online care făceau lansări de produse în acelaşi fel în care le făceam eu. Succesul pe care îl aveam era uluitor pentru mine, dar nu ştiam că a realiza venituri de şase cifre în şapte 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 mulţime de oameni noi (şi am pus bazele unor prietenii pe care le apreciez şi de care mă bucur până astăzi), mi-am dat seama că nimeni altcineva nu mai făcea lucrurile pe care le făceam eu. Şi cu siguranţă nu făceau lansări aşa cum făceam eu sau nu obţineau rezultatele pe care le obţineam eu. De fapt, am fost şocat 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 demențiale. 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 mulţumit public pentru ajutorul meu în lansările sale, îndemnurile ca eu să ofer consultanţă pentru lansări au început să devină tot mai puternice. Şi, după insistenţele lui John şi ale multor altora (în special Yanik Silver), am decis că a venit momentul să îmi public munca… să încep să îi învăţ pe alţii 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 reputaţia (şi viitorul meu în afaceri) erau la bătaie. Până la urmă, pomul se cunoaşte 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 – şi îi ajutasem pe alţii 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 învăţa pe alţii despre piaţa de capital. Acum, aveam de gând să-i învăţ pe oameni cum să-şi lanseze produsele şi afacerile online. Nu aveam o listă de e-mailuri cu potenţiali clienţi pentru această nouă piaţă, iar veche mea listă cu investitorii de pe piaţa de capital nu mi-ar fi folosit la nimic. Nu aveam un statut de expert pe piaţă; eram, în mare măsură, necunoscut, cu excepţia puţinilor oameni pe care îi ajutasem cu lansările lor. Dar acest lucru nu m-a încetinit, deoarece ştiam cum să ocolesc astfel de limitări. (O să-ţi arăt cum, atunci când te voi învăţa despre Lansările JV.)

Aşadar, 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 marţiale mixte
programatori SAP
tricotat
croşetat
fonduri mutuale de investiţii
tranzacţionare (forex, la termen, acţiuni etc.)
dresaj
investiţii 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
meditaţie
dresarea câinilor pentru a le spori agilitatea
accesorii pentru fanfare
lecţii de tenis
yoga

antrenament fotbal juniori

compozitori

chiromanţie

antrenament biciclete de fitness

neuroştiinţă

autoapărare

călătorii de aventuri

decorare prăjituri

Aminteşte-ţi, pentru concizie, ţi-am oferit doar o listă parţială – există zeci şi zeci de alte exemple. Nu face greşeala să te gândeşti că nu va funcţiona pentru afacerea sau piaţa 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 cursanţi PLF de succes în zeci de ţări şi a funcţionat în mai multe limbi decât pot eu să ţin evidenţa.

Şi funcţionează pentru tot felul de produse şi afaceri, cum ar fi:

cursuri online

cursuri la distanţă

dispozitive materiale

site-uri cu abonamente online

site-uri de servicii

servicii offline (dentişti, servicii fiscale etc.)

vânzări imobiliare

cărţi în format electronic

instructaj

coordonare şi interconectare grupuri

consultanţă

lucrări de artă (tablouri, bijuterii etc.)

sistemul de vânzări B2B*

colectare de fonduri non-profit

jocuri de masă

atragerea oamenilor către biserică

imobiliare

pachete turistice

software

aplicaţii

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

A fost o călătorie fantastică. Nu aş 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 ştii, 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 funcţioneze în cazul tău? Poţi începe o afacere online folosind Formula mea de Lansare a unui Produs? Sau, dacă deja ai o afacere, te poate ajuta să îţi dezvolţi afacerea?

Din experienţa mea, în afară de cazul în care vinzi o materie primă (ca benzina sau nisipul) sau prestezi un serviciu de urgenţă (ca lăcătuş sau garant de cauţiuni), atunci răspunsul este un

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

DA emfatic. Am văzut atât de mulţi Deţinători 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 împărtăşi unele dintre poveştile lor. Veţi întâlni oameni din multe medii de viaţă diferite… oameni cu produse şi afaceri extrem de diferite. Oameni ca Susan Garrett, care dresează câini pentru ca aceştia să capete agilitate. Ea a început să folosească PLF fiind complet începătoare şi a creat de atunci o afacere cu un succes enorm. Sau John Gallagher, care vinde produse ce facilitează căutarea plantelor şi ierburilor medicinale şi comestibile. John trăia din bonuri de masă primite ca ajutor social atunci când a făcut prima sa lansare, iar acum deţine o afacere cu o valoare de şase cifre. Sau Will Hamilton, care vinde articole de antrenament pentru tenis şi a folosit lansările sale de produse pentru a crea o marcă atât de puternică, încât acum este partenerul unor profesionişti de prim rang din tenis.

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

Am organizat cartea să urmeze o evoluţie logică:

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

În următoarele trei capitole te voi ghida prin însuşi procesul de lansare – inclusiv preprelansarea, prelansarea şi apoi coşul deschis.

Ultimele şase capitole vor fi despre cum se potriveşte PLF în afacerea şi în viaţa ta, inclusiv Lansarea Seminţei (aceasta este despre cum să începi de la zero) şi Lansarea JV (cum poţi să faci acele superlansări foarte mari).

Acum, ca să clarificăm, nu spun că PLF este ceva uşor sau automat. Implică, în mod categoric, muncă. Aşa cum am spus la început, acesta NU este un sistem „de îmbogăţire 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, aceştia elaborează lansări de produse superputernice (sau lansări de AFACERI întregi) care generează aproape instantaneu vânzări şi un impuls pentru afacerile lor.

Sună bine? Eşti 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 revoluţionar, de ce funcţionează pe atât de multe pieţe diferite şi de ce funcţionează pentru atât de multe tipuri diferite de afaceri şi de produse.

Şi voi ajunge curând şi 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 şi resursele care însoţesc această carte.

CAPITOLUL 2

De la bonuri de masă ca ajutor social la venituri de şase cifre: Formula de Lansare a unui Produs explicată

John Gallagher era un om ocupat. Avea o soție și doi copii mici, studia să devină acupunctor și se oferise voluntar aproape cu normă întreagă la Școala pentru Cunoașterea Lumii Sălbatice, organizație non-profit. Când îl cunoști pe John, te surprinde numaidecât seriozitatea și pasiunea lui și faptul că nu este genul de persoană care stă degeaba și lenevește. Însă nu existau prea mult timp și bani pentru a se descurca, așa că John se baza pe ajutorul alimentar pentru a-și hrăni familia. Nu se gândise niciodată că va trebui să apeleze la ajutorul alimentar – nu era genul de asistat social. Dar a făcut ceea ce trebuia să facă pentru a se descurca și a-și hrăni familia. Până la urmă, era sigur că va fi o situație temporară, deoarece John avea planuri mari. Ardea de nerăbdare să devină antreprenor și avea ceea ce părea a fi o idee foarte bună pentru o afacere.

Pasiunea lui John constă în căutarea și prepararea plantelor și ierburilor medicinale și comestibile, iar el crease un joc de societate educațional împreună cu soția sa, care îi învăța pe copii totul despre plante. Jocul urma să se numească *Wildcraft: An Herbal Adventure Game* (*Culegerea plantelor: un joc de aventuri în lumea plantelor medicinale*)* și era timpul să îl aducă pe piață.

Desigur, dacă ai de gând să creezi un joc de societate, există niște costuri inițiale mari – cantitatea minimă pe care trebuie să o comanzi este destul de mare. Dar John nu s-a dat bătut, împrumutând aproape 20 000 de dolari de la tatăl său și plasând o comandă de 1500 de jocuri. La fel ca mulți antreprenori dinaintea lui, era dispus să se adâncească și mai mult în datorii pentru a-și începe afacerea. Cu toate că a face și mai multe datorii părea să fie un pas înapoi, el știa că odată ce vânzările începeau să se adune, va fi capabil să iasă din datorii.

După aceea, a venit marea zi când jocurile i-au sosit acasă, iar el a început să înțeleagă cam cum arătau 1500 de jocuri laolaltă. Pe măsură ce palet după palet era descărcat din semiremorcă, entuziasmul începea să i se transforme în îngrijorare. Cutiile au umplut întregul său garaj. După aceea, dormitorul pentru oaspeți. Apoi, cea de-a doua baie și chiar și cabina de duș.

Dar John și-a lăsat grijile deoparte deoarece era timpul să scoată jocul în lume. Era un joc minunat și știa că va oferi multe ore distractive și educative pentru o mulțime de familii… și era biletul de ieșire din datorii și de intrare în prosperitate pentru familia sa.

Așa că John a organizat o „petrecere de lansare” și și-a invitat prietenii, cunoștințele și comunitatea extinsă. Nu era sigur la ce să se aștepte, dar pentru un scenariu cu siguranță nu era pregătit – dezamăgirea totală.

---

* Jocul cuprinde o planșă și o serie de cartonașe pe care sunt trecute numele plantelor (n.red.)

John Gallagher, împreună cu câteva dintre jocurile sale Wildcraft

Tărâmul antreprenorial al visurilor destrămate

Din păcate, este nevoie de mult mai mult decât o idee grozavă pentru a începe o afacere. De fapt, această poveste seamănă foarte mult cu mii de alte povești antreprenoriale încheiate cu o înfrângere care-ți zdrobește sufletul. O vedem tot timpul: un nou magazin în mall, un nou restaurant în centru… goale brusc și cu un anunț „de închiriat" în vitrină. Un frumos blog nou, care începe entuziast, dar devine curând un oraș-fantomă, fără vizitatori, fără comentarii, fără articole noi. Este absolut sfâșietor, pentru că aceea nu este doar o afacere – este visul cuiva. Reprezintă sute de ore și mii de dolari investiți într-o viziune măreață – o viziune măreață care a eșuat catastrofal.

În cazul lui John, imaginea era deosebit de sumbră. A vândut doar 12 jocuri la petrecerea lui de lansare, lăsându-l cu 1488 de jocuri de vândut. John se confrunta cu o etapă monumental de tristă din viața sa. Nu numai că simțea că eșuase, ci era, literalmente, încercuit de eșecul său. El și familia sa locuiau într-o casă îndesată de la podea până în tavan cu toate jocurile pe care nu putuse să le vândă. Jocurile acelea păreau să se holbeze la el zi de zi, minut de minut. Și ce e și mai rău, nu știa ce să facă mai departe. Se băgase singur într-o gaură de datorii uriașă, era încercuit

de stocul nevândut şi nu avea nicio idee cum să înceapă măcar să se cațere din acea gaură.

La fel ca mulți alții care doresc să fie antreprenori, John și-a văzut visul aproape zdrobit în bucăți pe stâncile a ceea ce eu numesc „Marketingul Speranței". El îşi crease produsul şi sperase că se va vinde. Iar dacă ştii mulți antreprenori, probabil că ai mai auzit înainte o poveste foarte asemănătoare. Totuşi, povestea lui John are un final diferit…

Smulgând victoria din ghearele înfrângerii

La îndemnul soției sale, John s-a dus pe Google şi a căutat ajutor privind lansarea unui produs – iar acolo a găsit Formula de Lansare a unui Produs (http://www.ProductLaunchFormula.com/). Şi după aceea, cum Programul meu de Consiliere PLF nu este tocmai ieftin, s-a dus la tatăl său şi a împrumutat şi mai mulți bani. (NOTĂ: NU recomand împrumutul de bani pentru a cumpăra vreunul dintre materialele mele de instruire. În cazul lui John a funcționat, dar nu este o practică pe care o recomand.)

John a plonjat cu capul înainte în PLF şi a înțeles intuitiv că s-ar potrivi perfect cu jocul lui de societate. În câteva săptămâni, avea un nou plan pentru lansarea produsului său şi era gata să îl implementeze. Este demn de remarcat că John nu a cheltuit aproape nimic pentru lansarea sa în stil PLF. PLF este întru totul despre metodă, nu despre a investi o mulțime de bani pentru lansare. John număra orele până la noua sa lansare, cu o uriașă speranță în suflet, întrebându-se dacă aceasta îi va putea împlini noile aşteptări crescute.

Nu a trebuit să aştepte mult. Rezultatele au fost uluitoare – şi într-un incredibil contrast cu prima sa lansare eşuată. Doar în perioada inițială de lansare, John a vândut 670 de jocuri, aducând vânzări de aproximativ 20 000 de dolari! Ce este şi mai remarcabil, de vreme ce nu cheltuise aproape nimic pentru lansare,

aproape toată suma putea fi folosită pentru achitarea costurilor de fabricaţie ale jocurilor.

Aşadar, pentru cei de acasă care ţin scorul, sunt 12 vânzări pentru Marketingul Speranţei şi 670 pentru Formula de Lansare a unui Produs. Adică de 55 de ori mai mult. Preţul unui joc era de aproximativ 30 de dolari, deci, tradus în dolari, contrastul arată şi mai dramatic: vânzări de 360 de dolari contra 20 100 de dolari. Acum ca să fie cât se poate de clar, John nu a cheltuit nimic pentru reclamă în timpul lansării sale în stil PLF. Nu avea noi parteneri de promovare. Nu s-a făcut niciun reportaj despre el în mass-media. A folosit aceleaşi resurse şi bunuri pe care le avea deja şi, cum familia lui trăia din bonuri de masă ca ajutor social, în mod clar nu avea o mulţime de resurse. De fapt, a început cu un laptop împrumutat şi folosind conexiunea la Internet gratuită de la biblioteca locală.

Succesul lui John cu acea primă lansare a fost, într-adevăr, remarcabil, dar de-abia începuse. Până acum a vândut mai mult de 50 000 de copii ale jocului său Wildcraft şi a lansat multe alte produse, inclusiv unul dintre cele mai populare site-uri pe bază de abonament din nişa sa (HerbMentor.com). De fapt, ceea ce a făcut de la acea primă lansare face ca succesul lui iniţial să fie modest prin comparaţie. Vă voi spune mai multe despre povestea lui extraordinară puţin mai târziu, pentru că este o foarte bună ilustrare a modului în care o lansare bine făcută te poate propaga în afaceri aproape peste noapte. Deocamdată, însă, hai să spunem că el este tipul care a ajuns „de la bonuri de masă ca ajutor social la venituri de şase cifre".

Încă o remarcă, înainte de a părăsi temporar povestea lui John: un bun de preţ pe care l-a avut John pentru lansarea sa a fost o mică listă de adrese de e-mail – oameni care-i ceruseră să păstreze legătura prin e-mail. Voi vorbi în capitolul următor despre magia de a avea o listă. Dar versiunea scurtă este că, atunci când combini orice listă cu PLF, este aproape ca şi cum ai avea o licenţă pentru a tipări bani.

Un avertisment cu privire la aceste cifre uriașe

În ultimul capitol ți-am aruncat niște cifre nebunești, de pildă cum am început eu de la zero, am condus o afacere din subsol și, până la urmă, am făcut 106 000 de dolari într-o singură săptămână (fără angajați, fără un magazin fizic, fără stoc – nimic în afară de un calculator și o conexiune la Internet).

După aceea, ți-am spus cum l-am învățat pe un prieten Formula mea de Lansare a unui Produs, iar el a făcut vânzări de 1 080 000 de dolari în 24 de ore – din nou, aproape fără personal, fără birou etc.

În continuare, am strecurat în discuție partea despre creșterea afacerii mele până la punctul în care am făcut vânzări mai mari de un milion de dolari într-o SINGURĂ ORĂ (când lucram încă de-acasă și conduceam lucrurile călăuzit de propria experiență*).

După aceea ți-am explicat cum cursanții și clienții mei au făcut peste 500 de milioane (!) de dolari din lansări de produse pe toate tipurile de piețe – vânzând tot felul de produse diferite – și că mulți dintre acei cursanți conduceau microafaceri aproape fără nicio cheltuială. Iar acum, v-am împărtășit povestea lui John Gallagher, care a început când familia lui trăia din bonuri de masă ca ajutor social și a ajuns să realizeze venituri de șase cifre.

De fapt, cifrele sunt atât de nebunești, încât mă îngrijorează că aș putea să te pierd. Înțeleg că atunci când de-abia începi, poate fi greu să-ți imaginezi cifre atât de mari. Dar amintește-ți, te rog, două lucruri: în primul rând, cifrele sunt toate reale. Și, în al doilea rând, eram complet novice când am început. La fel era și John Gallagher și mulți dintre ceilalți cursanți ai mei.

---

* În original, *by the seat of one's pants*, literal „prin dosul propriilor pantaloni", expresie folosită pentru a-i desemna pe cei care se bazează pe propria experiență. (n.red.)

Dacă eşti cum eram eu atunci când mi-am început afacerea, atunci şansele să-ţi iasă din prima şi să faci o lansare de un milion de dolari sunt probabil mai mici decât să câştigi la loto. Nu o să se întâmple de la început. Dar trebuie să ştii următorul lucru: poţi, în mod categoric, să începi de la zero, exact aşa cum am făcut eu, să-ţi dezvolţi repede afacerea, iar rezultatele tale să crească rapid.

Te voi ghida prin formula mea pentru cum să faci exact acest lucru, dar mai înainte trebuie să îţi prezint „lumea ascunsă" în care oameni obişnuiţi construiesc afaceri extraordinare – şi le construiesc repede şi cu investiţii iniţiale aproape nule.

Lumea secretă a marketingului online

Există, într-adevăr, o lume „secretă" a afacerilor despre care cei mai mulţi oameni nu au auzit niciodată – o lume cu personaje colorate, cu poveşti din lumea reală despre drumul de la sărăcie la bogăţie şi cu oportunităţi aproape nelimitate.

Este o lume în care afacerile pot fi create din nimic – începi cu o idee şi poţi fi în afaceri în câteva zile, adesea aproape fără nicio investiţie.

Este o lume unde o afacere în care te laşi călăuzit de propria experienţă şi pe care o conduci de-acasă cu minimum de personal (sau fără personal) poate deveni o companie de multe milioane de dolari.

Este o lume care nu este limitată de timp şi de spaţiu. Îţi poţi conduce afacerea după propriul program şi o poţi lua şi muta în Hawaii, dacă vrei (sau în munţii Colorado, aşa cum am făcut eu).

Este o lume în care nu trebuie să investeşti sume mari de bani pentru a începe, în care îţi poţi croi prin forţe proprii drumul către succes, fără să trebuiască să strângi vreun capital.

Şi este o lume în „ascensiune" – deoarece aceste afaceri pot creşte independent de timpul pe care îl aloci pentru ele. Aceasta

înseamnă că te eliberezi din capcana cedării timpului tău prețios contra banilor. Venitul tău devine convenabil. Este o lume în care și cineva din cei 99% poate ajunge să se îmbogățească.

Aceasta este lumea antreprenorială a microafacerilor de marketing direct. Iar eu am fost suficient de norocos să dau peste ea în 1996, în timpul primelor zile ale afacerilor online. Această lume mi-a transformat viața și am văzut cum a transformat viețile a mii de alți oameni. Istoria și evoluția acestei lumi este o poveste nebunească, și poate că într-o zi voi scrie acea carte, deoarece este o poveste pe care puțini au trăit-o atât de deplin pe cât am trăit-o eu. Dar, mai aproape de obiectul acestei cărți, va trebui să te introduc în această lume pentru a-ți oferi o înțelegere completă a Formulei de Lansare a unui Produs și a modului în care poți pune la lucru puterea PLF pentru afacerea și pentru viața ta.

Dar poți să fii sigur: nu contează mărimea sau tipul de afacere pe care o ai (sau la care visezi), această lume are ceva de oferit pentru tine.

Demult, când am început eu, în 1996, Internetul se extindea nebunește. Rata de creștere era exponențială. În fiecare lună, numărul de utilizatori creștea într-un ritm și mai rapid. Cuvântul „Internet" începea să intre în conștiința colectivă și, deodată, toată lumea vorbea despre el – chiar dacă nu prea înțelegeau despre ce este vorba. Dar nimeni nu își dăduse seama, cu adevărat, cum să folosească Internetul pentru afaceri, iar întrebarea fiecărei persoane orientate către afaceri era: „Dar pot să fac niște bani de pe urma lui?"

Marile corporații nu aveau, cu siguranță, niciun plan. În cea mai mare parte, Internetul era mai asemănător cu Vestul Sălbatic decât cu un mediu de afaceri obișnuit. Iar aceasta nu este tipul de arenă în care le place marilor corporații să joace. Dar este exact tipul de mediu în care poate prospera „individul mărunt" (iar prin aceasta mă refer și la bărbați, și la femei, deoarece MUL-

TE dintre aceste *start-up*-uri timpurii au fost conduse de femei). Și chiar a prosperat.

Internetul oferea individului mărunt oportunitatea perfectă să înceapă o nouă afacere. Demararea acestor afaceri costa foarte puțin, nu existau ore fixe (de vreme ce site-urile web sunt întotdeauna online) și erau independente de localizarea fizică. Mai mult decât atât, nu exista o concurență mare, acerbă, nu exista aproape nicio reglementare, puteai avea acoperire globală imediată, iar Internetul creștea în fiecare zi.

Aceste afaceri se concentrau mai ales pe furnizarea de „informații" care se încadrau în două categorii: informații pentru rezolvarea unei probleme (cum ar fi să înveți să cânți la chitară sau să instalezi cornișe la tavan) sau conținut care furniza divertisment (cum ar fi glume, fotografii, jocuri).

Când mi-am început eu afacerea, în 1996, era imposibil să spui câte afaceri online profitabile existau, dar nu erau foarte multe. Părerea mea este că erau câteva zeci, posibil câteva sute, dar, după orice numărătoare, era un univers destul de mic. Cu toate acestea, acel univers sau comunitate s-a extins rapid deoarece oamenii au descoperit că începerea unei afaceri pe Internet era rapidă și ușoară. Desigur, Internetul nu a inversat legile antreprenoriale – marea majoritate a acelor afaceri inițiale nu a rezistat foarte mult timp. Dar volumul mare al acelor *start-up*-uri însemna că o mulțime dintre acele afaceri chiar aveau să reușească.

Și vor fi acele afaceri care au asigurat pionieratul celei mai mari părți a lumii Internetului comercial, pentru profit. De exemplu, îmi amintesc când Jeff Bezos a intrat pe o listă de discuții din care făceam parte, ca să întrebe despre crearea unui program de afiliere pentru noua sa librărie on-line Amazon.com.

Aceasta era supa primordială a lumii afacerilor pe Internet… și acolo am creat eu ceea ce va deveni cunoscut ca Formula de Lansare a unui Produs.

Formula care a lansat o mie de afaceri

Deci, probabil că de-acum te întrebi: „Ce ESTE, mai exact, Formula de Lansare a unui Produs?” Şi, cel mai important: „Va funcţiona pentru mine?”

Iată imaginea de ansamblu: Formula de Lansare a unui Produs este un sistem pentru a face piaţa ţintă să fie atât de dedicată produsului tău (sau afacerii) încât aproape că te imploră să i-l vinzi. Şi toate acestea se întâmplă înainte ca tu să fi lansat măcar produsul.

PLF funcţionează pe toate tipurile de pieţe şi cu tot felul de produse şi este remarcabil de adaptabilă la aproape orice situaţie în care lansezi un nou produs sau începi o nouă afacere. Este atât de eficientă, încât mi s-a întâmplat chiar ca oamenii să mă întrebe dacă pot să îmi dea numărul cardului de credit să îl păstrez, astfel încât să pot să le debitez cardul şi să le trimit produsul imediat ce a fost lansat.

Acesta este sistemul pe care l-am folosit şi l-am dezvoltat din 1996 şi l-am predat cursanţilor mei din 2005. Dovada este în rezultate – formula continuă să funcţioneze.

Aşadar, să începem cu un fapt despre care ştim cu toţii că este adevărat: modul în care creşterea Internetului începând cu sfârşitul anilor 1990 a schimbat lumea într-un mod fundamental. Este o lume foarte diferită şi nu ne vom mai întoarce niciodată la vechile modalităţi de a face lucrurile. Nicăieri altundeva nu este mai adevărat lucrul acesta decât în afaceri, iar în această arenă noi ne vom concentra atenţia asupra a trei schimbări uriaşe:

1. Viteza de comunicare: este mult mai uşor şi mai rapid să comunici cu piaţa ta decât oricând înainte. În câteva minute, poţi să scrii un e-mail şi să îl transmiţi către lista ta de clienţi actuali şi potenţiali. Ei pot citi mesajul tău la câteva secunde după ce ai apăsat butonul de trimitere. Cu

câţiva ani în urmă, timpul total de la gândul iniţial la creare, publicare şi consum ar fi fost măsurat în zile, săptămâni sau luni. Acum poate fi comprimat în minute.

2. Costurile de comunicare: costul pentru a trimite un e-mail sau pentru a face o postare pentru cei care te urmăresc pe reţeaua ta de socializare este extrem de redus. Barierele împotriva intrării în jocul publicării au fost înlăturate. Ce te costă să începi să publici? Cineva poate crea gratis o pagină de Facebook sau un cont de Twitter şi să înceapă să publice imediat. Acum zece sau douăzeci de ani, chiar şi cele mai puţin costisitoare modalităţi de a începe să transmiţi sau să publici te-ar fi dat înapoi cu mii de dolari.

3. Interactivitatea: atunci când cei care te urmăresc îţi răspund la mesaje, ai tot felul de date de urmărire. Acest lucru îţi oferă un feedback aproape imediat referitor la modul în care rezonează mesajul tău cu piaţa ţintă. Compară acest lucru cu ceea ce se întâmpla acum câţiva ani, când a publica era aproape ca şi cum ai fi strigat în sălbăticie. În funcţie de mediu şi de alte condiţii, ai fi putut auzi un ecou slab la un anumit timp după strigătul tău. Sau, cel mai probabil, nu ai fi primit niciun fel de feedback.

Poate că nu te-ai gândit niciodată înainte la aceste schimbări sau poate că de-acum ţi se par de la sine înţelese. Oricum ar fi, ele au implicaţii uriaşe în multe arii ale experienţei noastre umane – de la politică, la divertisment, la medicină, la relaţiile interpersonale. Dar lucrul asupra căruia ne vom concentra noi aici sunt afacerile. Deoarece aceşti trei factori – viteza de comunicare, costurile de comunicare şi interactivitatea – au schimbat modul în care funcţionează afacerile şi marketingul, au creat o lume unde antreprenorii agili pot obţine rezultate de un succes şocant cu afacerile lor. Şi, după cum vei vedea, toate acele cifre nebuneşti pe care ţi le-am împărtăşit vor începe, deodată, să capete sens.

Transformarea campaniei tale de marketing într-un eveniment

Ai observat vreodată cum încearcă Hollywood-ul să stârnească rumoare înainte de a lansa un film? Mai întâi este *trailer*-ul, cu şase luni înainte de film. După aceea sunt reclamele la televizor, care pregătesc terenul pentru film. După aceea, actorii se lansează într-un turneu al talk-show-urilor. Iar în zilele noastre există o campanie pe reţelele de socializare chiar în jurul datei de lansare.

Şi cum e când îşi lansează Apple un produs? Întotdeauna creează o campanie masivă care pregăteşte terenul pentru data de lansare. În lunile dinaintea lansării unui nou produs, toate site-urile fanilor Apple sunt pline de zvonuri senzaţionale despre când va fi lansarea, care va fi, de fapt, produsul lansat şi ce noi caracteristici sunt de aşteptat.

Aceste tipuri de campanii creează un volum uriaş de rumoare şi entuziasm ÎNAINTE CHIAR CA PRODUSUL SĂ FI FOST LANSAT. De fapt, uneori lansarea produsului devine un eveniment în şi prin sine. O anticipare uriaşă înconjoară lansarea, iar oamenii sunt cu adevărat dedicaţi şi foarte atenţi.

Acum compară aceasta cu o campanie normală de marketing, ceea ce eu am numit mai devreme „Marketingul Speranţei". Adică cel în care creezi un produs sau îţi deschizi o afacere sau desfăşori o nouă campanie publicitară şi speri că va ieşi bine.

Ei bine, „speranţa" este un sentiment înălţător şi poate fi minunată în foarte multe domenii ale vieţii noastre. Dacă eşti naufragiat pe mare – ca să dau un exemplu extrem – speranţa te poate ţine în viaţă cât aştepţi să fii salvat. În afaceri, însă, speranţa este un cuvânt urât, dezagreabil. Un cuvânt care-ţi secătuieşte sufletul. Trebuie să îţi controlezi succesul; pe cât de bine vei putea, vrei să scoţi norocul din ecuaţie. Nu-ţi baza viitorul afacerii pe speranţă.

În mod clar ar fi mai bine să-ți proiectezi lansările produselor, lansarea afacerii și campania publicitară astfel încât potențialii clienți să anticipeze cu nerăbdare lansarea ta… nu-i așa?

E ceea ce stă în spatele acelor mari lansări de la Hollywood și de la Apple. Nu ți-ar plăcea să ai un impuls imediat pentru afacerea ta? Imaginează-ți cum ar schimba un astfel de start afacerea ta. Gândește-te cum ar schimba complet jocul crearea unei anticipări uriașe pentru produsul tău – înainte măcar ca acesta să fie lansat.

Desigur, există o singură problemă. Probabil că nu ai un buget de milioane de dolari pentru campania ta publicitară sau o echipă de creație expertă. Și, dacă nu ai resursele și talentul celor de la Apple sau Universal Studios, se pare că ești blocat cu Marketingul Speranței.

Dar stai, acesta este momentul în care Formula de Lansare a unui Produs schimbă jocul. Îți amintești de cei trei factori menționați anterior și care schimbă jocul – costurile scăzute de comunicare, viteza crescută a comunicării și interactivitatea mult îmbunătățită? Acelea sunt cheile tale pentru a pătrunde în regat.

Și de aceea afacerile online de mici dimensiuni, conduse de oameni obișnuiți, ca tine și ca mine, au construit un teren de joc în întregime nou… și este un teren de joc cu oportunități fără precedent.

Piața ta este o conversație

Să începem, deci, cu un adevăr aproape universal: oamenilor li se pare mult mai interesantă conversația decât monologurile sau prelegerile.

Iar evoluția Internetului a fost, practic, o deplasare îndelungată către o conversație sporită. Niciodată înainte în istorie nu a fost mai ușor să comunici și să conversezi cu mai mulți oameni din întreaga lume.

Desigur, uneori, când te uiți la comentariile de pe YouTube, acele „conversații" ar putea să te facă să pui sub semnul întrebării viitorul omenirii. Cu toate acestea, acum vorbim, în mod clar, unul cu celălalt mai mult decât în orice moment al istoriei. Iar această conversație s-a transferat în afaceri – și în marketing. Oamenii nu mai vor să li se strige dintr-o reclamă de la televizor despre cine știe ce caracteristici pe care le are produsul tău.

De fapt, nu au fost niciodată interesați de acest lucru, dar acum au mai multe opțiuni și este mult mai ușor să nu te bage în seamă atunci când strigi la ei: „Cumpără-mi marfa, cumpără-mi marfa, CUMPĂRĂ-MI MARFA!"

Deci, în loc să strigi la potențialii clienți, ce-ar fi dacă te-ai angaja într-o conversație cu ei? De exemplu, imaginează-ți că ești un cântăreț la chitară începător, iar un cântăreț la chitară experimentat pe care îl urmărești online spune ceva de genul:

> „Hei, am o nouă tehnică grozavă, cu care pot învăța pe oricine să interpreteze un cântec nou în fiecare săptămână și mi-a venit ideea aceasta nebunească să pun la punct un curs prin care să-i învăț pe alții metoda mea «secretă».
>
> (De fapt, nu știu dacă este un secret, dar nu am mai văzut pe nimeni altcineva care să folosească această metodă. Am arătat-o câtorva prieteni și funcționează de minune.)
>
> În orice caz, înainte de a crea cursul, vreau să mă asigur că acopăr tot. Poți, deci, să mă ajuți și să îmi spui care este cea mai mare provocare pentru tine atunci când încerci să înveți să interpretezi un cântec întreg?"

Este atât de simplu… dar acea întrebare inițiază o conversație. În mod cert nu strigă „CUMPĂRĂ-MI MARFA" la cei care te urmăresc.

Deschiderea unui dialog cu potenţialii tăi clienţi este un exemplu a ceea ce eu numesc „focul de avertizare” şi este un mod foarte bun de a începe campania ta de prelansare. Şi acea simplă întrebare, modificată pentru sute de pieţe diferite, a fost începutul pentru nenumărate lansări de produse de succes în stil PLF.

Secvenţe, poveşti şi declanşatori

Bine, eu ţi-am oferit un mic exemplu de început pentru o prelansare în stil PLF. Ar putea să nu pară atât de puternică sau specială, dar vei vedea curând cum acel început nefericit se poate transforma într-un lucru care capătă, aproape, o viaţă în sine.

În esenţă, Formula de Lansare a unui Produs este formată din secvenţe, poveşti şi declanşatori. Mai întâi, ne vom ocupa de secvenţe.

Nivelul de informaţii la care este supus fiecare dintre noi zi de zi este ameţitor. Avem e-mail, căsuţă vocală, mesaje, reţele de socializare, TV, radio, reclame peste tot (pe tăviţa de spătar a avionului cu care călătoresc… serios?), telefoane mobile, chat online etc. etc. etc. Volumul de informaţii şi de date se tot extinde şi va continua să o facă. Iar numărul de mesaje de marketing pe care le vedem zilnic creşte la fel de rapid.

Bineînţeles, capacitatea noastră de a absorbi şi de a înţelege acele mesaje NU s-a extins. Aceasta înseamnă că noi toţi muncim din greu pentru a filtra acele mesaje. Încercăm, toţi, în mod activ, să le evităm, să nu le băgăm în seamă. Folosim tehnologia pentru a filtra ceea ce putem, iar după aceea ignorăm, pur şi simplu, cele mai multe dintre lucrurile care scapă prin acele filtre.

Armata foloseşte un termen denumit „ceaţa războiului”. Ei bine, ca om de afaceri sau de marketing, tu eşti în competiţie într-un mediu pe care eu îl numesc „ceaţa comunicării”. Trebuie să găseşti o modalitate să-ţi croieşti drum prin această ceaţă, ori, afacerea ta va pieri. Aceasta este realitatea.

Nu te poţi baza pe un singur mesaj de marketing; trebuie, în schimb, să gândeşti în „secvenţe”. În loc să te bazezi pe o singură comunicare pentru a-ţi atinge ţinta, vei folosi o secvenţă de comunicări, care se clădesc una peste cealaltă. Lansările noastre de produse folosesc o serie de secvenţe – pre-prelansarea, prelansarea, lansarea şi postlansarea.

Gândeşte-te la cărţile cu Harry Potter. Lansarea cărei cărţi a avut parte de cea mai mare atenţie? Prima carte sau ultima? Răspunsul este ultima, deoarece fiecare carte din succesiune a strâns mai multă atenţie şi mai mulţi fani – iar acei fani aşteptau ca turbaţii fiecare nouă carte din serie.

Deci, să aruncăm o privire rapidă asupra secvenţelor principale ale PLF:

1. **Pre-prelansarea.** De aici începi. O foloseşti pentru a începe să clădeşti aşteptarea printre cei mai loiali fani ai tăi. (Şi înţeleg că e posibil să nu ai încă niciun fan loial – voi ajunge la acest lucru în Capitolul 3). Pre-prelansarea este folosită, de asemenea, pentru a estima cât de receptivă va fi piaţa la oferta ta şi să-ţi dai seama de câteva dintre principalele obiecţii pe care le vor avea oamenii. Şi, destul de surprinzător, pre-prelansarea poate fi folosită şi pentru ajustarea ofertei finale.

2. **Prelansarea.** Este inima şi sufletul secvenţelor tale, în care îţi farmeci gradat piaţa cu trei elemente de mare valoare, Conţinutul de Prelansare. Foloseşti prelansarea pentru a activa declanşatori mentali cum ar fi autoritatea, testarea socială, comunitatea, anticiparea şi reciprocitatea. Şi faci toate aceste lucruri în timp ce răspunzi obiecţiilor din partea pieţei tale. De obicei, lansezi Conţinutul de Prelansare într-un interval de 5 până la 12 zile. Forma acelui conţinut poate diferi foarte mult, de la clipuri video

la fişiere audio, prezentări scrise pdf, postări pe blog, teleseminarii, software (şi sunt sigur că vom mai inventa câteva pe măsură ce trec anii).

3. **Lansarea.** Aceasta este ziua cea mare pentru care te-ai pregătit, ziua în care îţi trimiţi, de fapt, produsele sau serviciile în lume şi începi să preiei comenzi (în jargonul PLF numim acest lucru „Coşul Deschis", adică „îţi deschizi coşul de cumpărături"). Lansarea este, de fapt, şi ea, o secvenţă, şi încă una foarte puternică. Începe cu e-mailul care spune, practic: „Am deschis, acum puteţi, în sfârşit, să cumpăraţi" şi continuă pentru un interval de timp limitat, de obicei, undeva de la 24 de ore până la şapte zile, când, în cele din urmă, închizi.

4. **Postlansarea.** Aceasta este secvenţa de curăţare, în care îţi urmăreşti atent atât noii clienţi, cât şi pe cei potenţiali, care nu au cumpărat de la tine. Postlansarea nu este la fel de interesantă ca celelalte secvenţe, dar este importantă deoarece atunci furnizezi valoare şi îţi construieşti brandul. Iar dacă o faci corect, postlansarea începe să-ţi pregătească următoarea lansare.

Totul pare destul de simplu, nu? Ei bine, chiar este. Şi este, de asemenea, aur curat atunci când adaugi la amestec puterea unei poveşti…

Poveste: Cum comunică oamenii

Poveştile sunt puternice. Ele reprezintă modalitatea prin care oamenii au transmis mai departe înţelepciunea, cunoştinţele şi cultura, de când ne ştim. Gândeşte-te în urmă, la câteva dintre cele mai timpurii amintiri de la şcoală şi este probabil ca orele pe care ţi le aminteşti, de fapt, să fi fost bazate pe poveşti. Gândeşte-te la toate religiile lumii şi îţi vei da seama că marea majoritate a învăţăturilor lor sunt transmise prin poveşti.

Eu sunt o persoană logică și îmi plac cunoștințele și faptele. Aceasta este lumea în care trăiesc în mod natural. În această carte, nimic nu mi-ar plăcea mai mult decât să-ți ofer date, teorii, exemple și încă și mai multe date. Dar uite cum am început primele două capitole ale cărții, cu povestea mea în Capitolul 1 și, după aceea, cu povestea lui John Gallagher în capitolul acesta. Și ghici ce-ți vei aminti din aceste capitole peste o săptămână? Sunt dispus să pariez că va fi povestea „domnului Mami realizând venituri de șase cifre în șapte zile" și „de la bonuri de masă ca ajutor social la venituri de șase cifre". Aceasta este puterea unei povești.

Dacă vrei să faci ca afacerea și piața ta să fie memorabile, atunci campania ta de marketing trebuie să spună o poveste. Aceasta nu înseamnă că trebuie să devii un romancier, dar trebuie să spui o poveste captivantă despre produsele și serviciile tale și de ce contează ele pentru potențialii tăi clienți. Și trebuie să comunici acea poveste clienților tăi potențiali.

Nu există o modalitate mai bună și un loc mai bun pentru a-ți spune povestea decât în secvența ta de lansare. Aceasta este una dintre armele secrete ale PLF, deoarece cea mai puternică modalitate de a-ți comunica mesajul este cu o poveste, iar caracterul serial al Secvenței Prelansare este locul potrivit pentru a spune acea poveste.

Nu este întâmplător faptul că majoritatea Secvențelor de Prelansare au trei elemente de conținut. Cele mai multe filme sau romane se împart în mod firesc în trei părți și ai auzit, fără îndoială, expresia „piesă în trei acte". Avem de-a face cu o structură care a fost validată din timpuri imemorabile, așa că de ce să nu folosești această structură pentru marketingul tău? Și de ce să nu îți bazezi pe ea secvențele tale? Până și lansarea însăși are trei secvențe principale: pre-prelansarea, prelansarea și lansarea.

Din nou, poate să pară simplu, dar este ceva incredibil de puternic. Și atunci când începi să pui laolaltă, una peste alta, secvențele și puterea poveștii, atunci creezi o structură plină de energie.

Piesa finală a puzzle-ului: declanşatorii mentali

Oamenii sunt creaturi stranii. Tuturor ne place să credem că luăm decizii raţionale, logice. Dar nu este tocmai aşa. De fapt, marea majoritate a deciziilor şi a comportamentelor noastre se bazează pe emoţii şi programare mentală – iar după aceea, folosim logica noastră preţioasă pentru a justifica respectivele decizii.

De fapt, există câţiva declanşatori mentali care influenţează acele decizii şi comportamente. Aceşti declanşatori acţionează întotdeauna chiar sub nivelul nostru de conştiinţă şi exercită o influenţă enormă asupra modului în care acţionăm.

De exemplu, dacă percepem un lucru ca fiind rar, îi vom conferi, în mod natural, mai multă valoare.

Sau, atunci când considerăm pe cineva ca fiind o persoană autoritară, suntem influenţaţi aproape automat mai mult de acea persoană.

Sau, atunci când considerăm că suntem parte a unei comunităţi, vom acţiona covârşitor de mult în concordanţă cu felul în care se presupune că acţionează oamenii din acea comunitate, după părerea noastră.

Aceştia sunt doar trei declanşatori mentali: raritatea, autoritatea şi comunitatea. Există, însă, mult mai mulţi şi mă voi ocupa de ei puţin mai târziu. Dar iată care este lucrul pe care trebuie să îl înţelegi chiar acum: aceşti declanşatori exercită o influenţă enormă asupra acţiunilor noastre. Sunt atemporali şi universali. Nu îşi vor pierde puterea de convingere prea curând şi funcţionează în orice limbă, în orice ţară şi aproape în orice afacere.

Şi, la o adică, orice afacere ai avea, afacerea ta este, de fapt, aceea de a influenţa clienţii potenţiali şi pe cei actuali. Iar secvenţa ta de lansare îţi oferă cea mai bună oportunitate să activezi acei declanşatori mentali care vor influenţa clienţii tăi actuali şi potenţiali.