





РАССЕЛ БРАНСОН

Предисловие Дэна С. Кеннеди

# ВЗРЫВНЫЕ ОХВАТЫ

Главная книга по маркетингу  
прямого отклика

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2024

УДК 339.1:004  
ББК 65.290-2:32.973.202  
Б87

DOTCOM SECRETS  
by Russell Brunson  
Copyright © 2015, 2020 Russell Brunson  
Published in 2020 by Hay House Inc. USA

**Брансон, Рассел.**

Б87 Взрывные охваты / Рассел Брансон ; [перевод с английского Д. А. Дворцовой]. — Москва : Эксмо, 2024. — 416 с. — (Top Business Awards).

ISBN 978-5-04-194631-9

Бестселлер Wall Street Journal and USA Today. Бестселлер по веб-маркетингу. Более 3000 положительных отзывов на Amazon.

Перед вами главная книга по продвижению в интернете.

- Что превращает веб-сайт в трехмерную машину продаж и маркетинга?
- Почему низкий трафик и плохая конверсия — симптомы болезни воронок?
- Как подтолкнуть клиента к покупке и заставить продавать ваш продукт?

На эти и другие вопросы автор дает ответы, а также рассказывает о десятке универсальных воронок продаж, которые помогли более 10 000 компаний увеличить конверсию и превратить клиентов в фанатов бренда. Используя авторскую методику, вы научитесь обслуживать покупателей на высшем уровне, выстраивать правильную структуру воронок, а главное — обеспечите своему продукту взрывные продажи!

Среди последователей авторской методики — Энтони Роббинс, Дэн Кеннеди, Билл Глейзер и другие.

УДК 339.1:004  
ББК 65.290-2:32.973.202

ISBN 978-5-04-194631-9

© В. Бортник, обложка, 2024  
© М. Агеева, худ. оформление, 2024  
© Д. А. Дворцова, перевод на русский язык, 2024  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2024

## Отзывы на «Взрывные охваты»

*«Простой процесс, который может использовать любая компания, чтобы в геометрической прогрессии увеличить трафик, конверсию и продажи в интернете».*

— Тони Роббинс



*Моему папе, который вдохновил меня стать предпринимателем.*

*Моей маме, которая всегда знала, чего я на самом деле стою.*

*И моей жене Колетт за поддержку всех моих  
сумасбродных идей и ведение домашних дел, чтобы  
я мог следовать за мечтой.*



## ОГЛАВЛЕНИЕ

Отзывы на «Взрывные охваты» . . . . .	5
ПРЕДИСЛОВИЕ. Что скрывает от вас «братство волшебников интернет-маркетинга»... (И: не «разводка» ли эта книга?) . . . . .	11
ВСТУПЛЕНИЕ. О чем эта книга (и чего в ней нет) . . . . .	15
ОБРАЩЕНИЕ К ЧИТАТЕЛЮ. Взрывная трилогия. . . . .	18
ВВЕДЕНИЕ. Мой первый онлайн-бизнес . . . . .	24
<b>РАЗДЕЛ 1. СЕКРЕТЫ ВОРОНОК ПРОДАЖ . . . . .</b>	<b>31</b>
<b>РАЗДЕЛ 2. ВОРОНКИ НА ЛЕСТНИЦЕ ПОЛЬЗЫ . . . . .</b>	<b>173</b>
<b>РАЗДЕЛ 3. СКРИПТЫ ВОРОНОК . . . . .</b>	<b>289</b>
<b>РАЗДЕЛ 4. СОЗДАНИЕ ВОРОНОК . . . . .</b>	<b>361</b>
Заключение . . . . .	409
Благодарность . . . . .	412
Об авторе . . . . .	414



## ПРЕДИСЛОВИЕ

### ЧТО СКРЫВАЕТ ОТ ВАС «БРАТСТВО ВОЛШЕБНИКОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»... (И: НЕ «РАЗВОДКА» ЛИ ЭТА КНИГА?)

ЧТО СКРЫВАЕТ ОТ ВАС «БРАТСТВО ВОЛШЕБНИКОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»

Да, «братство волшебников интернет-маркетинга» действительно существует. Многие из них проводят время вместе, вместе строят козни и вместе работают. И да, они действительно хотят, чтобы вы не знали кое-чего, пока они устраивают свои волшебные представления. Это единственная в своем роде книга, которая по-настоящему раскроет, что происходит за кулисами их стремительно растущих компаний.

Поймите меня правильно: среди этих мастеров совсем немного настоящих **злодеев**. Большинство показывают на своих шоу настоящие «волшебные трюки». Многие приводят бизнесменов к богатству. Но часто за всеми их словами, учениями, обещаниями и посылками можно различить определенную закономерность: намеренно подстроенное и усугубленное отсутствие реального основания. Эта книга концентрируется не просто на фокусах, а на ключевых стратегиях, которые должны быть в наличии, чтобы развить компанию с помощью интернет-медиа.

«Волшебники» хотят, чтобы вы верили, что все, связанное с медиа, маркетингом и бизнесом в интернете, — новое и блестящее, постоянно меняется и свободно от оков старых правил, принципов, фактов и вычислений, которым подчиняются успешные реклама и маркетинг. Книга Рассела Брансона совсем не такая. Рассказывая о «блестящих и новеньких» секретах интернета, он показывает, как на реальном основании построить эти тактики и стратегии и внедрить их в ваш бизнес — тактики и стратегии, основанные

на настоящем маркетинге прямого отклика. **Вы сами** должны сопротивляться соблазнам скоротечных, ярких и блестящих наживок, популярности и давлению общественности, а также сладкозвучным обещаниям и «новым» тактикам поверхностно осведомленных пропагандистов, не знающим их первоначального происхождения от стратегий прямого отклика. **Вы** должны проявлять разборчивость.

Я **за** то, чтобы бросать вызов нормам и нарушать правила. Но еще мне нравится твердое основание, а не зыбучий песок. Мне нравится быть уверенным и контролировать происходящее — особенно когда дело касается денег и их заработка, — а не чувствовать постоянную тревогу, находясь во власти «волшебников».

Я разобрался и понял, что маркетинг прямого отклика — это *наука*. Я люблю надежность. Мне гораздо больше нравятся машины, которые хорошо заводятся и всегда предсказуемы, чем те, что выглядят сексуально и популярны в определенных кругах, но могут заглохнуть на скорости 130 км/ч или вовсе не завестись. Мне нравится вечное, а не быстро устаревающее. Работая консультантом по стратегиям и копирайтером в рекламе прямого отклика, я стараюсь создавать для клиентов рекламные и маркетинговые *ресурсы*, которые будут приносить им пользу в течение долгого времени, — а не инструкцию по выкачке денег, написанную исчезающими чернилами.

Именно поэтому я согласился написать предисловие к книге *этого* волшебника онлайн-маркетинга. Я восхищаюсь правдивой информацией, которую изложил на этих страницах автор. В отличие от многих этих умников, Рассел Брансон основывается в своей работе на *дисциплинах* маркетинга прямого отклика.

**Дисциплина — это хорошо.** Генерал Норм Шварцкопф (прославившийся во время операции «Буря в пустыне») как-то сказал:

## «Начищенные ботинки спасают жизни».

Норм говорил, что в пыли битвы, в тумане войны, в состоянии стресса **недисциплинированные люди погибают**. Так же дела обстоят и в бизнесе. Сейчас я как можно реже стараюсь посещать совещания с молодыми специалистами в области онлайн-маркетинга, демонстративно лишенных какой-либо дисциплины. У них на все есть свое мнение, они исполнены юношеской спеси, но вот фактов им не хватает. Не хотел бы я сидеть с ними в одном окопе или как-то зависеть от них. С Расселом я бы рискнул.

Эта книга предлагает твердую почву в эфемерном мире онлайн-маркетинга и торговли. Она разумно относится к интернету как к средству коммуникации и информации, а не как к бизнесу. Она применяет науку сплит-тестирования. Она строит проверенные временем маркетинговые воронки и архитектуру продаж. Она использует крайне дисциплинированный подход.

### **Эта книга — лишь в одном аспекте — является**

**мошеннической**. Ее заглавие вводит в заблуждение. Она вовсе не о каких-то там «взрывных охватах» и не о том, как «развивать компанию *в интернете*». Об этом там тоже говорится, но такая узкая и ограниченная характеристика вводит в заблуждение.

По правде говоря, это *серьезная* книга о *надежных* «секретах» маркетинга, которые можно применить в деятельности «дотком»-бизнеса, которые являются секретами для многих людей, кто вырос, обращая внимание лишь на то, что происходит в интернете. Это *проверенные временем* стратегии развития компании с эффективной генерацией лидов и методами продаж/конверсии, которые можно использовать как в интернете, так и за его пределами.

«Серьезный», «надежный» и «проверенный временем» — это громкие эпитеты, так что Рассела можно простить за то, что он решил придержать их и постепенно раскрывать внутри самой книги. «Развитие компании В ИНТЕРНЕТЕ» звучит круче и не так утомительно, как «развитие компании», так что его

можно простить и за заигрывание с нынешними модными веяниями. Он волшебник, так что ему можно позволить некоторую «ловкость рук». Но уж мы-то с вами давайте будем реалистами. Позвольте, я сослужу вам хорошую службу.

Мой совет: не довольствуйтесь фокусами и не отвлекайтесь на них. Будьте ответственным *взрослым*. Инвестируйте свое время и деньги в знания, умения и свойства, которые будут раз за разом приносить вам богатый урожай, а не в мимолетные фантазии и модные идеи, которые со временем теряют актуальность. И не поддавайтесь идее, что любое новое средство информации сможет победить гравитацию и существовать в отрыве от реальности, математики и истории.

**Не** начинайте читать эту книгу в погоне за новым, клевым, быстрым, простым решением проблем или за модной игрушкой, или за хитроумным приспособлением, которое, может, и принесет вам деньги сейчас, но потом придется лихорадочно искать новые ухищрения снова и снова.

**Открывайте эту книгу в поисках** полной ясности и глубокого понимания структуры и научной основы эффективного маркетинга, применимого в интернет-вселенной.

*Дэн С. Кеннеди*

Дэн С. Кеннеди — это пользующийся доверием консультант по стратегиям, сотрудничающий с сотнями профессионалов, зарабатывающих семизначные суммы, руководителями компаний и профи в области маркетинга прямого отклика. Также он написал более двадцати книг, в том числе «Жесткий менеджмент. Заставьте людей работать на результат». Чтобы узнать о Дэне побольше, посетите сайты [NoBSBooks.com](http://NoBSBooks.com) и [GKIC.com](http://GKIC.com).

## ВСТУПЛЕНИЕ

### О ЧЕМ ЭТА КНИГА (И ЧЕГО В НЕЙ НЕТ)

Привет. Меня зовут Рассел Брансон.

Прежде чем мы начнем, я хочу представиться и рассказать, о чем эта книга (и, что еще более важно, что вы в ней не найдете).

Эта книга НЕ о том, как привлечь больше трафика на свой веб-сайт — однако «взрывные охваты», о которых я вам расскажу, помогут вам увеличить трафик В ГЕОМЕТРИЧЕСКОЙ ПРОГРЕССИИ.

Эта книга НЕ о повышении конверсии — однако эти секреты повысят вашу конверсию БОЛЬШЕ любых оптимизаций заголовков или сплит-тестирования.

Если вам трудно привлекать трафик или увеличить конверсию, вам может показаться, что у вас проблемы с трафиком или конверсией. Благодаря опыту работы с множеством компаний я понял, что на самом деле так бывает редко. Низкий трафик и неудовлетворительные показатели конверсии — это лишь симптомы гораздо большей проблемы, которую немного сложнее заметить (это плохая новость), но гораздо легче исправить (а это хорошая). Недавно у меня была возможность слетать в Сан-Диего и поработать с Дрю Каноли и его компанией FitLife.tv. Он набрал 1,2 миллиона подписчиков на Фейсбуке, но из-за некоторых изменений работы соцсети его трафик упал на 90%. В итоге у него уходило 116 долларов на продажу продукта, который стоил 97. Бизнес стал убыточным.

Команда Дрю связалась со мной и попросила помощи с трафиком и конверсией.