

Специальный отчет от сайта  
[www.BusinessSuccessTrajectory.info](http://www.BusinessSuccessTrajectory.info)

# Технология «Персонализация Сайта»

**Свободное распространение данной книги разрешается и приветствуется!**

**Вы имеете право:**

- 1.** Делать печатные копии данной книги;
- 2.** Рекомендовать данную книгу своим знакомым, клиентам или подписчикам;
- 3.** Дарить или передавать данную книгу в электронной или печатной версиях своим знакомым, клиентам или подписчикам;

**Вы не имеете права** вносить изменения в текст настоящей книги;

## **Введение в тему.**

Каждый из нас, кто зарабатывает в Интернет, регулярно направляет свой мыслительный процесс на предмет того, как зарабатывать еще больше. Для этого каждый находит свои способы, подходы и методы. Кто-то технологические, кто-то маркетинговые, кто-то находит свое решение в области копирайтинга.

Один из таких методов называется персонализация сайта.

Что такое персонализация сайта?

Если говорить кратко, то это выстраивание поведения сайта под конкретного посетителя.

Технология же “Персонализация Сайта” можно сказать частный случай персонализации (названия просто совпали). Эта технология позволяет с любой страницы Вашего сайта обращаться к посетителю по имени.

В чем ее плюсы с точки зрения увеличения прибыльности Вашего сайта?

Об этом в небольшом интервью нам расскажет Валерий Литвинович, создатель этой самой технологии, руководитель проекта “Персонализация сайта”.

Вопросы задает Симанов Константин.

## **1. Здравствуйте, Валерий. Скажите для начала для моих подписчиков пару слов о себе, об основном профиле своей деятельности в Интернет-Бизнесе, о своих проектах.**

Здравствуйте, Константин. Здравствуйте, уважаемые читатели.

Меня зовут Валерий Литвинович. Занимаюсь бизнесом в Интернет с 2005 года. Свой путь онлайн-заработка начал с открытия бесплатной рассылки [www.Pop-up-Marketing.ru](http://www.Pop-up-Marketing.ru) "Как, используя плавающий попап, увеличить КПД Вашего сайта", в рамках которой я получил первый свой опыт построения собственного листа подписчиков, клиентов и партнёров.

Мне очень интересны разные технические решения, способные существенно увеличить результативность того или иного сайта и плавающие попапы была именно той темой, в которой я чувствовал себя "как рыба в воде".

Помимо развития бесплатной рассылки про попапы, я также являюсь автором бесплатного отчёта "С.П.Л.И.Т. Стратегия увеличения прибыли на Вашем коммерческом сайте", почтового мини-курса "Как перенести атмосферу персонализированного общения с подписчиками Вашей рассылки на страницы Вашего сайта" и специального 26-страничного инструктажа "Персонализация сайта".

Все свои проекты я создаю с уверенностью, что каждый пользователь сети интернет, независимо от накопленного им онлайн-опыта, способен найти и занять свою уникальную нишу, в рамках которой может развиваться как личность, находить источники дохода, заинтересованных подписчиков, клиентов, и, что самое главное, единомышленников, заинтересованных в совместном партнёрстве.

На страницах этого же интервью я постараюсь раскрыть Вам преимущества и выгоды новой технологии, внедрив которую на сайт, Вы увеличите активность Ваших подписчиков на страницах Вашего сайта.

## **2. В чем заключается основная идея технологии "Персонализация сайта", Валерий? В чем ее коренное преимущество?**

Если говорить простыми словами, то суть технологии "Персонализация сайта" заключается в использовании имени подписчиков на любых, нужных Вам, страницах сайта.

Теперь, используя возможности технологии "Персонализация сайта", Вы на любом Вашем сайте, можете выделить из общей массы посетителей сайта всех Ваших подписчиков и обращаться к ним персонально по имени.

В процессе использования этой технологии на сайте [www.Pop-up-Marketing.ru](http://www.Pop-up-Marketing.ru), мною был создан инструктаж, описывающий принцип действия технологии, способы реализации этой технологии на сайте и шаги, необходимые для установки технологии на сайт.

## Специальный отчет “Персонализация сайта”

Не смотря на простоту действия технологии, можно выделить две основные причины, побудившие меня к созданию инструктажа “Персонализация сайта”.

**Во-первых**, прежде всего, на страницах инструктажа я хотел поделиться с владельцами других сайтов (как коммерческих, так и не коммерческих) своими результатами, которые я получаю на страницах своего сайта, используя технологию персонализации сайта по имени подписчиков.

Технология персонализации, с точки зрения практического применения интернет-предпринимателями, пока ещё, мало развита и я не могу с полной ответственностью заявлять Вам о том, что Ваша прибыль увеличится вдвое, втрое и т.д. после внедрения технологии.

Но, несомненно, что результативность Ваших персонализированных ссылок и страниц сайта будет расти в сторону увеличения – больше кликов по персонализированным ссылкам, больше выполненных действий на продающих страницах (оформление подписки, заказ товара, переход по партнёрской ссылке, закачек файлов и т.д.).

Не исключено, что, изначально при внедрении технологии, на увеличение конверсии, результативности страниц, будет действовать, так называемый, эффект “новизны”.

Хотя, по результатам тестирования, проводимых мною и некоторыми интернет-предпринимателями (персонализация выпуска рассылки, рекламной страницы, страницы благодарности, подписки на рассылку...) случаев снижения конверсии ссылок и рекламных текстов зафиксированы не были.

И можно с уверенностью констатировать тот факт, что не важно в какой нише и на каком сайте применяется технология – в любом случае персонализация по имени способствует только увеличению конверсии ссылок, рекламных текстов и т.д.

Несмотря на сей факт, Вы всё же должны понимать, что если конверсия (результативность) Ваших почтовых отправок, коммерческих предложений и т.д. сама по себе низка вследствие низкого качества материалов, информации, то и рассчитывать на ‘магическое действие’ от технологии не надо.

Имя подписчика в ссылке и на сайте не является магическим словом, а используется как 'атрибут' персонального сообщения, достойного личного внимания подписчика.

Персонализируя на Вашем сайте качественные, уникальные и т.д. специальные предложения, личные релизы, персональные бонусы, товары, услуги и т.д., а лучше всего авторский материал, Вы будете укреплять имеющуюся связь между Вами и Вашими подписчиками.

Со временем, подписчики, получая от Вас, достойные их вниманию персональные сообщения привыкнут, что по имени Вы обращаетесь всегда с

## Специальный отчет “Персонализация сайта”

личным или персональным предложением, достойным внимания и, в таком случае, результативность персональных ссылок и страниц будет базироваться не на эффекте “новизны”, а на вере Ваших подписчиков в качество Ваших персональных сообщений.

**Во-вторых**, я хотел предоставить возможность, как можно большему числу Интернет-предпринимателей, кто использует на страницах сайта форму подписки (на рассылку, на получение книги, обучающего курса...) и, соответственно, является владельцем почтовой рассылки, в полной мере использовать возможности email-маркетинга.

Теперь, Вы можете использовать имена Ваших подписчиков в веб-ссылках, рекомендуемых Вами в почтовых отправлениях, а также, на любых страницах, на которые Вы отправляете подписчиков в письмах по этим персонализированным ссылкам.

Если Вы владеец почтовой рассылки и публикуете в выпусках Вашей рассылки какую-либо оплаченную рекламу (текстовые блоки, статьи и т.п.), то Вы можете поднять цену, как рекламодатель, предложив использовать персонализированную ссылку.

Таким образом, Ваших подписчиков будут встречать по имени..., естественно, что речь идёт только о качественной и проверенной рекламе, дабы не разочаровать своих подписчиков.

То есть, рекламодателем в выпуске рассылки в рекламном блоке используется персонализированная ссылка, а на сайте владельца, оплатившего рекламу, используется один из способов персонализации, описанных в инструктаже.

Не важно, начинающий Вы Интернет-предприниматель или ‘ветеран’ онлайн-бизнеса, все три способа персонализации сайта могут использоваться Вами по-разному.

Например, используя способ #1 совместно с сервисом почтовых рассылок и автоответчиков Максима Хигера [www.Smartresponder.ru](http://www.Smartresponder.ru), Вы сможете персонализировать любую страницу благодарности, адрес которой Вы указываете в этом сервисе при создании той или иной рассылки, формы подписки.

Благодаря этому, все Ваши дополнительные сообщения на странице благодарности будут выглядеть персонально, тет-а-тет, и восприниматься наибольшим числом новых подписчиков.

Например, на одной странице благодарности, помимо инструкции о необходимости подтвердить подписку, я предлагаю новым подписчикам познакомиться с платной электронной книгой. Таким образом, практически половина новых подписчиков, скажем так, проходит быстрый путь от подписчика к покупателю.

## Специальный отчет “Персонализация сайта”

По результатам этой страницы благодарности, из каждой сотни таких подписчиков, примерно, двое, трое подписчиков оформляли заказ продаваемой книги.

Используя способ #2 совместно с любым почтовым сервисом или скриптом, Вы сможете персонализировать по имени подписчиков любые Ваши коммерческие предложения, будь то продажа информационного или физического товара, услуги, релиз партнёрского товара и т.д.

Используя способ #3 совместно с любым почтовым сервисом или скриптом, Вы сможете персонализировать для Ваших подписчиков любые страницы Вашего сайта.

Ну и напоследок приведу Вам несколько преимуществ инструктажа “Персонализация сайта”:

**Простая установка** - инструктаж будет понятен пользователю любого уровня знаний, таким образом, даже новичок, создающий свой первый сайт, с лёгкостью внедрит эту технологию на сайт в считанные минуты;

**Технология 'персонализация сайта' работает с любым сервисом/скриптом почтовых рассылок** - независимо от того, каким образом Вы отправляете Ваши письма Вашим подписчиками, если у Вас есть возможность в сервисе или скрипте пользоваться переменной 'имя подписчика', например, [first\_name], то, Ваш сайт для Ваших подписчиков будет индивидуально персонализирован по имени;

**24/7/365** - Вам не нужно ежедневно что-то делать, чтобы технология работала на Вашем сайте, так как достаточно всего один раз установить нужный скрипт и Ваш сайт будет персонализирован на 24 часа в сутки, 7 дней в неделю и 365 дней в году;

**Неограниченное число установок** - 26-страничный инструктаж покажет Вам, как Вы можете для Ваших подписчиков персонализировать по имени любые страницы Вашего сайта..., ну и, конечно, Вы можете использовать эту технологию на любом Вашем сайте;

**Память о подписчиках** - один из способов позволяет сделать так, что при возврате или повторном посещении подписчиком какой-либо персонализированной страницы Вашего сайта, например, которую он видел ранее (день назад, два, три и т.д.) система может автоматически перенаправить посетителя на заданную Вами страницу;

**Корректность к подписчикам и посетителям** - текст Вашей продающей страницы будет всегда корректно выглядеть в глазах посетителей и подписчиков - для всех кто посетил страницу не по персональной ссылке переменная 'имя подписчика' поменяется на стандартное обращение;

**Уважение к подписчикам** - на Ваш выбор Вы можете на продающей странице использовать уважительное обращение к Вашим посетителям, то есть, обращаться, например, дорогой подписчик, уважаемый подписчик и т.д.;

Более подробней Вы можете узнать на странице:

<http://www.pop-up-marketing.ru/personalsalesletter>

### **3. Как и почему Вам в голову пришла идея создания инструктажа?**

Спасибо за вопрос, Константин. Несомненно, что вопрос генерирования и реализации идей является актуальным для большинства пользователей Интернета, будь то опытный владелец сайта или даже начинающий предприниматель...

Хотелось бы сказать, что идея технологии и самого инструктажа “Персонализация сайта” пришла мне в голову в одном из моих сновидений ☺. Но это не так...

Так получилось, что я не плохо знаком с сайтами зарубежного Интернета и именно на этих сайтах я впервые встретил такую “фишку”, когда текст сайта был персонализирован по имени для подписчиков.

Как правило, приглашение на такие персонализированные страницы я получал в письме, будучи подписчиком того или иного сайта. Например, очень часто я, как подписчик знаменитого зарубежного Интернет-предпринимателя Яника Сильвера (Yanik Silver), получаю письма с приглашением ознакомиться с коммерческим предложением...

В тексте такого предложения, длина которого может исчисляться 20 – 30 страницами, в некоторых местах используется имя подписчика для придания сообщению персонализированного формата, для привлечения особого внимания к некоторым местам продающего текста и т.д.

В зависимости от фантазии владельца сайта, его целей, поставленных при использовании имени подписчиков, можно персонализировать любые элементы продающего текста, будь то основной заголовок текста, приветствие посетителя, подзаголовки, некоторые параграфы, блоки личной гарантии, бонусов и т.д.

Это был, скажем так, первый проблеск идеи, которую я также захотел реализовать и на своём сайте, чтобы отдельно выделить своих подписчиков на страницах сайта, несущих как рекламный характер, так и просто информационный.

Помимо персонализации отдельных страниц для подписчиков сайта мне, как владельцу рассылки, обучающего курса и т.д., использующему для построения подписного списка и автоматической рассылки почтовых отправления

## Специальный отчет “Персонализация сайта”

возможности сервиса [www.Smartresponder.ru](http://www.Smartresponder.ru) очень хотелось персонализировать страницу благодарности...

То есть ту страницу, которая демонстрируется новым подписчикам, оформившим подписку на что-либо. Как правило, на такой странице, Вы, как автор рассылки, благодарите нового подписчика за оформление подписки, сообщаете о необходимости подтверждения подписки, даёте дополнительный бонус за подписки и т.д.

К сожалению, сервис Максима Хигера не имел, скажем так, такую дополнительную опцию, позволяющую использовать имя подписчика на благодарственной странице. Поэтому идея персонализации страницы благодарности для меня была очевидна...

Кстати в последнее время я очень часто встречаю коммерческие сайты, использующие страницу благодарности в качестве продающего текста.

Например, представим сайт, продающий товар, пусть это будет DVD на тему: “Как в формате Flash создать сайт”. Автор этого товара изложил свой опыт в формате видео, упаковал на dvd диск и создал рекламный текст, продающий конечный товар.

Для построения собственного подписного листа подписчиков, заинтересованных в теме этого товара, автор создаёт отдельную страницу подписки, предлагающая посетителям, например, оформить подписку на тематическую рассылку, обучающий курс и т.п.

Рекламируя страницу подписки, автор хочет, чтобы все посетители, заинтересовавшиеся темой рассылки и оформившие подписку, попадали на страницу благодарности, а точнее уже на продающую страницу.

Таким образом, во-первых, идёт построение подписного листа и, во-вторых, используется ‘быстрый путь’ получения продаж, совершённых новыми подписчиками (тематика товара и бесплатной подписки находятся в одной нише).

И, естественно, что персонализация по имени подписчиков, может не только увеличить ‘читабельность’ новыми подписчиками продающего текста, но и напрямую повлиять на результативность продающего персонализированного текста.

Статистические данные, полученные в процессе тестирования технологии “Персонализации сайта” на странице благодарности показали, что персонализация по имени позволяет на 50% увеличить результативность страницы.

Ну и, наконец, я нашёл и купил один скрипт, персонализирующий ссылку в письме и, соответствующую ссылке, страницу по имени подписчиков..., но, к

сожалению, для русскоязычного Интернета данный скрипт был не работоспособен.

В итоге я решил просто обратиться к программисту и реализовать идею персонализации в полном объёме.

Что получилось в конечном итоге, Вы можете увидеть по адресу:

<http://www.pop-up-marketing.ru/personalsalesletter>

#### **4. Как на практике применяется технология? Что требуется для ее применения? Нужны ли какие-либо технические знания?**

Любое почтовое сообщение, цель которого привлечь подписчиков на какую-либо страницу Вашего сайта, может направлять подписчиков на индивидуально персонализированную по имени страницу.

Будь то ежемесячный выпуск Вашей почтовой рассылки, релиз Вашего или партнёрского товара и т.д. – всё, что от Вас потребуется для персонализации страницы, то есть, для отображения имени подписчиков – установить нужный скрипт по инструкции, описанной в инструктаже “Персонализация сайта”.

Как на практике применить технологию “Персонализация сайта”? Вот несколько примеров того, как Вы можете уже сегодня использовать имена подписчиков на Вашем сайте:

**#1** – индивидуально использовать имя подписчиков на странице благодарности, персонализировав не только слова благодарности за оформление подписчиками подписки, но и, так называемое, внутреннее предложение, дополнительная рекомендация платного или бесплатного товара новым подписчикам;

**#2** – использовать имена подписчиков на продающей странице, где Вы продаёте свой или партнёрский товар, услугу - персональную ссылку на которую Вы рекомендуете подписчикам в почтовом отправлении;

**#3** – обратиться к подписчикам персонально по имени на странице с каким-либо персональным сообщением, анонс, новость, предложение партнёрам, клиентам, подписчикам и т.д.;

**#4** – опубликовать для подписчиков Ваши персональные релизы проверенных Вами партнёрских товаров или услуг;

**#5** – персонализировать ежемесячный выпуск рассылки, а также любую страницу с описанием и предложением, например, оформить подписку на бесплатную рассылку, скачать бесплатную книгу, софт и т.п., получить доступ в закрытую секцию сайта и т.д.;

**#6** – персонализировать страницу оформления заказа на, соответствующей, персонализированной продающей странице какого-либо Вашего товара;

**#7** – персонализировать ссылку в почтовом отправлении и, соответствующее, персональное сообщение, чтобы таким образом получать теперь по рекламируемой ссылке (по оплаченной рекламе с каких-либо тематических выпусков рассылок) новых посетителей, точнее подписчиков, встречая их теперь на страницах Вашего сайта как своих ☺, персонально по имени;

**#8** – использовать имя подписчиков в заголовках, в строках параграфов, в текстовых блоках продающего текста, чтобы изменить способ подачи Вашей информации, с точки зрения читателей/посетителей, а также, чтобы, некоторым образом, привлечь внимание ко всему Вашему персональному сообщению;

Вам не нужно быть знатоком php-программирования, так как всё Ваше умение должно заключаться в простых действиях - уметь скопировать несколько строк кода скрипта и вставить их в код, нужной Вам, страницы сайта.

Естественно, что для внедрения технологии “Персонализация сайта” у Вас должен быть сайт, расположенный, желательно, на платном хостинге и предоставляющий возможность обрабатывать php-файлы.

Даже если Вы начинающий Интернет-предприниматель и только создаёте свой первый сайт, почтовую рассылку и т.д., на страницах инструктажа я покажу Вам, как персонализировать страницу благодарности и ‘быстрым’ путём сделать новых подписчиков потенциальными покупателями.

## **5. Каковы результаты тестирования технология? Есть ли какие-либо достоверные данные, подтверждающие то, что технология действительно работает?**

Хороший вопрос..., как понимаю это самый главный вопрос, ответ на который и показывает целесообразность внедрения на сайт технологии “Персонализация сайта”.

Несмотря на то, что технология новая, с точки зрения её практического применения, есть достоверные результаты, полученные лично мною и некоторыми Интернет-предпринимателями, кто получил доступ к инструктажу “Персонализация сайта”.

В качестве этих тестов (персонализация продающего текста, страницы благодарности, страницы подписки, ежемесячного выпуска рассылки, анонса и релиза партнёрских товаров и т.д.) сомневаться не приходится, так как все тестируемые варианты применения технологии фиксировались соответствующими сервисами и/или скриптами отслеживания статистики.

## Специальный отчет “Персонализация сайта”

Отслеживая статистику персонализированной страницы благодарности, можно с уверенностью заявить о целесообразности использования имени подписчиков в тексте этой страницы, включая рекомендованный блок...

Целесообразность такого подхода обуславливается тем, что практически половина новых подписчиков обращает своё внимание на персонализированное сообщение и совершает нужное действие, будь то переход по ссылке, загрузка файла и т.д.

Персонализируя для подписчиков рекламный текст, продающий электронную книгу, я достиг результата, когда 10 - 15 человек из каждой сотни подписчиков не просто изучают коммерческое тет-а-тет предложение, но и, некоторые из них, оформляют заказ товар

Не все переходы на персонализированную продающую страницу заканчиваются оформлением заказа, но всё зависит от уникальности коммерческого предложения.

Ибо, персонализировать для подписчиков коммерческое предложение, 'заезженное со всех сторон' и предлагающееся на 'каждом углу' в сети нет никакого смысла, а вот какое-либо новое, уникальное и т.п. предложение обязательно нужно персонализировать в формат тет-а-тет предложения.

Ну и, конечно, прежде чем анонсировать технологию широкой аудитории, я предложил протестировать технологию некоторым Интернет-предпринимателям, имеющим свой сайт, товар, рассылку.

Вот результаты, которыми они поделились со мной, после проведения пробных тестов.

Айнур Сафин (Suxhessology.com): В очередном выпуске рассылки я послал письмо с персонализированной ссылкой. Я не призывал к активному действию, а просто преподнес как новость.

Тем не менее, отклик был просто поразительный: почти 50% подписчиков посетило нужную мне страницу и, самое удивительное, почти такой же их процент совершили нужное мне действие - оформили подписку на специальное предложение.

То же самое было сделано с подписчиками на бесплатных почтовых серверах (где, как известно, нет возможности обращаться к читателям по имени). Результат не дотягивал и до 15%. Чуете разницу?

Леонид Бабиенко (www.AccessOpportunity.com): Признаться честно, нам еще не удалось протестировать все 3-и способа, описанные тобой. Однако, те два, которые мы уже испытали, меня откровенно порадовали.

Наша статистика зафиксировала, что на персонализированных страницах люди в 1,5 -а раза активнее реагировали на наши предложения ознакомиться с товарами, продаваемыми как в нашем магазине, так и с теми, которые мы продвигаем в рамках партнерских программ. Ну а это, в свою очередь, положительно сказалось на получаемой нами прибыли. :)

### Специальный отчет “Персонализация сайта”

И даже скажу больше - мы получили несколько писем от шокированных подписчиков, которые “в упор” не могли понять, как же нам таки удалось получить подобный результат (т.е. персонализация страниц сайта ) :)

На странице инструктажа “Персонализация сайта” Вы можете узнать о результатах, полученных в процессе использования технологии на различных сайтах <http://www.pop-up-marketing.ru/personalsalesletter>



**Содержание.**

**Способ #1: Персонализация страницы подписки**

- 1.1. Установка формы подписки
- 1.2. Персонализация страницы благодарности
- 1.3. Вставка имени подписчиков на страницу
- 1.4. Тюнинговые моменты
- 1.5. Пять способов использования страниц благодарности

**Способ #2: Персонализация продаж и веб-ссылок**

- 2.1. Концепция персонализации продаж
- 2.2. Персонализация продаж
- 2.3. Персонализация веб-ссылок

**Способ #3: Персонализация любых страниц сайта**

- 3.1. Концепция персонализации страниц
- 3.2. Персонализация любых страниц сайта
- 3.3. Как я использую этот способ
- 3.4. Тюнинговые моменты

**"Три Способа Персонализации Вашего Сайта, Позволяющих Вам Продавать Ваши Товары, Публиковать Статьи, Релизы..., Обращаясь К Подписчикам Персонально По Имени"**

**Вы узнаете:**

-- Как перенести атмосферу доверительного общения с Вашими подписчиками на любые, нужные Вам, страницы Вашего сайта

**-- Как увеличить доход любого владельца почтовой рассылки, периодически публикующего в выпусках рассылки оплаченную рекламу, текстовые блоки, статьи, анонсы и т.д.**

-- Как персонализировать Ваш сайт и обращаться по имени ко всем посетителям, кто попадает на Ваш сайт по оплаченной рекламе с тематических или партнёрских почтовых рассылок, встречая таких посетителей, точнее подписчиков, на страницах Вашего сайта как своих :)

**-- Как увеличить, минимум, в два раза результативность кликов по ссылкам, которые Вы рекомендуете подписчикам в выпусках рассылки, почтовом отправлении и т.д.**

-- Как внедрить на Вашем сайте в любую подписную форму (на рассылку, на мини-курс, на получение бесплатной книги, видео, аудио и т.д.) тактику, которая способна приносить Вам пожизненный доход

**-- Как увеличить на 10% - 70% количество продаж Ваших или партнёрских товаров в рамках своего подписного листа подписчиков**

**[Внедрить технологию "Персонализация сайта"](#)**