

# **Схема создания продукта за 24 часа**

## **Вступление**

Создание прибыльного продукта не обязательно должно затягиваться. Даже если у вас совсем нет опыта, вам потребуется всего 24 часа работы, чтобы от мозгового штурма идеи перейти к презентации и рукописи. И как только у вас появится еще и опыт, вы сможете проходить этот процесс еще быстрее!

Но давайте я уточню: когда я говорю 24 часа, я не имею в виду 24 часа с этого момента. Я надеюсь, что вы разделите ваши рабочие часы хотя бы на два или три дня.

Так что же вы должны делать на протяжении каждого из этих 24 часов?

Ответ кроется внутри этого доклада. На следующих страницах вы найдете точный пошаговый план, который проведет вас через все действия, которые нужно проделать на пути от идеи до готового продукта.

Так что не будем затягивать вступление дальше. Представляем вашему вниманию планнер по созданию продукта за 24 часа, где вы узнаете, как создать продукт, который будет включать презентацию и доклад. Взгляните сами...

## **Час 1: Определите тему вашего продукта**

Лучший способ выбрать тему — узнать, что уже продается в вашей теме и/или какие виды тем вообще популярны. Затем вы можете создать что-то похожее (и в то же время лучше).

Вот как узнать, что популярно:

- Изучите популярные интернет-магазины, вроде Ozon.ru. Ищите по ключевым словам из вашей сферы (например, органическое садоводство) и отмечайте топовых продавцов.

СОВЕТ: Если у определенного вида продукта много конкурентов, это отличный знак продукта, на который есть спрос.

- Проведите поиск по ключевым словам в Google. И затем проверьте, что продают топовые сайты в вашей сфере.
- Изучите блоги, форумы и группы в социальных сетях в вашей сфере. Изучите, какие темы появляются там снова и снова. И какие из них получают много просмотров и реакций.
- Используйте инструмент по поиску ключевых слов, например Яндекс Вордстат. Введите ваши частотные ключевые слова и затем изучите результаты, чтобы узнать, что именно ищут люди в вашей нише.
- Спросите ваших клиентов. Проведите простейший опрос, чтобы узнать проблемы своих потенциальных клиентов и какие решения они хотят получить.
- Изучите крупные публикации. Зайдите в местный киоск с печатными изданиями и посмотрите, что крупные журналы помещают на свои обложки. Сделать это нужно потому, что крупные журналы постоянно определяют бюджет и помещают на обложки только то, что способно генерировать дополнительные продажи журнала. Так что если какая-то тема появилась на обложке хорошего журнала, эта тема популярна.
- Изучите, популярна ли эта тема. Зайдите в Google Trends, введите ваши ключевые слова и отметьте для себя изменение популярности по времени. Вам нужны темы, которые увеличивают популярность со временем или хотя бы стабильны в своей важности. Избегайте тем, чья популярность уже падает.
- Следуйте за деньгами. Наконец, еще один хороший способ завершить ваше маркетинговое исследование — узнать, какие продукты рекламируются другими предпринимателями. Проверьте рекламу в Google, Яндекс, Вконтакте и других социальных сетях. Не стоит забывать даже о рекламных баннерах на сайтах по вашей теме. Если предприниматели часто платят за рекламу какого-то продукта, это значит, что на него сейчас есть спрос.

Если вы пройдете через все эти шаги, у вас будет хорошее представление о том, что сейчас популярно и что продается. Этот тип продукта вам и нужно создать.

*СОВЕТ: Главное здесь изучить топовых продавцов и определить их сильные и слабые стороны. Ваш продукт должен включать эти сильные стороны и исправлять слабые.*

*К примеру, если сильной стороной руководства по дрессировке собак было то, что оно включало примеры расписаний выгула щенка, в вашем продукте тоже должно быть что-то похожее.*

*Если слабостью руководства было то, что он не объяснил как следует способ выбрать тренировочную клетку, то ваш продукт должен это исправить, и предложить подобные инструкции вместе с рекомендациями о конкретных моделях.*

Далее...

## **Час 2: Определите заголовок для вашего продукта**

Некоторые будут принимать решение о покупке вашего продукта только на основе силы его заголовка. Вот почему мы посвятим целый час мозговому штурму для создания идеального заголовка и подзаголовка.

Держите в уме следующие советы:

- Предоставьте выгоду. Заголовок и/или подзаголовок должен дать вашим потенциальным покупателям понять, какую выгоду они получат от вашего продукта. Вот вам классический пример: «Как заполучить друзей и оказывать влияние на людей». В этом заголовке сразу две указанные выгоды.
- Пробудите любопытство, если это возможно. Хороший способ сделать это — использовать слово «секреты» (например, «Секреты получения трафика»).

- Используйте слова-триггеры. Например: вы, как, секреты, раскрыто, обнаружено, удивительный, революционный.
- Объединяйте слова, чтобы создать новое. Это мой любимый способ создания названий, вроде «Приход» (где объединены слова «прибыль и доход»).

А теперь позвольте поделиться с вами парой шаблонов, которые помогут начать мозговой штурм по созданию заголовков и подзаголовков:

- Как [Получить какую-либо прибыль]. Пример: «Как похудеть на 10 килограмм без упражнений».
- Секреты [Получения какой-либо прибыли]. Пример: «Секреты выхода на пенсию с миллионом долларов на банковском счете».
- Чистая правда о [Какой-либо теме]. Пример: «Чистая правда о SMM».
- Что ваш [Человек] не рассказывает вам о [Какой-либо теме]. Пример: «Что ваш стилист не рассказывает о наращивании волос».
- Что должен знать каждый [Тип человека] о [Какой-либо теме]. Пример: «Что должен знать каждый бодибилдер о красивых мышцах».
- Быстрый и легкий способ [Получить прибыль]. Пример: «Быстрый и легкий способ избавиться от паразитов».

Эти шаблоны помогут вам начать. А теперь уделите следующий час мозговому штурму вашего заголовка. Но вы можете зайти в любой интернет-магазин, чтобы изучить названия и заголовки лидеров продаж в вашей сфере.

Далее...

### **Час 3: Зарегистрируйте подходящий домен и оплатите хостинг**

Следующим шагом будет обращение в организации для регистрации доменов. Самый крупный продавец доменов в России – Reg.ru. Следуйте трем советам ниже:

- Покупайте домен .ru. Многие люди знают только такие виды доменов, и поэтому не стоит усложнять им задачу, используя .info, .biz и другие.
- Покупайте сразу три домена. Лучше брать сразу три самых популярных вариаций домена, включая .ru, .net, .org. Таким образом, недобросовестные конкуренты не смогут зарегистрироваться под вашим именем и ассоциироваться с вашим продуктом.
- Сделайте его коротким и запоминающимся. Например, Goodly.pro, имеет простое, запоминающееся и вызывающее доверие название.

И наконец, вам нужен хостинг от компаний, вроде SprintHost.ru. Убедитесь, что вы правильно настроили DNS в настройках домена, чтобы все ссылки вели на ваш новый хост.

*СОВЕТ: Если вы не знаете, как настроить свой хостинг и изменить DNS, изучите инструкции и ответы на вопросы от ваших хостингов и регистраторов домена. Крупные компании всегда представляют все нужные инструкции и видео, касающиеся подобных задач.*

Далее...

## **Час 4: Изучите идеи для включения в ваш продукт**

Теперь самое время определить, какие темы будут входить в ваш продукт. Вот как запустить это исследование:

- Изучите оглавление популярных продуктов. Вы не будете копировать эти продукты, но вам все равно лучше изучить их оглавление, чтобы понять, какие темы туда входят. Это потенциальные темы и для вашего продукта.

- Вернитесь к блогам, форумам и группам в социальных сетях. Изучите, какую информацию получают люди, задав релевантные вопросы. Отметьте также и то, что люди спрашивают по вашей теме снова и снова. Может, они подскажут что-нибудь, что достойно оказаться в вашем продукте.

Допустим, вы пишете доклад о питании для бодибилдинга. И вам задают повторяющиеся вопросы о том, как много калорий нужно употреблять. Возможно, вам стоит добавить формулу, по которой люди смогут определять ответ, в зависимости от их веса, роста и активности.

- Спросите свою аудиторию. Узнайте, чего не хватает другим продуктам и о каких темах им действительно хочется узнать.
- Изучите отзывы. Это также даст понять и то, что потенциальные клиенты думают о нынешних решениях на рынке.
- Изучите свои собственные публикации на популярную тему. Если у вас есть блог или аккаунт в социальных сетях, пробегитесь по архиву контента, чтобы понять, что именно было популярно. Вот как это определить:
  - Ищите посты, привлекающие трафик. Изучите статистику по трафику, чтобы увидеть, какие публикации привлекли большое количество людей.
  - Ищите высокое количество вовлечения. Эти посты получили много лайков, комментариев или репостов.

Опять же, идея здесь в том, чтобы убедиться, что ваш продукт лучше, чем нынешние решения на рынке с помощью исправления их недостатков.

*ВАЖНО: Если вы изучаете информацию по вашей теме, убедитесь, что вы используете достоверные источники. Это могут быть научные источники, новостные сайты с хорошей репутацией, сайты университетов и другие авторитетные/экспертные сайты.*

Далее...

## **Час 5: Придумайте другие потенциальные идеи**

Ваш час исследований должен был дать вам хорошую идею, которую стоит добавить в ваш продукт. А теперь самое время сесть и придумать другие идеи, которые могут быть потенциальным дополнением.

Задайте себе следующие вопросы:

- Есть ли более легкий способ добиться хороших результатов?
- Есть ли более быстрый способ добиться хороших результатов?
- Какие новые фишки в сравнении с устоявшимися методами вы можете предложить?
- Какие примеры вы можете добавить, чтобы сделать концепты легче для понимания?
- Какие дополнительные советы вы можете предложить, чтобы облегчить клиентам достижение их цели?
- Можете ли вы предложить какие-либо дополнительные материалы вроде чек-листов и рабочих листов?
- Какие типы графики вы можете добавить в свой доклад? Это может включать диаграммы, таблицы, ментальные карты, фотографии, скриншоты и похожие элементы.

А теперь возьмем всю эту информацию и организуем ее...

## **Час 6: Организуйте ваши идеи в рабочий набросок**

Ваш набросок будет включать вступление, заключение и тело вашего доклада. Есть два способа организовать набросок:

Первый метод: по разделам. Это хронологический, «пошаговый» порядок. Его лучше использовать для инструкций. И набросок будет выглядеть как-то так:

А. Вступление

Б. Шаг 1

-Как выполнять шаг 2

-Советы и примеры

В. Шаг 2

- Как выполнить шаг 2
- Советы и примеры

Г. Шаг 3

- Как выполнить шаг 3
- Советы и примеры

Д. Заключение

Второй метод: систематически. Вот где вы группируете темы по какому-либо логическому основанию. К примеру, вы можете расположить ваши темы от знаний для новичка до эксперта. Но не забудьте включить много советов и примеров для каждой темы. К примеру:

А. Вступление

Б. Тема для новичков

1. Объяснение для новичков.
2. Примеры.
3. Советы.

В. Тема для опытных

1. Объяснение темы.
2. Примеры.
3. Советы.

Г. Тема для продвинутых

1. Объяснение темы.
2. Примеры.
3. Советы.

Д. Заключение

Чтобы подготовиться к следующему шагу, вам нужно будет записать примерное количество страниц для каждого из разделов. Не обязательно разделять каждую тему на равное количество страниц. Дайте самым важным и сложным темам больше страниц, чтобы полностью объяснить их.



*СОВЕТ: Ориентируйтесь примерно на 12 страниц, которые могут стать основой для 45- или 60-минутного видео.*

Далее...

## **Час 7: Определите желаемое количество страниц и выделите три задачи**

Здесь вы будете работать девять часов, разделенных на три задачи. Ваша задача — написать около 12 страниц. Это значит, что вам нужно написать по четыре страницы за каждый присест (что, на самом деле, еще очень скромная задача).

*СОВЕТ: Если вам нужно создать графику, вы можете разделить время на их создания в каждой из писательских сессий. Или сделать это во время 22 часа, где вам предстоит вставлять эту самую графику.*

*Если вам нужны стоковые фото или графика, вы можете найти их на сайтах, вроде [www.DepositPhotos.com](http://www.DepositPhotos.com).*

*Если вы не можете создать графику самостоятельно, используйте это время, чтобы найти фрилансера.*

Далее...

## **Часы 8-11: Завершите писательское задание #1, Часы 12-15: Завершите писательское задание #2, Часы 16-19: Завершите писательское задание #3**

Теперь самое время заняться писательским делом. Если вы создали подробный набросок, вам осталось только нарастить на него «мясо».

Вот несколько советов, которые помогут повысить вашу продуктивность и завершить лучший продукт:

- Избавьтесь от отвлечений. Отключите телефон, телевизор, ненужные вкладки в браузерах и попросите членов вашей семьи вас не тревожить.

*СОВЕТ: Есть несколько приложений для продуктивности, которые делают отвлечения от чего-то вроде социальных сетей сложнее. К примеру, они могут «блокировать» доступ в Facebook, YouTube и другие сайты, чтобы вы на 100% сфокусировались на писательстве. Вы легко найдете их в интернете.*

- Пишите спринтами. Некоторым проще писать, если они устанавливают таймер на 20 минут и делают все максимально быстро до того, как время закончится. Затем возьмите перерыв на пару минут, переустановите таймер и совершите еще один спринт. За трехчасовой блок можно будет сделать много работы.
- «Обманите» себя, чтобы сфокусироваться. Некоторым людям проще, если они заставляют или обманывают себя для лучшей продуктивности. Например, можно выключить ноутбук из сети, когда его заряда хватает на три часа, и положить зарядное устройство в неудобное место, чтобы не было соблазна подключить его обратно. Так вы будете вынуждены закончить написание до того, как батарея разрядится.
- Закройте вкладки с информацией перед написанием. Лучше исследовать тему — это хорошо, но закрыть эти ресурсы перед началом писательской активности все равно стоит. Таким образом вы не сделаете ваш контент похожим на другие по случайному стечению обстоятельств.

*СОВЕТ: Используйте по меньшей мере три или четыре авторитетных источника для исследования. Опять же, множество ресурсов поможет убедиться в том, что ваш контент не звучит похоже на остальные.*

- Не вносите корректировки, когда вы пишете. Когда вы садитесь писать, фокусируйтесь на переносе ваших идей на «бумагу». Не возвращайтесь и не меняйте структуру предложений. НЕ

передвигайте параграфы. И не удаляйте ничего. Не доказывайте. Все это вас замедлит. Лучше пишите быстрее, а редактировать будете потом.

- Подумайте об использовании приложений «речь-в-голос». Если вы пишете медленно, лучше использовать приложения для преобразования речи в текст. Возможно, придется натренировать ваше приложение, чтобы оно узнавало особенности вашей речи, и затем проверить ваш документ, чтобы убрать ошибки и неправильно распознанные слова. И все же, многие люди отмечают, что им удавалось закончить документ быстрее, если наговаривать его, а не печатать.
- Не усложняйте задачу. Многие создают в своей голове установку, что они не могут этого сделать, потому что они не писатели. Но ваша аудитория не ищет видео, сценарий которого написал Шекспир. Они ищут ХОРОШУЮ информацию. Если вы можете предоставить понятные для понимания решения, ваша аудитория не будет переживать о «непоэтичности» вашего текста.

Как только ваш документ будет готов, переходите к следующему шагу...

## **Час 20: Подготовьте документ вашего продукта**

Как только вы напишете первый вариант, подготовьте ваш документ, используя три дополнительных шага:

Дополнить  
Отполировать  
Проверить

А теперь чуть подробнее...

**Дополнить:** Здесь вам нужно добавить дополнительный контент, чтобы усилить и улучшить ваш продукт. К примеру, если вы узнали, что одна из ваших инструкций для завершения шага недостаточно подробна, вы можете добавить туда

дополнительные инструкции, советы и примеры, чтобы сделать ее как можно полезнее для читателей.

*СОВЕТ: Будет хорошей идеей привлечь тестовых пользователей к процессу. Если вы эксперт в вашей теме, вы можете случайно совершить «логический скачок», который запутает новичков. Хороший тестовый пользователь скажет вам, где нужно добавить дополнительные инструкции, чтобы объяснить некоторые процессы.*

*К примеру, эксперт по вождению с ручной коробкой передач может сказать новичку «переключить передачу». Он может предположить, что все и так знают, что нужно повернуть переключатель. Однако это НЕ очевидно для того, кто ни разу не управлял автомобилем.*

*Поэтому новичку лучше предоставить подробные инструкции о коробке передач, рычагах и тем, как с ними управляться во время вождения.*

**Отполировать:** Здесь вам нужно чуточку отполировать документ и придать ему товарный вид. Идея здесь в том, что отформатировать его в приятный для чтения. Вот конкретные советы, которые помогут добиться этой цели:

- Превратите параграф в маркированный список. Маркированный список не только помогает легче усвоить информацию, но и возвращает внимание читателей на сам контент. И это хорошо.
- Используйте короткие предложения и параграфы. Никто не хочет читать огромную стену текста. И километровые предложения — тоже. К тому же, ваш контент будет проще для усвоения, если использовать короткие предложения и параграфы. Хотите пример? Просто посмотрите на этот доклад.
- Не используйте дорогих слов. Большие, вычурные слова могут впечатлить ваших бывших однокурсников, но на ваших читателей это не произведет подобный эффект. На самом деле, большие слова создают барьер для читателя. Если читателю нужно понять, что это за слово, вы его замедляете. И это почти никогда не играет вам на пользу. Так что используйте простой язык, чтобы читателям не приходилось использовать словарь для расшифровки вашего текста.

- Убедитесь, что вы используете легкий, разговорный тон. Это не только поможет улучшить впечатление читателей, но и позволит проще использовать его для зачитывания презентационного видео.

*СОВЕТ: Представьте, что вы делитесь информацией с хорошим другом. Это простое действие поможет вам сохранять дружелюбный тон на протяжении всего доклада или видео.*

Один из лучших способов сделать ваш контент легким для чтения (или прослушивания, если мы говорим о видео) — сделать его настолько вовлекающим, что от него невозможно будет оторвать взгляд. Вот советы для создания вовлекающего контента:

### ***Совет 1: Рассказывайте истории.***

Это хороший способ вовлечь читателей на эмоциональном уровне. Это особенно важно, если в конце вашего продукта есть реклама. Потому что процесс продажи начнется как только вы нажмете на эмоциональные кнопки. Так что если вы уже вызвали эмоции, вы проделали половину пути.

Вторая польза от историй — вы делаете контент более запоминающимся, понятным и узнаваемым. Поэтому Эзоп всегда обучал людей через истории. И поэтому Библия написана как сборник историй и притч.

*СОВЕТ: Вовлеките все пять чувств читателя, чтобы затянуть его в ваш контент. Пускай они почувствуют себя так, словно они рядом с главным героем во время этой самой истории.*

*К примеру, если вы рассказываете историю о худеющем человеке в тренажерном зале, опишите запах раздевалки и металлический стук тренажеров.*

Далее...

### ***Совет 2: Пробудите любопытство.***

Хороший способ зацепить читателей — пробудить их любопытство по отношению к тому, что будет дальше.

Например: «Через пару секунд вы откроете удивительный секрет того, как голливудские звезды избавляются от жира. Но сначала, вы узнаете, совершаете ли вы главную диетическую ошибку...»

### ***Совет 3: Используйте слова-триггеры.***

Слова-триггеры почти всегда привлекают внимание читателя. Если вы щедро разместите их по всему контенту, вам будет легче удержать внимание.

Вот примеры слов-триггеров:

- Вы
- Как
- Удивительный
- Поразительный
- Научный
- Гарантированный
- Доказанный
- Секреты
- Раскрыто
- Обнаружить
- Новый
- Быстро
- Легко
- Быстро
- Мощно
- Эффективно
- Неизвестный

**ВАЖНО:** Слово «вы» — один из самых мощных триггеров в вашем наборе. Щедро используйте его по всему контенту. Это поможет показать, что контент направлен на читателей и их проблемы (а не на вас или кого-либо еще).

### ***Совет 4: Думайте в формате «образовления».***

Образовление заключается в том, чтобы быть развлекательным, и в то же время добавлять образовательный элемент. Вспомните вашего любимого учителя в

школе, который рассказывал хорошие шутки и истории. Именно такого человека вам надо изобразить. Легкий разговорный тон и щепотка юмора обычно очень помогают.

### ***Совет 5: Добавьте аналогии и метафоры.***

Наконец, сделайте ваш контент более вовлекающим, используя аналогии и метафоры. Это может зацепить читателя и сделать контент более запоминающимся.

Допустим, вы обучаете худеющего человека высокоинтенсивным интервальным тренировкам. Суть упражнения в том, чтобы выкладываться на все 100% на протяжении короткого периода времени. Поэтому если человек бежит, он должен бежать как можно быстрее на протяжении 20 секунд (в качестве примера).

Конечно, вы можете написать просто «бегите как можно быстрее», но это не особо вовлекает и не так уж врезается в память. Вместо этого вы можете сказать: «Бегите так, будто вас преследует серийный убийца с ножом».

Это создает образ в голове вашего клиента. А ваши инструкции становятся более запоминающимися. Наверняка во время следующей тренировки они будут представлять именно убийцу, который бежит прямо за ними!

Далее...

**Проверить:** Наконец, перечитайте ваш документ, чтобы найти опечатки, ошибки в фактах и другие проблемы.

Для этого есть три способа...

**Метод 1: Сделайте это самостоятельно.** Для лучшего эффекта, отложите вашу рукопись на пару дней. Так вы сможете взглянуть на нее свежими глазами.

**Метод 2: Попросите кого-нибудь еще.** Другой человек может быть коллегой, родственником или другом. Ему не обязательно быть профессиональным редактором, но будет лучше, если он разбирается в грамматике.

Зачем просить другого человека? Потому что они с большей вероятностью найдут ошибки.

Видите ли, мы становимся слишком близки к собственной работе, чтобы находить в ней ошибки. Мы читаем текст так, как ДУМАЕМ, будто его написали, вместо того, как он действительно написан. Поэтому найти ошибки в собственной работе очень сложно.

**Метод 3: Наймите профессионала.** Если вы желаете пропустить все проверки, просто наймите профессионала. Найти его можно на биржах фриланса, вроде eTХТ.

*СОВЕТ: Если вы решили нанять профессионала, сначала как следует изучите его профиль. Заказывать услуги лучше у людей с хорошей репутацией, подтвержденным качеством и справедливыми ценами.*

Как только ваш документ будет готов, переходите к следующему шагу...

## **Час 21: Упакуйте ваш документ, Часть 1 (Содержимое)**

Ваш доклад готов, но теперь вам нужно добавить несколько страниц, чтобы упаковать его для полной готовности продукта. Вот пример того, как вы можете организовать эти страницы:

- Титульная страница. Она включает заголовок, подзаголовок и имя автора.
- Юридическая страница. Она может включать информацию об авторских правах, пиратстве и других юридических вопросах.
- Авторская страница. Здесь может быть биография автора, где вы расскажете о себе. Биография должна иметь отношение к вашему опыту по этой теме.
- Страница специального предложения. Здесь вы можете сделать специальное предложение релевантного продукта.
- Контент продукта. Сюда вы вставите ваш готовый документ.



- Страница ресурсов. В конце продукта вы можете добавить список полезных ресурсов. Он может включать ваши собственные продукты, другие продукты (с партнерскими ссылками, если это возможно), платными и бесплатными ресурсами.

В следующий час вы продолжите упаковку вашего документа. Взгляните сами...

## **Час 22: Упакуйте ваш документ, Часть 2 (Внешний вид)**

Раз уж вы собрали вместе ваш продукт, самое время сфокусироваться на внешнем виде. Он может включать:

- Шапку и подвал (хэдер и футер). Это может быть информация о названии продукта, имени автора и номер страниц.
- Поля. Обычно параметры полей: верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм.
- Шрифты. Ваш документ не должен выглядеть как хаотичный склад десятков шрифтов, но вы можете использовать два или три разных шрифта для заголовков, подзаголовков и основного текста.
- Заголовки. Вставляйте заголовки, чтобы разделять секции текста и привлекать внимание читателя к тексту. Заголовки должны указывать на выгоду и, когда это возможно, пробуждать любопытство. Также стоит выделять заголовки жирным шрифтом.

Вот несколько примеров заголовков, которые указывают на выгоду на примере инструкции для похудения:

Пример 1: «Любопытные травы, которые сжигают жир!»

Пример 2: «Главная диетическая ошибка, при которой люди только толстеют... Вы тоже ее совершаете?»

Пример 3: «Неизвестный трюк, который прекратит любой застой...»

- Отступы и выравнивание. Эти элементы стиля помогут отделить важные части текста.

Допустим, у вас продукт для похудения. Вы можете выделить набор приемов пищи в самом верху страницы. Это не только выделяет важный материал, но и делает нахождение этой информации проще при повторном изучении продукта.

- Стили. Вы можете использовать шаблоны документов, чтобы придать ему отполированный вид.

*СОВЕТ: Изучите ваш Word на предмет встроенных тем. Или найдите дополнительные шаблоны в Google. Например, по запросы «Шаблоны Microsoft Word».*

- Цвета и фон. Опять же, не стоит переусердствовать с этими элементами, но вы если нужно выделить определенную часть текста — делайте это с помощью другого цвета или изменения фона.

Пример: вы можете выделить предупреждения красным цветом. Это не только выделит важное предупреждение, но еще и вызовет у людей устоявшуюся ассоциацию с красным знаком «стоп». Так ваши читатели скорее всего заметят и прочитают все предупреждение.

- Графика, скриншоты и фотография. Используйте графические элементы, чтобы разделить текст и проиллюстрировать концепты. Это также добавит ценность вашему продукту.

К примеру, если ваш диетический доклад рассказывает об определенных упражнениях, вы можете добавить ему ценность, включив иллюстрацию того, как именно люди могут выполнять это упражнение.

Как только ваш документ будет готов, вы сможете использовать ваш продукт. Но давайте закончим с помощью презентационного видео...

**Час 23: Создайте презентацию, выделяющую главные пункты**

Вы можете использовать PowerPoint или альтернативные программы для создания своих презентаций. Вот вам несколько советов для этого:

- Найдите главные пункты и добавьте их в презентацию. Не нужно сильно заполнять их текстом. Вместо этого, поместите пару важнейших элементов на каждый слайд и расскажите о них по очереди.
- Вставьте графику. Используйте иллюстрации, скриншоты, фотографии, инфографику, диаграммы и другие графические элементы, чтобы разделить текст и сделать презентацию визуально интересной.
- Убедитесь, что она приятно выглядит. Добавьте визуальный интерес на каждый слайд (например, фото). И продолжайте менять слайды, чтобы удерживать интерес. Вы можете добавить также и дополнительные эффекты, чтобы поддерживать визуальный интерес.

Как только ваши слайды будут готовы, вы сможете перейти к финальному шагу и последнему часу...

## **Час 24: запишите 60-минутное видео с захватом экрана, используя рукопись**

Для этого шага вам потребуется пара инструментов:

- Качественный микрофон, чтобы записать речь. Скорее всего, у вас уже есть хороший микрофон, который записывает качественный звук. Но если нет, найдите любой подходящий в электронном магазине.
- Программа для записи экрана и монтажа видео. Хороший вариант — Camtasia, которую вы можете найти на [www.techsmith.com](http://www.techsmith.com).

Затем вам нужно прочитать вашу рукопись, переключая слайды вашей презентации. Вот несколько правил хорошей презентации:

- Порепетируйте. Лучше, чтобы ваша речь сопровождалась плавными переключениями слайдов.

- Не зачитывайте все монотонным голосом. Добавьте энтузиазм своему голосу. Изучите чужие обучающие видео, чтобы понять как это сделать.
- Смонтируйте видео. Не нужно пытаться сделать все идеально за один долгий присест. Вы можете начинать и заканчивать вашу презентацию в любой момент, и уже потом собрать все компоненты воедино. Главное убедитесь, что держите микрофон на том же расстоянии и говорите в той же манере, чтобы они не имели кардинальное отличие.

А теперь подведем итог...

## **Заключение**

Бум! Вам хватило всего 24 часов работы, чтобы у вас появилась часовая презентация продукта И его рукопись. Вы можете продавать их вместе или по отдельности. Или можете продавать только один из этих продуктов (например, только рукопись) и предложить видеопродукт в качестве апселла. Все зависит от ваших потребностей.

И раз уж вы знаете, что именно делать, вам осталось только начать. Вернитесь к часу номер один и начните проходить через все шаги самостоятельно. И уже через пару дней у вас будет собственный качественный продукт, готовый к продаже!

## **Рекомендованные ресурсы**

- **Рабочие курсы.** Узнайте 7 быстрых и бесплатных способов продавать больше онлайн курсов. Ценные советы проведут вас через настоящие шаги к получению результатов.  
<https://propiar.goodly.pro/store>
- **Подтверждения и заказы.** Откройте 12 способов сделать так, чтобы больше людей подписывались на вашу рассылку и покупали все, что вы продаете. Советы, шорткаты, ответы на часто задаваемые вопросы, шаги и шаблоны — все в этих шпаргалках.  
<https://propiar.goodly.pro/store>
- **Сила фриланса.** Насколько может разрастись ваш бизнес, если у вас будет группа профессиональных графических дизайнеров, писателей, маркетологов и программистов мирового класса? Соберите виртуальную команду, чтобы расширить свой бизнес!  
<https://propiar.goodly.pro/store>
- **Ежемесячный пассив.** Превратите 12 систем «настроил и забыл», генерирующих пассивный доход в настоящий бизнес, приносящий ежемесячный доход. Создайте эти инструменты единожды, и они будут работать на вас всю оставшуюся жизнь.  
<https://propiar.goodly.pro/store>

**[НАЖМИТЕ СЮДА,](#)  
ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ РЕСУРСОВ!**