

Специальный отчет

# **5 отличий самых прибыльных товарных НИШ**

**Ответ на вопрос,  
почему одни ниши прибыльные,  
а другие нет?**

Артур Грант (с) 2016

<http://niche2.artur-grant.ru>

Приветствую!

Задавались ли вы вопросом почему одни товары круто продаются, с хорошей прибылью, а другие - нет?

Почему одни проекты идут легко и успешно, а иные - тяжело и со «скрипом»?

**Главная ошибка при подборе ниши** заключается она в том, чтобы пытаться «тянуть за уши» неудачную нишу (товар).

Да, я уже много раз это говорил.

Но мы снова и снова наблюдаем, как люди бросают интернет-торговлю просто из-за того, что вовремя не слезли с «дохлой лошади» и не нашли что-то выгодное.

Но другие - находят работающую комбинацию и взлетают.

Что отличает этих людей от всех остальных?

Везение? Удача? Сила воли?

Скорее всего - правильный трезвый подход.

Каким бы ни был предприниматель сильным, он не сможет развернуться с изначально плохой позицией. Это как в профессиональной игре шахматистов. Если накосячил уже в начале игры - то скорее всего проиграешь.

В этом специальном отчете я постараюсь передать вам правильный подход в выборе ниш, и старте интернет-бизнеса.

Это позволит избежать многих ошибок, которые в свое время совершали мы. И сразу начать «игру» с сильной позиции.

Поэтому, прочтите внимательно этот специальный отчет. Ок?

Итак, начнем...

# Принцип дисбаланса

Вообще, чтобы что-то в мире начало двигаться, нужен какой-то дисбаланс.

Ветер возникает от дисбаланса между атмосферным давлением. Воздух приходит в движение тогда, когда в одном месте образуется высокое давление, а в другом - низкое. И чем сильнее этот дисбаланс, тем сильнее дует ветер.

Великое переселение народов в истории тоже было следствием дисбаланса. В одних местах было небезопасно, из-за нашествия кочевников, поэтому люди массово мигрировали туда, где безопаснее.

Так же происходит и с каким-то продуктом.

Его покупают тогда, когда возникает дисбаланс между его ценностью и ценой. Когда покупатель чувствует, что получит намного больше пользы, чем то количество денег, которое придется отдать за этот продукт.

Олег Тиньков как-то сказал, что хороший бизнес - тот, в котором покупатель думает, что «поимел» продавца, а не наоборот.

Все что хорошо продается - это результат дисбаланса между ценой и ценностью.

Но как создать эту ценность?

Как нащупать этот дисбаланс на рынке, чтобы запускать крутые проекты с множеством продаж?

Ведь, сделав это, у вас не будет проблем с продажами. Вы сможете без сопротивления зарабатывать большую прибыль, давая рынку то, что он требует.

Я хочу поделиться нашими наблюдениями.

С мая этого года мы снова стали продавать товары и услуги для наших партнеров, и пополнять свой опыт на реальной практике.

И за это время накопился определенный новый взгляд на то, что происходит в товарном бизнесе сейчас.

Итак, поехали...

Как же нащупать дисбаланс?

## 5 точек дисбаланса в интернет-продажах

Дисбалансом мы будем считать какую-то дополнительную ценность, из-за которой люди будут покупать именно у вас.

- **Удобство заказа**

Нравится ли вам стоять в очереди в продуктовом магазине? Нет... Потому что это некомфортно.

При прочих равных, покупатель уйдет в более комфортное место.

Точно так же людям не нравится покупать товары на неудобных, непонятных, и страшных сайтах.

Как создать дисбаланс?

Сделайте покупку у вас более удобной.

Человеку может быть удобнее заказать у вас, если на сайте все будет расписано четко и понятно. Если вы очень хорошо представите и опишете продукт. Если сайт будет вызывать доверие.

Покупатель уже пришел на ваш сайт, ему не хочется идти и искать где-нибудь еще, потому что он уже нашел то что ему нужно.

Сделайте ваш сайт удобнее, понятнее и красивее чем у конкурентов. И людям станет проще у вас что-то заказать. Вы можете продавать тот же продукт по той же цене, но определенный % людей все равно купит у вас.

**Считаете это банально и общеизвестно? Я не открыл вам Америку?**

**Не спешите с выводами.**

**Потому что мы с помощью этой «банальной» и простой вещи увеличили продажи в 3 раза!**

Один из наших партнеров продает дорогой товар. (Сам сайт и товар по понятным причинам я здесь не показываю, так как не имею права, это коммерческая тайна нашего партнера.) Мы решили «прокачать» этот одностраничный сайт - и круто проработали его дизайн, тексты и структуру.

За дизайн мы выложили в районе 20 000 рублей у проверенного специалиста, плюс я сам написал продающий текст и переделал структуру одностраничника.

**В результате, конверсия сайта выросла в 3 с лишним раза (+281 %)!**

(Период В) Старый обычный одностраничник имел конверсию - 0,14 %.

(Период А) Новый улучшенный - 0,54 %.

А: 23.07.16 — 31.08.16    В: 01.06.16 — 22.07.16		+281.72	+0.40	0.54	0.14
Дата ▲	Конверсия (%)				
	Разница, %	Разница	Период А	Период В	
А: 23.07.16 — 31.08.16    В: 01.06.16 — 22.07.16		+281.72	+0.40	0.54	0.14

Разницу в прибыли эта «мелочь» принесла колоссальную, как вы понимаете.

Правильный продающий текст и дизайн - это витрина вашего виртуального магазина. А витрина это крайне важно. Поэтому, первый способ создать дисбаланс - упаковать все красивее, удобнее и более привлекательно, чем у конкурентов.

Это просто, но очень эффективно.

**Тем не менее**, этот способ работает только тогда, когда сам товар уже неплохо продается. С неправильной нишей упаковка может не помочь.

Поэтому, дальше рассмотрим другие способы найти/создать дисбаланс.

## • Экономия (дешевле)

Один из ключевых факторов при продаже - цена, что бы там ни говорили. (При определенных условиях цена - не важна. Но это бывает редко.)

Проверь это очень легко.

Попробуйте выставить какой-то популярный товар по цене, существенно ниже средне рыночной. Скорее всего, заказы попрут рекой.

Многие наши ученики, продававшие Айфоны дешево - ощутили это на себе.

Но выгодно ли это продавцу? Это уже другой вопрос.

Тем не менее, с точки зрения покупателя дисбаланс по цене очень важен. Люди в большинстве случаев ищут товар где подешевле, и с этим трудно что-то сделать.

### **Как можно, и как нельзя использовать пониженную цену?**

*Есть такой анекдот про бизнес. Встречаются два знакомых, один у другого спрашивает:*

- Как твоя новая бизнес-идея?
- Да вообще супер! Вот стою в переходе, продаю купюры по 100 евро по 50 евро!
- И как, выгодно?
- Ну, маржинальность не очень, но оборот просто бешеный!

Думаю, мораль этого анекдота ясна. Нельзя продавать в ущерб прибыли.

Если вы делаете дешевле, то это должно быть вам все равно выгоднее. Такой вот парадокс.

В конечном итоге, все равно отталкивайтесь от прибыльности (маржинальности). И если опускаете цену, то вы должны рассчитывать на большую прибыль, за счет меньших вложений в рекламу, или большего количества дополнительных продаж.

Опытные игроки рынка намеренно создают экстра-дешевые предложения, чтобы зарабатывать на дополнительных продажах.

**Так мы делали с продажей детских игрушек, когда еще первый год продавали товары через в интернет.**

Мы брали популярную ходовую игрушку, и ставили ее по супер-дешевой цене на одностраничном сайте. Конверсия в заказ была очень высокой - 8 % в реальный заказ (!). Из 100 зашедших на сайт 8 без раздумий заказывали и по телефону подтверждали желание получить товар.

Причем, некоторые люди потом перезванивали нашему консультанту, и заказывали еще для друзей по несколько штук (был декабрь, близился новый год. :))

**На чем же мы зарабатывали?**

Примерно 20-25 % из заказавших соглашались «в нагрузку» получить другую популярную игрушку, или сразу несколько. А на второй игрушке наценка была уже нормальная.

В итоге мы неплохо зарабатывали на допродажах (upsale и cros sale), практически ничего не получая на первом заказе.

Так же поступают многие супермаркеты - делая спецпредложения по ультра-низкой цене. Толпы людей бегут покупать, к примеру, дешевый сахар, и попутно берут много других товаров.

Поэтому, если вы можете сделать дешевле - это ценно для покупателя. Цена может создать мощный дисбаланс в нише, где люди хорошо знают товар и цены на него.

Есть еще много других способов «прожать» рынок по цене. Главное - креативно мыслить и пробовать.

Следующая точка дисбаланса это...

## • Дефицит

Что такое дефицит?

Вспомните чувство, когда вы сильно хотели пить в жаркий день (или тяжелым утром после веселой ночи?). Представьте, что в этот момент вы не можете нигде

<http://niche2.artur-grant.ru>

найти воду. Насколько ценным был бы для вас какой-то киоск с холодной минералкой...

Ежедневно люди что-то ищут - в интернете, в офлайне. И если человек что-то хочет, и не может найти - возникает дефицит.

Огромная ценность для человека это восполнить этот дефицит.

*Дефицит* - это мощнейший дисбаланс. Основа любой торговли. Если вы продаете то, что человек не может нигде найти, но очень хочет - это мега ценно.

Самый простой пример дефицита - это когда вы продаете какую-то новинку, и первым завозите ее из Китая.

К примеру, один из наших учеников - Денис Карабанов, одним из первых начал продавать часы АМСТ по РФ.

Люди начали очень активно покупать эту модель, и со временем спрос на нее сильно вырос. Некоторое время, пока было мало конкурентов, Денис восполнял этот дефицит и делал по 1,5 - 2 млн рублей в месяц только на этих часах.

Что еще можно продавать дефицитного?

Вы обязательно найдете, если будете правильно искать...

Самое главное - это четко уяснить себе, что дефицитные продукты на рынке есть всегда. Неважно сколько людей с вами конкурирует, вы всегда можете отыскать то, что нужно людям - и что еще мало кто предлагает.

Это работало, работает и будет работать.

Важно уметь находить этот дисбаланс.

## • **Дополнительная ценность**

Есть один еврейский анекдот про бизнес:

- Изя, каким бизнесом ты занимаешься?
- Да вот, покупаю сырое яйцо за 1 рубль, варю его, и затем продаю за 1 рубль.
- Так а в чем бизнес заключается?

<http://niche2.artur-grant.ru>



- Как в чем?! И навар остается, и я при деле...

Если вы продаете то же что и конкуренты, и при этом никакого дополнительного «навара» для клиента не предлагаете - вам будет намного сложнее что-то продать.

Гораздо проще создать какую-то *дополнительную ценность*.

На практике это может быть бонус, более высокое качество обслуживания. Бесплатная доставка... Что-угодно.

При прочих равных, клиент выберет *вас*.

(Кстати, я специально сделал скидку отдельным пунктом, потому что цена - это отдельная тема.)

Мне очень понравилось, как мой знакомый со своим товарищем создали в Москве нестандартный крутой бизнес, используя дополнительную ценность.

Правда, этот бизнес из сферы услуг, а не товаров, но суть одна и та же.

Рассказываю их пример.

В Москве (как и в любом большом городе) есть много магазинов, продающих межкомнатные двери. Когда люди покупают эти двери, им нужно их установить. Поэтому магазины сразу после продажи рекомендуют своих монтажников. Знакомый Сергея сам был монтажником, поэтому он хорошо знал всю внутреннюю «кухню».

Так вот, в этой нише существует очень большая проблема. Эти монтажники ставят двери некачественно, часто косячат, и потом пропадают. В результате, репутация магазина тоже страдает. И все эти «партнерские отношения» вести довольно неудобно.

Что они сделали?

Они создали качественный сервис по монтажу дверей, и заключили партнерства с несколькими крупными московскими магазинами.

Теперь эти магазины после продажи дверей, передавали покупателя сервису монтажа.

Они сделали удобную онлайн-систему отслеживания заказов, систему контроля качества монтажников, и поэтому магазины теперь могли без всяких опасений и неудобств отправлять своих клиентов «в хорошие руки».

Сейчас этот бизнес стабильно генерирует около 500 000 рублей в месяц. Заказов больше, чем работники в состоянии обработать. И они активно расширяются.

На рекламу этого бизнеса было потрачено 0 рублей. Они просто позвонили нескольким владельцам магазинов, и те с радостью приняли предложение.

В чем причина их успеха? В том, что они создали дополнительную ценность - наняли надежных и качественных монтажников, сделали удобную систему взаимодействия между ними и магазином. Они сделали ту дополнительную ценность, которая сразу же перебила все предложения конкурентов - частных. Дисбаланс, который помог настроить большой поток клиентов без какого либо сопротивления.

Кстати, зовут его Сергей Лемонджава. Подробнее о нем и его бизнесе я смогу рассказать на вебинаре или [интенсиве по подбору ниши](#), если вам будет это интересно.

**Формула дополнительной ценности: дать то, что дают конкуренты, но ПЛЮС еще какие-то дополнительные «плюшки» в виде бонусов, сервиса, бесплатной доставки, особых гарантий или еще чего-либо. Так вы сможете выигрывать даже на дико конкурентных рынках, если придумаете, как дать клиенту больше.**

## • Улучшенное решение

Что бы покупатель не искал, всегда в мире существует какое-то альтернативное и чем-то более выгодное решение.

Наш пример.

Я уже рассказывал, что мы не только обучаем продажам через интернет, но и сами продаем разные продукты - в основном через партнеров.

<http://niche2.artur-grant.ru>

Так мы с мая этого года помогаем Геннадию Булгакову из Калининграда продавать довольно недешевый товар охотничьей тематики.

В целом, продажи сначала шли нормально, но потом просели. Мы начали тестировать много разных решений, изучать рынок и т.д.

В конце концов, нашли одну эффективную комбинацию.

На рынке, есть очень похожие товары по функционалу, но по классу намного выше и дороже. И эти дорогие товары ищет очень много людей.

Что мы сделали?

Мы сфокусировали нашу рекламу на этих людей, и предлагали им более дешевый аналог. Причем, как выяснилось, многие не знали, что те же функции может выполнять намного более дешевый товар.

(Да, там качество похуже, но людям было это не так принципиально.)

Это ценность для покупателя? Безусловно!

Оказалось, что люди с удовольствием выбирали наш товар, вместо более дорогого и качественного. Они хотели именно этого.

Это решение принесло нам много дополнительных продаж.

В сентябре мы с ним продали уже на 500 000 рублей, и Геннадий (видимо на радостях) улетел отдыхать на океан. :)

**Поэтому, еще один хороший способ создать дисбаланс - предложить человеку решение *ЛУЧШЕ*, чем он ищет. Это необязательно должно быть что-то дешевле, вы можете использовать любые преимущества - качество, функциональность, дизайн, и т.д. Главное - дать какое-то улучшенное *другое* решение.**

# В чем главный секрет крутой денежной ниши?

На самом деле это лишь небольшой % базовых принципов, который позволяет создавать предложения лучше, чем у конкурентов, и преуспевать в продажах товаров и услуг через интернет.

(Что такое ниша? Это не просто товар или услуга. Это комбинация продукт + упаковка + целевая аудитория.)

Как вы понимаете, вопрос выбора крутой ниши - определяющий.

Именно это больше все определяет, сколько вы зарабатываете в продажах товаров или услуг через интернет.

Причем неважно, продаете ли вы свои продукты или партнерские...

Вся прибыль в основном зависит от того, насколько «горячую» нишу вы выбрали.

**И если до этого вы много раз пытались что-то продавать через интернет, но так и не получили достаточного уровня продаж - теперь вы понимаете ответ почему.**

Хотите всерьез заняться этим вопросом и подобрать крутую прибыльную нишу?

Тогда вы можете взять весь наш опыт в этом вопросе, и применить на практике.

**Все проверенные техники подбора ниши мы дадим на трехдневном онлайн-интенсиве: [«Прибыльная ниша 2.0»](http://niche2.artur-grant.ru)**

**Старт - 4-го ноября!**

Что будет в программе:

- **(Главное открытие!) Продвинутая стратегия быстрого старта с минимальными вложениями в товарном бизнесе**

Мы расскажем принципиально *новую* модель товарного бизнеса, благодаря которой вы сможете с минимальными вложениями в рекламу (5000-10 000 рублей) открывать высокомаржинальные ниши. Одна только эта стратегия сможет окупить вам в десятки раз цену интенсива. Именно она принесла нам не одну сотню тысяч рублей за последние месяцы... Теперь, когда мы «обкатали» ее на практике, мы готовы поделиться ею с вами!

**Что это даст вам?** Если до этого вы сливали деньги в товарный бизнес на рекламу, на закупку товара и на прочие рискованные вещи, то теперь вы сможете построить высокоприбыльную модель торговли, имея в кармане на все про все даже 5000-10 000 рублей.

- **8 продвинутых способов подбора прибыльной и высокомаржинальной ниши сегодня** (99 % ваших конкурентов используют максимум 1-2 способа)

Здесь вы узнаете практически все ВОСЕМЬ известных нам способов нахождения выгодных ниш, которые мы использовали за последние 4 года в интернет-торговле. Благодаря этим способам наши ученики запускали ниши и делали продажи от нескольких сотен тысяч, до нескольких миллионов рублей в месяц.

**Что это даст вам?** Вместо того, чтобы играть в рулетку и сливать деньги в тестирование товаров наугад, вы сможете находить ниши с высокой вероятностью успеха. Вы сможете найти высокоприбыльные ниши, которые будут приносить вам доход длительное время.

- **Реальные примеры ниш, которые принесли нам и нашим ученикам от сотен тысяч до миллионов рублей в месяц.**

Мы покажем на примерах те конкретные ниши, на которых мы и наши ученики заработали прибыль. Также мы разберем основные причины успеха этих ниш, и почему они сработали.

Важно! Мы дадим их не для того, чтобы вы их копировали, а лишь как пример успешных моделей заработка, чтобы смогли ПО АНАЛОГИИ найти себе выгодные идеи для запуска.

**Что это даст вам?** Вы сможете увидеть и «пощупать» все тонкости и «подводные камни» успешных ниш. Вместо того, чтобы вслепую

экспериментировать и терять деньги, вы сможете увидеть *изнутри*, как на товарах делаются сотни тысяч и даже миллионы рублей ежемесячно.

- **Как стартовать товарный бизнес по партнерке - не закупая товара?**

Вы узнаете лучшие модели старта, с минимальными вложениями или вообще без них. Сможете выбрать из более чем 5 разных моделей партнерских отношений, в зависимости от уровня рисков и необходимых вложений.

### **Подойдет ли это новичкам? Или этот интенсив только для продвинутых?**

Данный интенсив подойдет как для новичков, которые хотят определиться с нишей, так и для опытных, уже действующих интернет-предпринимателей, которые хотят приобрести годы чужого опыта за несколько дней.

### **3 причины почему надо обязательно быть именно на этом интенсиве!**

- Мы в сжатом виде за 3 дня передадим полностью наш опыт и открытия по поводу поиска прибыльных ниш и работы с партнерами - за 4 года. Это все равно, что вы бы подглядывали «из-за нашего плеча» как мы ведем бизнес, все это время.
- Повторять этот интенсив мы не планируем. Кто нас читает давно, тот знает - интенсивы по выбору ниши проходят у нас не чаще 2-3 раз в год.
- Ценность этой информации выше цены интенсива раз в 100. Если вы занимаетесь товарным бизнесом или хотите его начать, этот интенсив даст вам огромное преимущество перед конкурентами.

Записывайтесь без раздумий прямо сейчас!

[Я иду на Подбор Ниши 2.0!](#)

## **Бонусы для купивших билет до 3-го ноября включительно**

1#

**Запись прошлого потока - трехдневный убойный интенсив**

<http://niche2.artur-grant.ru>

## "Подбор товарной ниши на миллион 1.0"

- **Какие ниши в торговле товарами самые прибыльные?**
- **ГДЕ НАЙТИ** выгодные неконкурентные товары?
- **6 признаков** высокомаржинального товара
- Секрет поиска трендовых товаров, которые продаются «волнами», и в больших количествах
- *Технология* нахождения старых, но по-прежнему выгодных товаров - с низкой конкуренцией
- **ЧТО** делать, если конкуренты продают дешевле? Секрет который увеличил нам конверсию продаж на сайте в 2 раза - не снижая цену товара
- Какого размера и веса нужно подбирать товары, чтобы получать максимальную прибыль?
- Самый лучший способ отделиться от конкурентов, продавать намного дороже, и продлить «срок жизни» товара минимум на 6 месяцев
- И многое другое.

2#

**Практический онлайн-тренинг в записи - с нуля до первых денег  
«Быстрый старт интернет-торговли за 12 дней»**

[Записаться на Подбор Ниши 2.0 сейчас](#)

### **P.S. от Артура Гранта:**

Все мои прорывы в бизнесе, когда я вдруг выходил на новый уровень дохода, случались после изучения какой-то новой информации, после посещения каких-то тренингов или конференций. Если вы «застряли», и долго не можете сдвинуться с места - приходите на этот онлайн-интенсив. Будет «движуха». Мы поделимся открыто нашими наработками и опытом, и вы получите тот необходимый толчок, без которого возможно долгое время стояли на месте! Я вам это гарантирую. Неудачники долго сомневаются, и бездействуют. Успешные люди принимают решение быстро. Ждем успешных людей в нашей тусовке!

[Старт 4 ноября.](#) Записывайтесь прямо сейчас.

До встречи на интенсиве!

Артур Грант

<http://niche2.artur-grant.ru>