

Лидогенерация как бизнес с Алексеем Паньшиным

108 выпуск подкаста Кошкин PRO бизнес

Евгений Кошкин (0:00-0:43):

Привет после небольшого перерывчика, затянувшегося, такого я возвращаюсь к своим подкастам и сегодня не будем говорить, что это 2 сезон, пусть это будет такое плавное продолжение моей длинной истории.

Сегодня в гостях у меня Алексей Паншин, специалист по интернет маркетингу, специалист по лидогенерации с огромным послужным списком конференции выступлений так ну я боюсь сейчас кратко не смогу все перечислить.

Евгений Кошкин (0:44-1:00):

Кратко кратенько скажи, чем ты крут, как ты себя начинаешь о себе рассказывать на конференции, чтобы сразу притянуть внимание всех моих слушателей, чтобы они меня простили за то, что я их бросил?

Алексей Паньшин (0:54-2:23):

Ну, я думаю, что твои слушатели, они тебя простят во первых, во вторых, твои подкасты они очень интересные, я сам с удовольствием слушал их и рад быть у тебя в гостях.

Спасибо за приглашение, как люблю о себе говорить, я вот знаешь, есть агентский бизнес, есть вот эти замученные бизнесом управленческими задачами бывшие сеошники, которые пытаются стать предпринимателями и руководителями агентств и прийти через.

Этот бизнес каким-то доходом более менее серьёзным, и если ты посмотришь на любую конференцию, они все с мешками под глазами под глазами, все уставшие и замученные этим достаточно сложным Ростом и переходом.

Так вот, я обычно представляю, что её руководитель 2 агентств и поэтому я, наверное, чуть более замученный, чем они, то есть я руководитель 2 агентств, я проделал путь, начиналось все с эпохи манимейкеров бомже движения с 2008 года я проделал путь из вебмастера.

В руководителя агентств и слава Богу, что некоторые этапы минули меня и через сегодня ну лично мне достаточно легко и просто диверсифицировать свой бизнес ну, например, я там прошёл мимо эпохи инфосайтов, я думаю, что у тебя очень большая аудитория как раз.

Steel застряли на.

Евгений Кошкин (2:22-2:32):

Застряли на этом да застряли там кто ну, многие застряли, а я вот ну так получилось, что я перескочил как раз эту историю я прыгнул из.

Алексей Паньшин (2:32-2:53):

Мастера, торгующего ссылками где-то в 8, в 9, в 10, в 11 году, сначала это были там сапа ссылки и сайты под аренду ссылок, а потом я занимался скупкой сайтов, которыми торговал.

Ссылки, из которых я продавал в гогетлинксе и прочих вот биржах вечных ссылок.

Евгений Кошкин (2:53-3:50):

Угу, как как так получилось, что в какой момент ты вдруг перескочил именно в агентский бизнес это ну то есть были клиенты уже, наверное, или нет?

Ну да, на самом деле я путаюсь в вопросах, смотри, вот ты как в тот я прекрасно помню то время, когда люди как раз писали про свои доходы, вот я заработал 100200 300, там очень узкий такой тесный круг ребят.

Зарабатывали на себя посылках, потом появились как раз открытого лис и все остальные, то есть мы продавали ссылки и мерились активами там не знаю трафиком, сайтами, но как так получилось, что ты решил просто при че так заморачиваться, я найду клиента, который будет платить мне.

Не за ссылки, а за как ну за продвижение за сео за вот эту магию какую-то вот он платит каждый месяц, там 30000 50000, у него что-то подрастает, как вот эта трансформация произошла у теб.

Алексей Паньшин (3:06-7:15):

Ну да, на самом деле я путаю, сказал вопросы смотри, вот ты как в тот я прекрасно помню то время, когда люди как раз писали про свои доходы вот я заработал 100200 300, там очень узкий такой.

Тесный круг ребят зарабатывали на с ослах, потом появились как раз открытый лис и все остальные, то есть мы продавали ссылки и мерились активами там не знаю, трафиком, сайтами ну как так получилось, что ты решил просто блин че так

замораживать я найду клиента, который будет платить мне не за ссылки, а за как ну за продвижение за seo.

За вот эту магию какую-то вот он платит каждый месяц, там 30000 50000, у него что-то подрастает, как вот эта трансформация произошла у тебя.

Ну во первых, я изначально себя позиционировал не как вид мастера то сегодня вся аудитория вот ну вид мастеров это прям отдельная кагорта да, а тогда ну я сразу пошёл в всего специалисты и себя позиционировал, как все его специалисты соответственно.

Да нет, ну не по трафику скорее по позициям, наверное по оптимизации под поисковой системой и опять же это 2008 год. Мало какой бизнес вообще понимал перспективность вложения инвестиций в рекламу в интернете, то есть люди ещё вообще ничего не?

Понимали то есть я помню рекламные первые рекламные компании в директе моих клиентов, которые запускались с бюджетом там в 300 000 Р в месяц, и это ну какие-то на сегодняшний день это просто страшные цифры, да?

Кружка кофе больше всего не стоит, вот и поэтому у меня сразу же была позиция, что я seo специалист в 1 степень, а во 2 только уже как ветмастер, то есть который продвигает свои собственные сайты это 1, то есть я и.

По какому-то потенциальному окружению, своему окружению постоянно говорил о том, что вот я занимаюсь интернетом, рекламой в интернете, и у меня практически с самого начала вебмастеринга у меня появились ну естественно, появился 1 клиент и он.

Кстати, до сих пор в моём агентстве обслуживается.

Хотя тогда я работал как фрилансер, а сегодня это уже.

Агентство, которое занимается комплексным интернет маркетингом ну так вот, я практически с самого начала, то есть занимался клиентским продвижением, и когда я стоял, ну, на каком-то этапе выбора, когда случился.

Случилась волна 1 фильтров агс, потом случился, случилась отмена ссылочного ранжирования в яндексе, и спрос на ссылки начал падать, но у меня как раз стоял выбор куда идти дальше, то есть либо развиваться дальше в агентском направлении, либо уходить в traffic, то есть вы.

В информационные сайты ну, я выбрал агентство, потому что ну, мне тогда показалось, что это гораздо более простая история для зарабатывания денег, а простота её в чем ну, если мы говорим про ремастеринг, то это, я бы сказал.

Инвестиционный подход к своей деятельности, то есть тебе нужно сначала вложить деньги в сам сайт, в его дизайн, в контент, а когда-нибудь потом через например полгода ты начинаешь получать трафик, ты начинаешь этот трафик продавать рекламодателям через.

Серия и так далее, то есть сама по себе монетизация, она не так важна здесь важен именно.

Ну, скажем так, бизнес процесс ты вкладываешь свои деньги, инвестируешь.

В клиентской истории все Ровно наоборот клиенты инвестируют в тебя, и клиент тебе платит по предоплате, ну либо постоплата какая-то с понятными сроками да возврата твоих трудозатрат в денежном эквиваленте.

И ну вот клиентский бизнес показался мне гораздо более понятной моделью, и я ушёл туда, то есть ну зачем работать, зачем вкладывать свои деньги в непонятное будущее, когда можно эти деньги брать с клиента и?

Все риски того, что у тебя там своими сайтами что-то не получится, они лежат на клиенте.

Евгений Кошкин (7:15-7:20):

Алёша, насколько ваше агентство у тебя выросло, сколько проектов человек оборота, какие-то цифры.

Алексей Паньшин (7:17-7:25):

Проектов человек, оборотни, какие-то цифры.

Больше 30 человек это про агентство салют это.

Евгений Кошкин (7:23-7:27):

Агентство это агентство, правильно.

Алексей Паньшин (7:27-7:37):

Это только агентство да ну как я уже в самом начале сказал у меня эти этих агентств 2 ну я думаю, что мы чуть позже дойдём до этого, я расскажу, как ну, вычленилось.

Евгений Кошкин (7:37-7:40):

Офлайновое агентство или онлайн?

Алексей Паньшин (7:40-7:43):

Оффлайн, конечно, то есть есть.

Евгений Кошкин (7:43-7:54):

Офис сотрудники, то есть fine, ты туда удивляешься, слушай, ну, если такая и такая такая модель у меня в гостях были ребята, которые, по моему, тоже строят агентство и распределённая сеть.

Алексей Паньшин (7:44-9:23):

Он не туда удивляешься слушай, ну, если такая и такая такая модель у меня в гостях были ребята, которые, по моему, тоже строят агентство и распределённая сеть сотрудники, я думаю, что это около перспективы развития такого бизнеса около 0.

Ну, то есть из этого нельзя выстроить большой бизнес.

Это как раз вот та самая боль всех руководителей и то, что я говорил там про замученность каждого из них.

Ну на удалёнке нельзя сформировать команду.

Все равно остаётся какое-то вот это сознание в сотруднике фрилансера, который ну как-то как то делает свою работу, а работодатель должен был платить за это деньги ну то есть я не вижу перспектив в таком.

В бизнесе ну при этом справедливости ради, скажу, что у нас все-таки гибридная модель, то есть основной офис на сегодня это Краснодар был момент на моём жизненном этапе, когда было 3 офиса, это была Москва, это был Харьков в Украине, и это было Краснодар.

Как 2 такой удалённый офис, который был открыт, ну и соответственно постепенно я сначала закрыл Москву в пандемию я закрыл украинский офис, и на сегодня Краснодар остался единственным, ну и в 19 году я, когда закрывал Москву, я сам физически переехал в Краснодар.

Как раз для того, чтобы сконцентрироваться на развитии в 1 городе в режиме 1 офиса, но при этом у нас около половины сотрудников это удалённые сотрудники.

Евгений Кошкин (9:23-10:29):

Угу, давай все-таки я немножко, наверное, пролито генерацию давай, потому что тема она, с 1 стороны, мне кажется более интересной, тем более там слушателям такое ощущение, что в ней ну как бы больше знаешь, более просто получить денег, нежели подписать клиента на абонентское обслуживание с 1 стороны да.

Но с другой стороны, я вижу, что многие агентства, которые используют вот этот термин лидогенерации для того, чтобы продать свои услуги на более простом, понятном языке клиенту, то есть 1 делает он говорит а там чек там не знаю как за контекстную рекламу 100000 или там 200 сколько.

Сейчас какие, но бывают в разных сферах, а другое дело так. Ну мы примерно оцениваем, что вы за 500 Р будете получать там заявку на вашу услугу, но там надо закинуть депозит 100000, мы его будем там расходовать, ну и по сути ничего не изменилось, это тоже самое агентство.

Зону клиент может быть проще, то есть подход почему у тебя так получилось, что это вроде?

Вообще другое агентство да, то есть, но по другой по другой схеме работает, в чем отличие погрузи немножечко вот в терминологию вот в основном, чтобы мы на 1 языке с тобой разговаривали.

Алексей Паньшин (10:29-10:50):

Да ну, при этом эти основы ну скорее наверное я сам придумал, я разделяю вот 2 разных термина лидген или дегенерация, то есть давай самого простого лидогенерация это есть процесс получения Лядов правильно, угу.

Это понятно аллергеном, например, я называю бизнес модель агентства, которое работает.

Евгений Кошкин (10:44-10:44):

Угу.

Алексей Паньшин (10:57-12:31):

Например, ты говорил о том, что контекстная реклама 100 000 Р бюджета гораздо проще продавать по 500 Р элит либо показывать эти цифры как ориентир в достижении результата, то есть в получении Лидов.

Я бы говорил о том, что вот это перформанс, то есть речь идёт вообще о разности и о разных бизнес моделях различных агентств есть, как они сами себя упаковали, как они себя продают.

Вот и все, ну и примерно здесь, если мы говорим о ретгене как о бизнес модели агентства, не перформанс, не об упаковке.

Самого агентства, то есть персонас как работает, заплатите нам в агентство 100 000 Р за услуги, дайте нам 1000000 бюджета и соответственно, на этот 1000000 мы

постараемся вам достать как можно больше Лядов за как можно меньшие деньги, то есть это такая.

Более усложнённая упаковка работы самого агентства.

Когда я говорю о ретгене как о бизнес модели агентства, я подразумеваю, что здесь.

Вот тот самый инвестиционный подход к развитию инфосайтов здесь Ровно тоже самое только здесь ты делаешь коммерческие сайты компании либо псевдокомпаний фейковых, скажем так ты делаешь эти сайты массовые выплёвываешь в индекс, получаешь трафик.

А продаёшь клиентам, собственно говоря, звонки, то есть ну покупается номер в ip телефонии устанавливается на сайт в настройках выставляются.

Алексей Паньшин (12:35-12:37):

Расчёты по итогу.

Евгений Кошкин (12:37-13:51):

Ну подожди, давай так 1 модель представим да 1 модель ты делаешь сайт ну если там не знаю клининг в Астрахани да, он приходит, он появляется в индексе, ты его там оптимизируешь, покупаешь ссылочки, появляется трафик, появляются заявки это 1.

Вариант и ты можешь какое-то количество заявок этих продавать, потом ты обзываешь людей, кто занимается клинингом, гриш, ребят там по 500 Р готовы брать или нет вот на тест вам по 10 заявок это 1.

И 2 приходит клининговая компания, говорит слушайте, вот у нас есть сайт, мы бы хотели платить вам за вашу работу, но мы же то просто боимся там ну нам не хочется платить там 100 000 Р, ты говоришь да не вопрос, давайте платить вот мы, ты изучил схему.

Сферу посмотрел стоимость клика говорит давайте так мы покупаем контекстную рекламу, отправляем на ваш линдос, контролируем количество заявок и вы будете рассчитываться вот по тем же самым 500 Р и тот и тот подход это вроде бы прогенерации, но в 1 случае ты рискуешь своими деньгами, ты вкладываешься, а2, а2 просто.

Как раз то, что изначально я тебе сказал это просто вот переупаковка обычного агентского бизнеса у тебя 1 часть или в 1 агентстве у тебя 2 часть, а во 2 агентстве 1 часть.

Алексей Паньшин (13:48-15:08):

1 в 1 агентстве у тебя 2 часть, а во 2 агентстве 1 часть нет у меня ну ты абсолютно правильно все разложил и здесь ключевое отличие, с чем ты работаешь в 1 случае ты работаешь со своими сайтами, со своими рекламными компаниями, то есть где ты возьмёшь трафик это.

Это уже не так важно, то есть traffic ты возьмёшь из органики либо ты его купишь в директе, ну и чуть ранее в гугле да ну то есть без разницы, то есть в 1 случае ты работаешь со своими площадками, рекламными компаниями, во 2 случае ты работаешь с площадками клиента и развиваешь.

Его площадки и его бизнес вот ключевое отличие.

Здесь мы работаем, получается и по той модели, и по другой модели, и, собственно говоря, вот эта вот инвестиционная необходимость, точнее необходимость инвестиций в свои собственные проекты, она порождает как раз абсолютно другую бизнес модель внутри самого агентства, когда нужно там.

1 2 3 10 000 000 Р ввалить в разработку своих собственных сайтов.

Которых ты потом начинаешь лить льды, а в другом случае это просто операционная деятельность получили там 50 000 Р предоплаты, потратили 10000 туда 10000 туда, 20000 зарплаты заплатили сотрудникам за операционную эту же деятельность, 10000 прибыли получают.

Евгений Кошкин (15:08-15:12):

А сколько сейчас сайтов у тебя?

Алексей Паньшин (15:12-15:24):

Для меня боюсь соврать, но последняя цифра, которую я слышал из производства 1700 больше 1700 штук.

То есть это получается под каждый город.

Евгений Кошкин (15:22-15:42):

Получается под каждый город под каждый крупный регион вы делаете, то есть город услуга, отдельный сайт да да, именно так.

Так сколько сколько человек нужно, чтобы управлять 1700 сайтами, вовремя менять там не знаю, телефон хотя бы рекламодателя, на кого сегодня нальём.

Алексей Паньшин (15:37-16:29):

Вовремя менять там не знаю телефон хотя бы рекламодателя на кого сегодня зальём, ты абсолютно прав. Да, то есть при управлении большими такими сетями сайтов есть свои ну не то что проблемы, ну свои сложности и нюансы.

Нужна определённая автоматизация на этих сайтах о том, что нужны какие-то скрипты, чтобы это все быстро можно было поменять, если ты там меняешь партнёра, другие какие-то там необходимости там контакты поменять на самом сайте.

У клиента у партнёра произошла смена офиса и нужно адрес поменять на сайтах, а под ним стоит 100 сайтов, конечно же, это делается не не таким же образом, когда ты работаешь с 1 белым клиентским сайтом.

То есть просто по другому выглядят процессы внутри.

А сколько, а сколько сейчас?

Евгений Кошкин (16:27-16:43):

А сколько человек, сколько человек, сколько человек у тебя этим занимается вот 1 1 человек может все по ну реально 1 человек это видимо 1 1 человек может на 1000 семиста на 1700 сайта поменять там за 1.

День.

Алексей Паньшин (16:34-16:36):

Да да, 1 человек этим вы занимает.

Евгений Кошкин (16:44-16:45):

За 15 минут.

Алексей Паньшин (16:44-16:47):

За 15 минут.

Евгений Кошкин (16:47-16:49):

Это своя разработка какая-то или нет.

Алексей Паньшин (16:49-19:29):

Конечно, это ну свои скрипты автоматизации, то есть ещё раз это ну вот, например, я не так давно искал себе всего специалиста, который уйдёт в работу именно в линген, и я в этот момент старался и стараюсь подбирать ребята специалист.

Которые работали в агентском бизнесе, то есть у них есть какая-то насмотренность специалиста на разные ниши на разные типы сайтов, чтобы он успел по продвигать там и сайты услуг, и интернет магазины, если повезёт, там агрегатор, а если у него есть ещё и свой собственный инфосайт.

Вообще отлично, потому что ну, насмотренность разные подходы они дают.

Ну большой опыт и.

Быстренько, Короче, приходит к результату, и вот каждый раз, когда мы выводим специалиста, то есть за последние легином занимаюсь уже скоро 8 лет ну и соответственно, естественно что-то через мою компанию через мой проект прошло много специалистов во сеошниках.

И это каждый раз приходится ломать сознание что ну, парень, если у тебя там в продвижении 400 500 сайтов, то есть мы какими-то пулами да выдаём сеошникам.

400 500 сайтов то ты не можешь просто пойти в биржу ссылок сапа и пойти и купить по 1 и Тому же самому фильтру если эти сайты в 1 тематике ты просто не можешь пойти и купить ссылок, то есть потому что качественные доноры они просто ну их не хватит, у тебя хватит этих доноров там на 50.

На сайтах а что ты будешь делать с другими там сотней другой и 3 здесь дальше, если тебе нужно написать там по 10:15 страниц на каждый сайт контента, то сколько денег ты должен?

Потратить на контент на эти 300 сайтов перемножаешь да в голове все это, жень.

И получается, что когда ты работаешь с сетями сайтов ну работать нужно как-то по другому, то есть необычным линейным подходом, когда садится сеошник на белый там интернет-магазин, либо сайт услуг и начинает.

Дотачивать контент, уникализировать там, улучшать его технические, там всякие ускорения делать и так далее, то есть он идёт по абсолютно понятным человек листам прорабатывает, а когда ты этих сайтов продвигаешь 300 400 ну очевидно, что его внимания просто не хватит никогда.

На все сайты и работать надо по другому, более масштабно.

Унифицируя все шаблонизирую, автоматизируя и так далее, и так далее, то есть просто по другому рабочий процесс строится, хотя там ну.

Евгений Кошкин (19:29-20:01):

Ну нет здесь наверное главное чтоб математика сходилась, то есть ты изначально закладываешься, чтобы он сделал достаточно хорошо, но не не не, перфекционист, да, то есть не пытался пробиться там в топ 3 выдачи условный, да и пускай он даже там 20 место занял, но если трафик, например, там получил, не знаю 50 уников в день.

Что у тебя там 1500 там в месяц даст тебе там 30 40 Лядов, каждый элит принесёт там по 300 Р десятку, если сайт 1 принёс, принёс затраты на него, например, треха условная, именно вроде бы прибыли.

Алексей Паньшин (19:59-20:48):

Да, именно так, вроде без прибыли и здесь как раз ну, лично мне помогает ну и часть команды у меня с соответствующим опытом вот мы, когда проскочили мастеринг мастеринговые мои времена, то есть я ещё параллельно занимался дорвеями.

Что это такое, то есть это наклепать массу тысячами сотнями тысяч каких-то страниц, куда-то их сдать, как-то их проиндексировать автоматическими методами, соответственно моё дарёное прошлое, оно очень сильно мне сегодня помогает, когда ты работаешь там.

Сотнями тысячами сайтов.

Угу, использую, Короче, мы в своей работе в лёвене используем все все возможные дорвейные подходы и автоматизации, и фишки там скрипты все Ровно тоже самое.

Евгений Кошкин (20:48-20:56):

Тебе какой бизнес больше нравится, агентский тебе вот взор на что больше обращён или вот все-таки перспективнее лет ген.

Алексей Паньшин (20:56-24:10):

Эта ситуация каждый раз меняется, то есть проходит там год 2, 3, я фокусируюсь на 1 из направлений, мне кажется, оно классным абсолютно.

Ну я горюю, например, в моменте да, от какого-то из направлений, а потом проходит какое-то время я перегораю, выгораю, переключая своё внимание на другой проект и уже развиваю его вот у меня сейчас, как я думаю, закончился период активного.

Продвижение агентства, когда я там выстроил какие-то процессы.

Я пересобрал в очередной раз команду, и я думаю, что эта команда может лететь дальше сама и этот бизнес будет сам по себе развиваться, но на самом деле вот за весну 23 года, за конец 22.

Я уже даже по моему, где-то у себя в telegram канале писал о том, что я опять поверил в агентский бизнес о том, что здесь можно зарабатывать деньги, просто нужны другие подходы, а не конвейер пытаться строить, переходить в сторону бутикового агентства.

И мы в эту сторону двигаемся, и мне нравится этот процесс, как меняется команда, как меняется спектр услуг, который мы оказываем, как растёт качество работы, как качественно растут в результатах уже наши клиенты, то есть ну я получаю от этого удовольствие.

Но с точки зрения денег легенд все-таки это история более прибыльная.

На более стабильное по сравнению с клиентским агентством, то есть перспектив там больше, особенно если не заикливаться ну в развитии легена, если не заикливаться на трафике как?

То, что мы продаём нашему клиенту, строить отношения с клиентами, учиться продавать эту всю историю, то есть ну, закрыть какую-то сейчас объясню.

Большинство коллег ну, заикливаются именно на получение трафика, то есть на производственных каких-то этапах, вместо того, чтобы работать с клиентами, учиться, продавать, учиться, строить воронки продаж, развивать клиента, то есть заниматься, по сути аккаунтингом.

И это была вот та самая моя моя ошибка да, если в 12 году я ушёл мимо инфосайтов, не желая инвестировать да в собственные проекты, я быстро рос на агентском направлении, но в итоге я замучился работать с клиентами.

И захотел вот какой-то тихой гавани какого-то спокойствия, и я предполагал, что работа в легене она будет с ронни с работой с инфосайта и то есть ты наклепал там несколько сотен этих сайтов, сидит и продавая с них ляды.

Но оказалось, что это не так работает, как в информационных сайтах, в информационных сайтах не надо делать сверки с клиентами, не надо строить с ними отношения если я тебя 1 кинул, то нужно найти 2, то есть это нужно заниматься продажами.

И вот тогда, примерно году в 17 18, я понял, что regen это просто такое же агентство, ну просто другая бизнес модель.

Евгений Кошкин (24:10-24:18):

И получается отличается тем, что ты сам инвестируешь, вкладываешь деньги, а потом уже готовый результат продаёшь клиенту проще получается.

Алексей Паньшин (24:10-25:02):

И больше получается отличается тем, что ты сам инвестируешь, вкладываешь деньги, а потом уже готовый результат продаёшь клиенту проще получается да ну то есть просто бизнес просто другая бизнес модель, но необходимость вот, например, взаимодействия с клиентами она все равно остаётся и вот.

Большинство сегодняшних мастеров, которые смотрят на вот эту историю, как которую можно было просто назвать там заработок на лингене они смотрят опять же как вид мастер и как делать или инфосайтов, то есть я наклепаю там не инфосайта коммерческие сайты буду продавать.

Но к сожалению это так не работает и ну немасштабируемая тогда получится история, то есть да там можно 100 200 300000 заработать на вот этом подходе, но 1000000 уже не получится, надо строить по другому бизнес процессы, производственные аккаунты.

Так далее, и все это дело уже развивать.

Евгений Кошкин (25:02-25:29):

Скажи у тебя, сколько клиентов, вот чтобы мне понять, знаешь, чтобы дальше выстроить модель дальше выстроить диалог именно по Тому, как в эту сферу зайти и как как выстраивать отношения с клиентами, поиск и вообще, какие сферы нужно освоить у тебя там 2 3 5 ключевых.

Либо, например, у тебя как раз там на 1700 сайтов у тебя 170 партнёров, каждому там по 5 10 сайтов это какие-то зашли, какие-то не зашли, ты отгружаешь им Лиды.

Алексей Паньшин (25:29-28:33):

Ну такая, конечно как в любом бизнесе и ну работает правила парата да 20% клиенты дают 80% выручки в легене, я честно скажу, даже не знаю, какое точное количество клиентов, но там есть 3 основных, которые выкупают порядка там 80%.

Траффика, естественно что?

Вот когда я говорил про необходимость аккаунтинга и взаимодействия с твоим партнёром, который выкупает у тебя ляды, я как раз и подразумевал, что ты достаточно на этом рынке много, во первых идиотов.

Во вторых нищобродов, которые нищобродов клиентов я имею ввиду, которые не являются качественными бизнесменами, которые мечтают о халяве, ну которые размышляют примерно следующим образом у меня нет денег на рекламный бюджет, у меня нет денег на свой собственный сайт.

У меня нет денег на оплатить агентству рекламную компанию, у меня нет денег заплатить директу, я не умею строить воронку продаж, я хочу тупо халявы, что ко

мне придёт Вася, закажет у меня там ремонт, квартиры, стройки и так далее, то есть кто-то за меня сделает всю маркетинговую работу, а я ему заплачу какой-нибудь.

Привет процент, то есть это как раз вот как раз то, о чем я говорю, то есть клиент нищеброд, у которого нет у самого ничего, он просто тупо хочет халяву.

И на 99% покупателей Лядов потенциальных покупателей лядов они вот такие, то есть они сами не умеют работать, они не умеют вытачивать конверсию своего колл центра, не умеют работать с твоими льдами.

А ты уже за инвестировал свои деньги в развитие этой сетки сайтов, например, то есть для меня, например, как лидогенераторы как руководителя вот этого другого агентства политена это неприемлемо.

И в итоге ты приходишь к Тому, что ты как через решето просеиваешь массу контактов, ты пробуешь разных клиентов, выбираешь из них максимально потенциальных, которые качественно обрабатывают твой трафик.

Платит тебе максимальное количество денег за этот трафик и ты с ними вместе мы что берёшься и растёшь, поэтому такое небольшое количество клиентов и ну и здесь и здесь получается что ну вот когда ты работаешь, есть какой-то стратегия да развития там.

Мы в течение там года 2, 3 там.

Покроем всю Россию в такой-то нише в такой-то тематике с таким-то партнёром, и у партнёров есть свои стратегические планы развития вот, например у меня по 3 топовым клиентам на бумажке записано, в какие города, в какие регионы они выходят.

Как они развивают свой бизнес, куда у них двигается их экспансия развития, где они открывают офисы, собирают команду в течение этого года, и мы под них подстраиваемся, мы заранее клепаем.

Алексей Паньшин (28:36-28:41):

Их там, ну и пытаюсь состыковать плюс минус даты.

Евгений Кошкин (28:41-28:57):

Я хотел спросить, с чего начинается такой бизнес с поиска клиента либо наоборот, сначала с поиска ниши создания сайта и потом, когда у тебя уже появляется трафик, ты уже начинаешь искать, кому бы продать это эти ляды.

Алексей Паньшин (28:57-29:59):

У всех начинается по разному кто-то, зная нишу, например, зашёл в 1 нишу и начал с ней развиваться я могу рассказать, как это было у меня, то есть это конец 2015 начала 2016 года ко мне пришёл.

Будущий партнёр, который говорит Лёша, мне нужен трафик, я тебе разложу всю нишу, я тебе дам семантику, я тебе расскажу, какие там коммерческие факторы ранжирования, какие http надо поставить какие триггеры какие.

Срезы аудитории в этой нише есть.

Ты наклепаешь сайты и соответственно, ну то есть у себя, а я начал от партнёра да, то есть пришёл партнёр, который более того, с этим партнёром мы ещё и договорились на том, что да, у нас бизнес модель расчёта поле да, но деньги за эти ляды я получаю вперёд, то есть по сути мой партнёр за инвестировал.

В моё развитие, в развитие моей сетки сайтов какие-то деньги, ну, с которых я, собственно говоря, и страну.

Евгений Кошкин (29:59-30:35):

Угу, так хорошо у каждого по своему у тебя такой путь, но если бы сейчас мне захотелось бы прыгнуть в эту сферу, с чего лучше поискать потенциально, кому продавать, либо все же выбрать сферу и?

Клепать там сколько, например ну как знаешь, как как как сажаешь на грядки это посадил здесь, посадила здесь, посадила здесь и потом смотришь через полгода, что что выросло, то есть например, клининг не вырос, а ремонт квартир вроде что-то теплится и потом давай на авито обзванивать кто?

Обзывание, кто ремонтирует квартиры и ребят, не хотите ли вы клиентов от нас получать?

Алексей Паньшин (30:35-31:58):

Ну как-то так все начинают, то есть здесь каждый сам решает проблему курицы и яйца, да, то есть для того, чтобы у тебя сложился качественный здесь проект и ты заработал денег, тебе нужен партнёр, который умеет обрабатывать ряды переменная 1 тебе нужен.

Сайт, который приносит трафик, эти сайты могут быть там разных типов это может быть сайт услуг, это может быть лэндинг, это может быть агрегатор и так далее, то есть ты должен здесь опять же определиться, с чем ты заходишь, что ты умеешь делать какого типа сайта ты умеешь делать, как их?

Насколько ты ich качественно и быстро можешь продвигать, то есть здесь масса переменных и 3 переменная, которая в уравнении в этом может встать это,

собственно говоря, ниша, а эта ниша готова ли покупать лиды, она вот работает по таким.

Вообще коммерческий успех в ней может быть или не может быть в ней есть, есть ли достаточная конкуренция для того, чтобы у бизнеса был голод в льдах, чтобы они были готовы покупать вот 3 переменные и их нужно просто каждую из них перебирать.

И все перебрал, нашёл какую-то рабочую связку, уравнение заработало, и ты дальше начинаешь масштабировать.

Во все стороны я понятно, я не буду, какие сферы самые такие.

Евгений Кошкин (31:55-32:35):

Понятно, я не буду, какие сферы самые такие.

Какие, какие сферы, вот наиболее подходящие под то-то, чтобы к ним, ну в них к ним приступить к работе, то есть ты можешь в принципе ведь сначала обзвонить клиентов, просто позвонить в бизнес и узнать, готовы ли они, например, там не знаю, ставят они пластиковые окна.

Позвонил 10 компании и там, может быть, навстречу навязался, поговорил что-то есть такая тема, хочешь, интересно или нет, то есть, например, там тебе условно там бани сказали нет, нам клиенты не нужны, у нас все нормально.

Ремонт квартир скажи да круто, тогда ты пошёл ковырять уже изучать.

Ну, я бы сказал, что бани.

Алексей Паньшин (32:35-32:37):

Готовы покупать Лиды.

Евгений Кошкин (32:37-32:42):

Я сейчас просто накидываю, я думаю, все, я понял.

Алексей Паньшин (32:40-33:05):

Понял, я понял, если прям утрировать очень сильно, утрировать почти все ниши, которые оказывают какие-то услуги на выезде у конечного клиента на выезде, именно они все готовы покупать Лиды это вот ну, например, ты сам приводил пример клининг.

То есть что происходит, давай карту пути клиента рассмотрим у него так. То есть это Путин.

Евгений Кошкин (33:03-33:24):

Ну да, то есть это путь, когда у него горит условно уже, то есть он быстрый элит, он здесь и сейчас принял решение, то есть продажа простая человеку, когда он должен вам понравиться, сайт понравится девочка на телефоне, тогда он готов купить, а если сложная услуга?

Да, но я не знаю, это которая стоит там 100 000 Р, то здесь, наверное, сложнее гораздо, то есть.

Алексей Паньшин (33:23-34:51):

Ну, здесь просто меньше конверсия и более длинный цикл сделки здесь в дорогих и сложных услугах просто, ну чуть чуть по другому выглядит воронка продаж, но и опять же вот давай про воронку продаж порассуждаем, важно найти партнёра, у которого будет в голове понимание и у тебя в принципе будет.

Внимание, что во первых вы работаете и плывёте в 1 лодке и все что вы сделали вы не партнёры, которые там 1 там маркетолог или до генератора, а 2 исполнитель нет, не совсем так. Вы единая команда, которая по 1 воронке продаж работает.

Просто каждый отвечает за свой собственный этап вот тогда вы приходите к успеху, ну и возвращаясь к mission, то есть ну почти все выездные ниши с быстрым принятием решения ты правильно уловил все все выездные ниши с быстрым принятием решения, то есть вот про клининг давай докручу пример.

Случилась потребность пользователь приходит в поисковую систему на задаёт запрос, кликает либо на лендинг, либо на какой-то сайт звонит и выездная бригада едет к нему домой там в офис и так далее очистить мыть.

Очищать, оттирать, выносить мусор и так далее, и вот все, что можно было бы оказывать, собственно говоря, на дому у конечного клиента все подходит.

Плюс - 99% вероятности.

Евгений Кошкин (34:51-35:20):

Так а ты сейчас в работе используешь поисковый трафик, то есть вы, как я говорю, как на грядку сажаете сайты и ждёте, когда прорастёт именно бесплатный условно бесплатный трафик из поисковиков ну на сегодня или наоборот не то делаешь лендос и заливаешь него контекст.

Или ты себя сказал про клиник, вспомни, когда мне нужен был клиник, я вообще на авито зашёл ну а почему бы не зайти на авито и в каждом городе сотнями объявлений с разными акцентами ему подешевле кому подороже?

Алексей Паньшин (35:03-35:39):

Ну на сегодняшний или наоборот напр ты делаешь линдос и заливаешь в неё контекст, или ты себя сказал про клининг вспомни когда мне нужен был клиник, я вообще на авито зашёл ну а почему бы не зайти на авито и в каждом городе сотнями объявлений с разными акцентами да ему помешали кому подороже?

Да, именно так. То есть в зависимости от того, вот этот маркетолог лидогенератор, вид мастер ну как угодно назови, да в зависимости от того, какими навыками обладает, какой трафик имеет получать ну только такой трафик и продавать этому клиенту.

Ещё раз.

Евгений Кошкин (35:39-36:00):

Я вообще спросил как ты делаешь как?

Я делаю теорию то да, как теоретики мы можем рассуждать, что круто создать канал по клинингу, рассказывать на YouTube канале, как мы круто убираем и оставить телефон, потом по больше интерес, практический опыт то есть к чему ты пришёл, какие каналы ты попробовал и где какие связки работают?

Алексей Паньшин (35:42-37:15):

Я делаю теорию, тогда как теоретики мы можем рассуждать, что круто создать канал по клинингу, рассказывать на YouTube канале, как мы круто убираем.

Оставить телефон потом по, больше интерес, практический опыт, то есть к чему ты пришёл, какие каналы ты попробовал и где такие связки работают мой, но мой опыт показывает, что, во первых, ситуация не статичная.

Она не статична, то есть когда-то мы основные деньги, 70% мы зарабатывали из контекста, то есть мы откладывали директ и google, откладывали полностью по всей семантике, по огромному количеству лендингов.

И сайтов мы, или директ, и оцен. Ну, дворец точнее в 2022 году ситуация полностью поменялась, например, что google вообще ушёл из России в директе взлетела конференции конференция я говорю конкуренция.

И собственно говоря, мы прекратили, потому что это перестало быть выгодным, то есть трафик из директа из контекста это ну по сути арбитраж и элитный арбитраж это очень похоже.

Очень похожая сфера деятельности вот в том нашем вебмастерском понимании, как это и есть арбитраж трафика, я имею ввиду там купить трафик, продать Лиды заявки на Лиды этим клиентам ситуация не статичная на сегодняшний день 23 год 98% трафика это село.

Евгений Кошкин (37:15-37:16):

Угу.

Алексей Паньшин (37:16-37:47):

И 2% контекста мы не работаем с авито, потому что не умеем, то есть у меня в команде нет специалиста который бы.

Авито качественно traffic lil, но этот источник мы держим в уме, ну и опять же возвращаясь к твоему примеру про клининг, да с быстрой низшей, с быстрым принятием решения, то есть мы работаем с быстрыми горячими нишами где?

Основным трафиком является поисковой, поэтому мы работаем с ним, а например.

Евгений Кошкин (37:46-38:05):

А например, пробовал со сложными нишами ну тот же самый ремонт, я думаю это ну более долгий путь принятия, то есть нужен прогрев, то есть помимо того, что позвонил и попросил, чтобы пришли и рассчитали ну нужно быть прогрев, я не знаю видосы посмотреть, статейки почитать.

Отзывы в какие-то поискать.

Алексей Паньшин (38:05-38:51):

Мы сейчас заходим в нишу строительство, а мы сейчас заходим, но мы работаем ну немного по другому, то есть не пытаюсь хаотично сделать какой-то сайт, то есть мы ведём исследования маркетинговые исследования под них. Соответственно пишем технические задания, под них разрабатываем какие-то сайты.

Эти сайты начинаем продвигать здесь уже такой mix немного чёрных и белых каких-то моделей продвижения здесь чуть чуть посложнее, потому что, например, ниша стройки она более конкурентная, чем ниша.

Ремонт техники, в котором я сейчас работаю, хотя и ремонт техники тоже это лютая история, там очень много чего чёрного и весёлого происходит в стопах.

Евгений Кошкин (38:51-39:08):

Ну, конкуренция большая, много ли ребят занимается лидогенерацией под тот же самый ремонт бытовых услуг, ремонт бытовых приборов, я так понимаю, там выездные какие-то ну опять же да, это про ремонт крупной техники выездной истории, но у нас очень много.

Алексей Паньшин (39:08-39:29):

Клиентов очень много именно стационарных сервисных центров, которые занимаются вот этим мелким ремонтом либо ремонтом электроники, то есть компьютеры, ноутбуки, телефоны, планшеты вот эта вот вся история фотоаппараты и видеотехника какая-то.

Угу, конкуренция есть, конкуренция сильная, но.

Евгений Кошкин (39:29-39:32):

Тебя не потеснить уже я к Тому, что не так любит хотеть.

Алексей Паньшин (39:31-39:55):

Нет, вы ещё хотите объяснить ещё и ещё как потеснить, потому что атематика очень большая, то есть есть куча брендов, есть куча типов техники, ну то есть электронику, ну слёту можно 10:15 назвать, да и можно всегда сделать там.

Всегда можно сделать отдельный сайт под ремонт фотовспышек, например, в Астрахани и слушай, а че то я не подумал, да?

Евгений Кошкин (39:53-40:28):

Слушай, а че то я не подумал, ты можешь мне потом просто ценник сказать, сколько лет может, мы тебя будем покупать на ремонт фото ноутбуков компьютеров у нас уже есть я только сейчас сижу и думаю, блин, у меня же есть такой бизнес я сижу в разрезе круто было бы кого-то заставить создать, потом это бы как-то романтизируя, думал слушай, а слушай у меня, Лёша, здесь рядом.

Серёж, у тебя там же это 1 человек на 1700 сайтах может в 1 момент поменять контакты вот на тех сайтах, которые про ремонт фотоаппаратов в Астрахани пусть телефон мой укажет.

Алексей Паньшин (40:26-40:58):

Псай, телефон мой укажет, я отвечу вот давай кстати, на этом примере просто порассуждаем, как это может работать да, то есть опять же, что мы наблюдаем, есть какой-то клиентский запрос, который говорит там мне нужны, у меня есть сервисный центр по ремонту техники, мне нужен трафик.

Приходит клиент, я задаю ему 1 же вопрос, который в лоб.

Мне показывает, насколько этот клиент он вообще адекватен, я задаю 1 вопрос какая у тебя конверсия колл центра?

Евгений Кошкин (40:58-41:02):

А ты меня спрашиваешь, да я у тебя спрашиваешь, а я даже не знаю, есть ли у меня коллцентр.

Алексей Паньшин (40:59-41:00):

Да я у тебя нннада.

Евгений Кошкин (41:04-41:11):

Не, не, у нас немножко не так работает ну там, наверное конверсия хороший, наверное наверное ну цифры уже.

Алексей Паньшин (41:05-41:56):

Не, не, у нас немножко не так работает ну там, наверное, конверс хороший, наверное, наверное ты уже не прошёл, скоринг, ты уже не прошёл сколько.

То есть если у тебя нет данных, если у тебя нет колл центра, значит, если у тебя нет данных математических, что там 20:30, 40, 50 или 80% у тебя конверсия из звонка.

Принесённую технику либо, ну, в заказ уже да в работу, который ушёл, если ты не обладаешь этими данными, соответственно, с тобой работать нельзя.

Я понимаю, что у тебя есть большая лично у тебя есть большая структура, в которой ты занимаешься стратегическим управлением и не операционный у тебя, может быть, просто сейчас не быть этих данных, но соответственно, я здесь просто пытался моделировать да ну и?

Евгений Кошкин (41:56-42:19):

Ну у нас немножко другая бизнес модель, просто все те потенциальные клиенты, которые могли бы запросить ремонт фотоаппаратов, они знают про наш магазин и поэтому там стопроцентная конверсия я вот так скажу просто кроме нас наверное никто не отремонтирует. Да ну это очень узкий рынок.

И там, у этих клиентов ну, во первых, фотоаппараты надёжные мы продаём только надёжные, рекламная такая.

Алексей Паньшин (41:59-41:59):

Да.

Евгений Кошкин (42:20-42:37):

Они на самом деле там считают, но у него 1% 1 может быть 2% он ломается, потом у него длинный срок, гарантии мы новый только продаём, получается есть сервисный центр, который ремонтирует ну человек, если сломался 1 год 2 если он год проработал, то он будет работать вечно.

Ну вот, мы сейчас с тобой посидим.

Алексей Паньшин (42:21-42:37):

Ну у него 1% 1, может быть 2% он ломается, потом у него длинный срок гарантий, мы новый только продаём, получается есть сервисный центр, который ремонтирует ну человек, если сломался 1 год 2, если он год проработал, то он будет работать вечно ну вот мы сейчас с тобой.

Алексей Паньшин (42:39-42:43):

А если он, он его, да это ну такое бывает, да?

Основная проблема.

Евгений Кошкин (42:40-42:55):

Да ну такое бывает. Да ну это основная проблема, конечно нет, есть есть, конечно, сервисный центр загружен, работа есть, но я к Тому, что все все все, что они чаще не звонят, они просто приходят.

Ну вот, маленький город, так этот маленький.

Алексей Паньшин (42:54-43:04):

Да, это проблема маленьких городов, да, то есть основная.

Да ну не основная, а все наши сайты то в городах миллионниках.

Евгений Кошкин (43:04-43:05):

Угу.

Алексей Паньшин (43:05-44:47):

То есть мы не идём, то есть и по сути вот ещё раз. Давай вернёмся к аллергену, к бизнес модели и так далее основная задача это лидогенератор, развивать свой собственный бизнес, свой собственный проект и не вестись на желание клиентов то есть.

Приходит 1 клиент дайте мне там фотоаппараты в Астрахани, 3 приходит дайте мне доставку дров в Новосибирске, 4 приходит, говорит я туры там, в Санкт-Петербурге по России продаю 5, говорит я там не знаю, фундаменты заливаю в Нижнем Новгороде.

И основная задача как раз не вестись на свою собственную жадность и пытаться охватить все и необъятное а ну, продумать, разработать какую-то стратегию, стратегию выхода на рынок.

Присутствие, что кто наш целевой партнёр, который будет выкупать Лиды и уже дальше просто этой стратегии жёстко следовать, именно поэтому мы работаем там, в 1 нише, с 2, так сказать, ответвлениями выездная.

Тема с ремонтом крупной бытовой техники на дому и стационарный ремонт в сервисном центре мелкой электроники 2 подниши такие большие и, соответственно, просто планомерно идём по отсортировали все города России по.

Численности жителей идём планомерно сверху вниз, заходя в каждый город по 2 направлениям, подбирая либо там, на месте партнёра, либо развивая вот своих 3

лидеров, с которыми мы двигаемся и отбраковываем, ну почти все входящие вот ляды на ляды.

Просто потому, что ну, у нас у нас есть свой собственный план, по которому мы идём.

Евгений Кошкин (44:47-45:08):

А так эффективнее делать, когда вот город там Воронеж и там не знаю, ремонт стиральной машины так эффективнее, чем делать просто крутой большой там project портал там не знаю, с YouTube, с telegram со всеми делами про ремонт стиральных машин во всех городах и отдельно вот как.

Как найти видео у тебя отдельно вкладочка в каком городе у нас представительство есть.

Алексей Паньшин (45:08-45:37):

Ну, здесь сразу вот технически масса технических вопросов окей, я зашёл на вот такой большой сайт оставил какую-то заявку, а дальше че происходит, то есть куда и какому партнёру мы её должны перевести, то есть как, как и каким образом мы настроим переадресацию подмену номеров на телефон?

Теле телефонов и какому партнёру оно уйдёт, если у тебя там на 300 городов, например.

Например, раската на 300 поддоменов либо папок, ну в зависимости от того, кто как сеошники, там контакт.

Евгений Кошкин (45:36-45:52):

В этом контакты, контакты ведь в каждом.

Ну я имею ввиду как сайты крупные, то есть.

У тебя на 1 домене просто по ip определяется из какого-то города и уже контактные данные наших своих своих там представительство тебе.

Алексей Паньшин (45:51-46:55):

Ну тогда тебе нужно 300 партнёров 300 партнёров, которых нужно обучить принимать звонки в большинстве случаев в маленьких городах тебе нужно реально обучать своих партнёров, принимать звонки, не мычать в трубку, не посылать человека нахер.

Если бы он позвонил тебе в 8 утра, это реальная проблема научить людей работать, поэтому мы не пошли как раз по пути больших вот этих сайтов мы точно под, как я уже говорил, планы развития своих партнёров точно выкатываем.

Какие-то сетки в города, но у нас есть миксовые.

Такие сайты, когда мы делаем там, я не знаю ремонт стиральных машин ру и, например, под 1 партнёра по мере того, как он развивает какие-то города, мы просто ну, грубо говоря, докидываем контактные данные, делаем геопривязки, какие-то дополнительные получаем.

В нужном регионе, то есть мы работаем в принципе и так и так. Ну это уже просто технические особенности того, как ты сделал, какой сайт и все.

Мы стараемся не хотелось бы сейчас.

Евгений Кошкин (46:53-48:20):

Мне хотелось бы сейчас немножко немножко поговорить тут все-таки с позицией ну, для тех, кто хотел бы заняться таким бизнесом.

Например, так гипотеза стоит ли пробовать вот всем?

У меня появилась идея сделать, например, ну не доставка пиццы вот мне вот кажется что.

Вдруг сработает я делал доставку пиццы в Астрахани сайт и пробую пока прежде чем раскачивать, закупая контекстную рекламу, чтобы хоть немножечко посмотреть конверсию такой подход жизнеспособен стоит или нет, или есть просто методы, по которым ты можешь сразу понять, что слушай, ну доставка пиццы люди все знают, там есть Дудо, есть там есть pizza есть ещё.

Какие, какие там папа джонс или что там, что осталось, ещё и ты туда не суйся там ну, в доставку такси ты точно не полезешь, хотя точно ты говоришь с 2008 года всего я тоже в 2008 году.

Был очень близок к селу, руководил там маркетингом в 1 компании сеошной это единственный мой, кстати, кейс работы по найму небольшой, так вот, я помню, что мы делали там какой-то проект, сайт проект такой, да вот как раз такси и тогда в поиске какие-то заказ такси и?

Возможность сдать его либо в аренду какой-то компании ну то есть тогда это работало сейчас я уверен, что ты не сделаешь сайт по не знаю, я может ошибаюсь, но это моя лично такое убеждённое, что ты не сделаешь сайт даже в регионе, если там есть Яндекс такси, если там есть там рутакси, какие ещё там остались?

Вот ну пока.

Алексей Паньшин (48:20-49:44):

Есть частотность вордстате, пока есть поисковый спрос на какую-то услугу.

Можно, можно и нужно делать да понятное дело, что 90 там 5% заказ всех заказов такси они идут через приложение яндекса, убера и Максим или какие там они ещё существуют, но всегда есть какие-то нишевые истории.

Типа трансферов в любой нише всегда есть нюансы, и в любой нише есть массовый какой-то чек ну, например, там просто доехать из дома на работу да, но всегда есть какие-то уникальные истории типа трансфера встретить с табличкой.

Портит дополнительные какие-то услуги и всегда можно найти вот эту вот дырочку, в которую можно залезть и заработать другое дело, что я все-таки ну стараюсь выбирать ниши, в которые масштабируемые, которые понятны абсолютно, которые востребованы.

В любом городе, в любую погоду, в любое время дня и суток, то есть это такие широкие ниши, скажем так угу и ну вот доставку пиццы, например, то, что твой пример ты приводил, я бы не стал браться слишком высокая конкуренция слишком.

Слишком завязанность на бренд, на конкретный бренд.

Оказатели услуг да контрагента и бесперспективно, на мой взгляд.

Евгений Кошкин (49:44-50:02):

Я понял ну я понял твою мысль условно доставку пиццы то не взялся бы, а например, доставка каких-нибудь осетинских Пирогов, когда это там не знаю, 5 поставщиков в городе 5 ну, возможно, и они не присутствуют в интернете, возможно, есть или, например, там вишнёвых, Пирогов или сушёных грибов.

Или или малины клубники.

Алексей Паньшин (50:00-50:04):

Или малины, клубники, или дров, или гock ров.

Евгений Кошкин (50:04-50:35):

Ну да, да да, то есть я имею ввиду, она история будет нишевая, не массовая, но так, как ты делаешь 1700 сайтов условно, если 1 сайт должен тебе приносить хотя бы там пятёрку, чтобы тебе уже цифры нравились.

Я понял и точно, там на такси хороший пример, то есть действительно ведь очень полно ну не знаю, есть трансфер, есть, отвести, встретить, подождать либо даже

просто не знаю, ну те же самые свадебные машины заказ там лимузин на свадьбу, тоже вполне работающая, мне кажется тема.

Евгений Кошкин (50:36-51:14):

Лёш, я хотел немножечко с тобой про цифры поговорить как как ты подходишь к созданию сайта, вот сколько денег ты например ты в него должен вложить какие у тебя ожидания, ну допустим, в 1 сайт и сразу там 100 200 000 Р или в сетку сайтов, например, из 10, потому что чтобы разделить там.

Расходный дизайн на там контент сразу при 300 либо наоборот покупаешь там домены, либо дробь там на 1 000 Р закидываешь Десятых статей, ждёшь полгода и смотришь если вдруг жизнь пошла, тогда дальше докручиваешь как процесс вот строительства.

Все-таки сайтов выглядят у тебя, ну и с финансами.

Алексей Паньшин (51:14-54:31):

Давай сначала про.

Теоретическую такую часть порассуждаем про начинающего лидогенератора, а как я начинал и как можно начинать, а потом расскажу, как мы делаем сейчас то есть ну, например, я начинал историю, всю лидогенерации нную.

С обычного сайта на wordpress бесплатный шаблон самый самый простейший, простенький, минималистичный я выбрал я выбрал узенькую нишу ну вот как мы с тобой только что в разрезе рассуждали там.

В такси есть трансферы, в доставке еды, есть раки и осетинские пироги, то есть менее конкурентные какие-то подниши направления тоже самое я в ремонте техники выбрал 1 очень узкое направление я увидел, как всего специалист.

Тор маленькая конкуренция и посчитал, что вот такой вот простенький сайт он имеет право на жизнь и он выстрелит, и он действительно выстрелил через там полтора 2 месяца он начал уже собирать трафик, и я его уже.

Продавать, то есть стартовать можно is 1 000 Р из бесплатного шаблона и стресса из чего угодно, можно даже с объявление на авито стартовать лидогенерации, пытаться там как-то достать сначала условно бесплатными методами минимизировать свои вложения.

И как правильно ты же не сказал понять конверсию, понять там, что люди спрашивают послушать эти звонки, доработать под них утп, чем ещё раз докрутить конверсию и тогда уже масштабно заходить в какую-то нейшую и делать и множество сайтов.

Как сегодня мы делаем, мы работаем шаблонно, и основная задача это минимизировать затраты, исходя из себестоимости производства сайтов, из себестоимости в расчёте на 1 конкретный сайт.

То есть мы сделали 1 шаблон, даже если мы заплатили за него 50000 дизайнеру 50000 верстальщику и ещё, например, 50000 программисту, который все это натянул и размножил на например, на 100 доменах, то есть у нас себестоимость получается 1 500 Р на 1 сайт.

И дальше мы их, а вот таким масштабным шаблонным методом выкатываем выкатываем соответственно, в индекс и дальше ну что выросло то выросло, дальше уже включается сознание, дар вещи как, что выросло, то выросло и?

Тут мы ориентируемся уже на наш опыт.

Мы ориентируемся уже на наше понимание ниши, в которой мы работаем, и это ещё 1 причина, почему мы не хватаем за все подряд и вообще в принципе ну, профессиональные лидогенераторы они не хватают за все подряд, то есть заходят в 1 нишу и массово в ней работают, как только там либо выработали её.

Либо ну захватили все, что можно, либо дальше там пошёл просто прирост уже по полтора 2 3 5% в год. И просто тупо владельцу неинтересно и он берётся следующая ниша берётся следующее следующее следующее и.

Масштабирование оно строится, но именно на экспертность на понимании того, как это niche работает сначала тесты потом масштабировали.

Алексей Паньшин (54:31-54:33):

Ответил на вопрос.

Евгений Кошкин (54:33-54:38):

Да, я примерно понял, можно по чуть чуть заходить, можно сразу, Короче.

Алексей Паньшин (54:38-54:54):

Нет, нет, ещё раз советую заходить по чуть чуть ну я понял денежки да да, что понятно, что понять и отработать процессы, а ещё давай вернёмся помнишь, я рассуждал про переменные, про переменные, что тебе нужно, Миша?

Евгений Кошкин (54:41-54:53):

Ну я понял, че то денежки да да, чтобы понять, понять.

Отработать процессы а ещё давай вернёмся помнишь, я рассуждал про переменные, про переменные что тебе?

Алексей Паньшин (55:06-55:22):

Местными, то есть ты не понимаешь, ты постоянно пытаешься, постоянно пытаешься документом, неизвестно, да тебе нужно, тебе нужно, ну, в каждой из каждой переменной сделать хоть какую-то константу, то есть понять, разобраться в чем-то и дальше ты просто начинаешь математику считать.

Евгений Кошкин (55:08-55:43):

Ты постоянно пытаешься постоянно документы неизвест, да тебе нужно, тебе нужно, ну, в каждой из каждой переменной сделать хоть какую-то константу, то есть понять, разобраться в чем-то и дальше ты просто начинаешь математику считать наш, а другой такой вопрос вот.

Когда у тебя ляды пошли, почём их продавать?

Ну, мне кажется, не совсем интимность ты сначала по 100 Р, потом, через 2 недели звонишь, говоришь слушай, ну у тебя хорошо все, давай тогда не 100, а давай 200, давай 300.

До тех пор, пока так не скажет слушай, нет, мне уже невыгодно.

Это же надо самой.

Алексей Паньшин (55:42-57:22):

На самом деле это именно так и работает, именно так и работает, что да, ты заходишь с каких-то.

Минимальных цен потом по мере того как ты развиваешь работу с твоим партнёром, ну по практике он сам к тебе приходит и говорит там Лёша, я готов платить больше ну дай мне больше вот таких Лядов, то есть ещё раз по практике они сами приходят и говорят дай нам вот вот это конкретное больше ну то есть ну на примере стройки, да.

Есть какое-то там загородное строительство вот, например, нам нужно не нужны Лиды там на доставку дров, нам не нужны Лиды на доставку грунта, нам не нужны Лиды на организацию заездов, но нам нужны ляды на заливку фундамента, мы на них там классно зарабатываем.

Вот от тебя они приходят по такой-то стоимости, я тебе готов платить там больше, если ты мне этих рядов дашь больше, обычно это происходит именно так.

Даже сам клиент хочет и вообще в принципе, на мой взгляд, рассуждения поэтичности, а они не в пользу бедных.

То есть у тебя есть расходы, у тебя есть бизнес, на который ты должен зарабатывать и?

Да с какой-то периодичностью ну есть инфляция, есть изменившаяся конкуренция в директе, например, как это было в прошлом году, когда просто ставки все в небеса взлетели за счёт того, что весь рекламный трафик Шёл в директ, а не в google.

Ситуация меняется каждые полгода год на на рынке кто-то новый заходит, кого то вперед ногами с рынка выносит или какие-то сайты убиваются, то есть это нормально берём, смотрит тебе.

Евгений Кошкин (57:21-58:28):

Смотри тебе же тогда на конверсии не очень выгодно работать, если за тебя клиент решает сколько платить ну то есть у тебя есть сайт, есть трафик какой-то определённый да ну ты со своей стороны, ты можешь немножечко там подкручивать.

То есть делать собирать трафик, который менее целевой, но вроде бы ему тоже нужен ремонт квартир, но пока он только задумывается, либо у тебя какая-то киллфича такая на сайте, что мы приедем померим, дадим вам дизайн, проект все это бесплатно ну конечно, они все будут хотеть.

Ну закидывать заявку, но только твой заказчик, он скажет братан, хорош я не, я, конечно, с радостью бы сделал дизайн проект бесплатно, только если бы он купил бы у меня, но они меня не покупают, то есть я к Тому, что ты на конверсию можешь влиять.

Но тогда должна быть и стоимость, то есть если у тебя много трафика, который конвертируется не знаю, там 5% да, тогда человек готов 50 Р платить, а если ты убираешь лишнее, оставляешь прям супер все уже с деньгами, вот у него у него горит, он уже хочет, не знаю там.

Осетинский пирог прям сейчас тогда он тебе готов отдавать, притом 200 Р.

Алексей Паньшин (58:28-59:42):

Сложная тема, но на неё очень простой вопрос.

Ответ точнее 1 мы как лидогенераторы, мы зарабатываем только тогда, когда зарабатывают наши партнёры клиенты.

Это вот ну просто угу.

Факт соответственно да, мы подстраиваемся под их требованием, да у нас есть и согласованы и разработаны совместно с партнёрами конкретной договорённости о том, что вот эти ляды хорошие, они нам оплачивают вот эти ляды плохие, они не оплачиваются, соответственно есть правила квалификации этих льдов, и мы выставляем, например, на оплату только те Лиды, которые согласованы.

По этим правилам с этим партнёром, если он нам их согласовал, то подразумевается, что он будет на этом зарабатывать это 01.02, каждый из партнёров, он даёт ещё дополнительно свои пожелания, что я бы хотел побольше вот.

Такого вот типа Льдов, но побольше в каких-то городах на таких-то условиях мы принимаем во внимание в своей работе их пожеланий и стараемся под них подстраиваться, естественно, чем более, чем больше заработает наш партнёр.

Тем у нас больше Рычагов неэтично поднять ему позже стоимость.

Евгений Кошкин (59:42-60:09):

А ты как-то контролируешь со своей стороны, ну или вникаешь вот в его воронку, в его цепочку, как отвечают, как быстро реагируют ну, чтобы опять же ему, твоему заказчику, посоветовать смотри, мы тебе даём хорошие Лиды.

Но вы реагируете не через 3 минуты, а через 3 часа и поэтому люди сливаются или они просто конечно да прям целиком полностью там всеми щупальцами все, конечно.

Алексей Паньшин (60:03-63:38):

Конечно, конечно да прям целиком полностью там всеми щупальцами все конечно, конечно мы там целиком и полностью щупальцами смотрим, и это как раз ещё раз нас возвращает к необходимости аккаунтит этих партнёров.

И как раз возвращает нас ещё раз к мысли о том, что заработок на ретгене это не равно заработку на инфосайтах, понимаешь?

Да, то есть ты, ты вынужден даже туда, в воронку продаж клиентов, в зону ответственности.

Встраиваться я приведу простой пример у меня самый крупный мой партнёр покупает ляды по ну больше, чем по десятку городов, но колл центр, который принимает звонки и Лиды, он сидит физически здесь у нас, в Краснодаре.

Самый восточный город у моего партнёра это Новосибирск + 4 часа по времени, так вот, колл центр клиента очень долго начинал работать с.

А если я правильно помню, с 6 утра краснодарского времени плюс разница во времени, то есть с 10 часов новосибирского времени и вот это была просто реальная

история, когда я звонил клиенту и говорил вась, блин, ну надо че то с этим делать, нужно хотя бы 1 оператора на восточные регионы.

Выводить, ну хотя бы на час раньше, чтобы они начинали работать, потому что ну смешно да офис работает с 9, заказы принимаются с 9 часов утра местного времени, а колл центр только с 10 я говорю мы здесь вот теряем, вот у нас выгрузка.

Из статистики вот у нас там 5 10 звонков с 8 там с 9 утра до 10 просто стоят в статусе пропущенный да ваш колл центр, потом постфактум обрабатывает, прозванивает эти пропущенные, но мы теряем именно на скорости обработки.

Мне говорят да, Лёша, спасибо, вот у меня 2 дня назад вышел новый руководитель call центра, она мне сказала Ровно тоже самое, то есть, это вот реальный диалог с моим партнёром и клиентом, то есть да, мы за этим наблюдаем, мы следим, как они работаем.

Для, например, владельца этого сервисного центра мы ещё и дополнительная линия контроля, мы же тайный покупатель почему потому что мы абсолютно все звонки, которые мы продали и поставили нашим клиентам, мы их физически прослушиваем, то есть мы понимаем.

Что там за звонок, насколько быстро взяли трубку?

Более того, мы ведём достаточно глубокие статистики по каждому партнёру, по каждому гео, по каждому типу техники процент брака, процент приёма Лядов если мы видим какие-то перекосы в статистиках, мы начинаем туда глубже.

Вкапываться и показывать нашим партнёрам обозначает, что вот здесь у вас проблемы, то есть да, это тесная связка, тесная коммуникация и.

Тесная работа это классно, хочу 1 ещё сделать небольшой анонс в следующий вторник, 27 июня в 11 часов я собрал классный пул спикеров, которые рассказывают.

О том, как зарабатывать на лидогенерации, где брать трафик, нужно ли и где, в каких нишах нужно строить свой собственный колл центр и обрабатывать этот трафик самостоятельно, продавая его конечным исполнителям, то есть я собрал бесплатную онлайн конференцию мы с Женей обязательно ссылочку оставим.

В комментарии либо просто гуглите рентген 2023 конференция и вы все найдёте.

Евгений Кошкин (63:37-63:44):

Ссылочку поставим, расскажем.

Распишем расхвалим, тем более если бесплатно почему нет?

Да.

Евгений Кошкин (63:46-64:13):

Угу, а как ты думаешь сколько времени нужно для такого нормального специалиста ну не супер крутого сеошника ну считаем, что вот этот человек уже понимает что такое хостинг, что такое смска я не знаю ну скажем так вебмастер, да.

И сколько времени ушло бы на то, чтобы в ретгене выйти доход там в 300000 личного, да на то, чтобы уйти на доход там 1000000 личного, ну в реальные цифры.

Алексей Паньшин (64:13-64:35):

Ну, время цифры, время цифры.

По другому жизненный путь да, соответственно, я бы говорил о том, что год полтора на поиск модели, поиск ниши, поиск партнёра и зарабатывание при первых там 100 150000, ещё полгода на масштабирование до 300.

Ну и 3 4 года до 1000000.

Евгений Кошкин (64:35-64:43):

А вы все расходимся, пацаны, ничего не интересно, да вот здесь, как обычно, нет такого, что за 2 недели мы будем зарабатывать 300.

Алексей Паньшин (64:40-64:41):

Здесь как обычно.

Евгений Кошкин (64:44-64:59):

Лентв да ну Короче, как в нормальном бизнесе, обычно 2 года на то, чтобы выйти и зарабатывать хоть что-то то есть ты вкладываешь, начинаешь новое направление, 2 года идёт на то, чтобы себя как-то кормить, потом, грубо говоря, год на то, чтобы до 300 уже нормально, а потом уже.

Алексей Паньшин (64:45-64:47):

Но цыганстве да.

Евгений Кошкин (65:00-65:06):

Найти, как это все викисы превратить ещё год 2, 3, 4.

Алексей Паньшин (65:06-65:07):

Да ну, долгий путь.

Алексей Паньшин (65:09-65:18):

Быстрый путь он только юношам молодым кажется, что он есть на самом деле, конечно же, его нет.

Евгений Кошкин (65:18-66:00):

Лёш, тут время пролетело незаметно можно сказать и я благодарен тебе, что ты согласился помочь мне перезапустить свой подкаст, я, правда, очень сильно стараюсь, старался, но я чувствую, что скилл за это время чуть чуть.

Так просел я обещаю своим зрителям, слушателям, что я буду его прокачивать и верну, вернусь и стану лучше вот я большое спасибо, что ты побывал в гостях и, может быть, напоследок ты захочешь.

Ребят отговорить от этой темы или, наоборот, скажет слушай, леген, это вот для тех агентства или для тех специалистов это будущее, поэтому в конце дам тебе слово поделиться своими такими, как выжимкой, мыслями в своей сфере.

Алексей Паньшин (65:58-67:31):

Выжимка мыслями в своей сфере.

Жень, во первых, тебе большое спасибо, что позвал, потому что твой проект, этот подкаст, это та история, которую лично я старался не пропускать ни 1 выпуска, потому что это интересно, ты даёшь классных людей, как мне кажется и я тоже.

Считаю себя классным и интересным как минимум тебе большое спасибо за то, что ты делаешь, потому что ты знакомишь рынок с интересными проектами, людьми и так далее ребята, которые думают, надо ли заниматься лидгену ну во первых, я ещё раз приглашаю.

Конференцию послушайте, зададите спикером вопросы и примите сами для себя решение.

А в качестве какого-то напутствия послесловия ну аллерген это тоже это это бизнес, это бизнес агентство, принимайте самостоятельное решение, будете ли выйти в

масштабную историю, будете ли вы пилить там, например, какие-то мелкие, либо не очень мелкие.

Проекты под 1 рекламодателя партнёра это возможность заработать деньги, иногда быстрые, иногда медленные, но это бизнес опыт взаимодействия с реальным.

Бизнесом, а не с рекламным кабинетом там вырос я в директе и так далее мне это лично мне это нравится взаимодействовать с бизнесом, вместе расти, выстраивать партнёрские отношения.

Хорошо, удачи вам.

Евгений Кошкин (67:31-67:39):

Все спасибо большущее, удачи тебе, вот.

Я жду вас в следующих выпусках.

Все пока пока.

Алексей Паньшин (67:35-67:36):

Ребят, жду вас в следующих.