**1. Поисковые системы**

Продвинуть свой сайт можно двумя способами:

1. Быстро и не очень надежно
2. Долго, но практически гарантированно

Быстро – заказав продвижение «черными» методами. Сайт, возможно, и попадет в топ быстро, но так же быстро оттуда «выпадет». Плюс, есть большая вероятность попасть под бан поисковых систем. Сейчас уже мало эффективно.

Долго – продвижение «белыми» методами. Качественный уникальный контент, интересный людям, грамотное использование [SEO](http://sergeyabramov.ru/seo), естественные ссылки. Конечно, такой сайт не попадет в выдачу через неделю, и даже через месяц его там не будет, но –  когда он достигнет первой страницы поиска, то никакие «черные» и «серые» оптимизаторы уже не смогут сдвинуть его с занятых позиций.

**2. Контекстная реклама**

Один из самых эффективных платных методов привлечения целевой аудитории – контекстная реклама. Данный вид рекламы работает через крупные поисковые системы (Яндекс, Google), а также через систему «Бегун».

Ее суть – появление рекламного объявления только тогда, когда пользователь вводит строго определенные поисковые запросы. Определенность в ключевом запросе дает гарантию показов только целевой аудитории, и здесь главная сложность – правильно сформулировать ключевые фразы.

Есть информация, что Бегун и Google не очень любезно относятся к МЛМ, поэтому, будьте готовы к общению с их техподдержкой. А вот, что касается сервиса Яндекс.Директ, то здесь можно быть спокойными – Яндекс ничего против МЛМ-бизнеса не имеет.

**3. Сообщества в соцсетях**

Социальные сети в современном мире – это место, где общаются миллионы. Поскольку они собраны компактно, то велика вероятность быстро выйти на целевую аудиторию. Создайте сообщество, привлекайте в него людей со сходными интересами, поддерживайте жизнь в своем сообществе и параллельно делитесь информацией. Ссылка на Ваш сайт может стоять в статусе, а можно просто давать анонсы на новый материал Вашего сайта/блога.

Здесь нужно иметь ввиду важный момент – никогда не начинайте знакомство со ссылки: это верный путь потерять не только потенциального клиента, но и нового знакомого.

**4. Ссылки в соцсетях**

Как бы ни хотелось жить без конкуренции, но конкуренты у Вас есть, и это на самом деле хорошо. Изучите конкурентные сообщества, изучите также сообщества «параллельные» — по инфобизнесу, заработку в сети, личностному росту и тому подобное.

Станьте участником этих сообществ.

Есть вероятность, что в процессе какой-то дискуссии будет уместным дать ссылку на свой блог. Кроме того, если Вы будете активным участником сообщества, люди будут заходить на Вашу страничку в соцсети, чтобы узнать о Вас поподробнее.

**7. Платная реклама в соцсетях**

Конечно же, в соцсетях есть возможность подачи рекламы. В целом, по эффективности ничто не сравнится с контекстной рекламой, но в соцсетях вы можете выбрать ту группу пользователей, которым будет показываться ваше объявление.

Параметры выбора – информация в профиле.  То есть – город, возраст, пол, интересы и тому подобное.

**8. Реклама в сообществах в соцсетях**

Вы можете договориться с владельцами активных профильных сообществ о размещении у них рекламного объявления. Стоит это, как правило, меньше, чем реклама на сервисе, но, если Вы правильно выберете сообщество, то и результат будет выше.

**9. Покупка рекламы у пользователей Facebook, ВКонтакте, Twitter**

Точно так же, как Вы покупаете рекламу в сообществе, Вы можете приобрести рекламу у пользователя с большим количеством подписчиком. Естественно, это должен быть пользователь, который общается с Вашей потенциальной целевой аудиторией.

**10. Ведение блога в блогосфере**

Блоги в блогосферах (Живой журнал, LiveInternet, Diary и т.п.) особо хороши в следующих моментах:

* возможность установки развернутого поста с фотографиями и/или рисунками, видео сопровождением и т.п. – что невозможно в соцсетях;
* более удобная, нежели в соцсетях, система поиска единомышленников;
* более удобная система комментирования;
* участие записи в полнотекстовом поиске Яндекса, Google и проч.

**12. Реклама в блогах**

Разумеется, блоги могут быть такими же рекламными площадками, как и социальные сети – найдите блоггера с подходящей целевой аудиторией и закажите ему пост со ссылкой. Но здесь есть важный момент – не стоит делать заказ у очень популярных личностей, пусть аудитория будет поменьше, но это будет именно ЦА, а не праздношатающиеся граждане, которые не обратят внимания на ссылку.

**13. Форумы**

Еще одно популярное место общения – форумы. Форумы бывают двух типов:

* Тематические
* «Обо всем»

Выбирая место приземления, стоит обратить внимание на тематику форума – Ваши ссылки по МЛМ на форуме, скажем, программистов, сочтут спамом.

Не спешите рекламироваться с налету – на форумах люди общаются, потому здесь не любят спамером (а размещение рекламных ссылок сразу же после регистрации будет расценено как спам).

Тем не менее, Вы можете выбрать такие форумы, на которых есть специальный раздел для рекламы. Договоритесь с администрацией – и Вашу ссылку не удалят.

И никогда не делайте предложение о вступлении в Ваш МЛМ-бизнес на форумах!

**16. Общение на тематических форумах с рекомендацией посетить сайт**

Такие рекомендации будут уместны строго на тематических форумах – там, где обсуждают заработок в сети, [инфобизнес](http://sergeyabramov.ru/infobiznes%22%20%5Ct%20%22_blank), МЛМ и тому подобное. Однако — не стоит толкать ссылку, где попало: лучше разместить ее один раз, но в релевантной дискуссии, чем десять раз вне контекста.

**18. Платные и бесплатные каталоги**

Я бы разделил каталоги не на платные и бесплатные, а на серьезные и несерьезные. Серьезные – это, в первую очередь, каталоги при поисковых и статистических сервисах (такие, как Яндекс.Каталог, DMOZ, List.ru, LiveInternet и прочие). Во вторую – солидные модерируемые ресурсы.

Бесплатные же немодерируемые каталоги, которые, по сути, представляют собой хаотический сборник ссылок, скорее помешают в продвижении сайта, нежели помогут этому.

Возможно, Вы встречали предложения «прогона по каталогам» для увеличения ссылочной массы. Это делать точно не стоит! В лучшем случае это действие принесет мизерный результат, в худшем – бан поисковых систем.

**19. Сервисы бесплатных рассылок**

Регистрируясь как автор рассылки, вы получаете доступ к огромной аудитории. Приведу пример по сервису [Subscribe](http://sergeyabramov.ru/page/subscribe.html%22%20%5Ct%20%22_blank).

Сначала автор попадает в категорию Бронзовых рассылок – это налагает ряд ограничений, а потому необходимо как можно быстрее попасть в Серебряные авторы.

* серебряная рассылка Subscribe попадает в основной каталог сервиса – это раз;
* серебряная рассылка Subscribe неделю располагается в разделах «Открыто недавно» и «10 последних открытых рассылок»;
* серебряная рассылка Subscribe попадает в анонсы «Новые рассылки».

Минусы Subscribe в том, что автор не может контролировать подписчиков, базой не владеет, связаться ни с кем не может и, кроме того, в выпусках присутствует реклама от сервиса.

Если эти минусы кажутся существенными, то можно оформить подписку через [Smartresponder](http://sergeyabramov.ru/page/smartresponder.html%22%20%5Ct%20%22_blank) – здесь допускается ведение собственной подписной базы.

Однако, если вы только-только начинаете работать с подписчиками, сервисы, аналогичные Subscribe, будут наиболее эффективными.

**20. Размещение рекламы в чужих рассылках**

Конечно, у начинающего предпринимателя еще нет серьезной подписной базы, более того – ее может не быть вообще, а взять – негде, поскольку собственный сайт пока не раскручен. В этих случаях на помощь  приходит размещение рекламы в чужих рассылках. Естественно, рассылка должна быть близка тематически. А таких в МЛМ и [инфобизнесе](http://sergeyabramov.ru/infobiznes%22%20%5Ct%20%22_blank) более чем предостаточно.

**21. Реклама на других сайтах**

Практически все сайты размещают на своих страницах стороннюю рекламу. Во многих случаях размещение рекламного блока на сайте, который посещает целевая аудитория, эффективнее, нежели использование контекстной, баннерной и других видов рекламы.

**22. Общение на других сайтах с установкой ссылки на свой**

Многие современные сайты и блоги предусматривают возможность комментирования материалов, и на ряде ресурсов пользователь может указать адрес своего сайта. Если вы решите воспользоваться этим методом, то стоит учесть один важный нюанс.

Эти сайты и блоги делают такие же люди, как Вы. И они, так же, как Вы, хотят, чтобы в комментариях писали по теме и развернуто. Вероятнее всего, что комментарии такого плана:

* Классный сайт, заходите ко мне http://вашсайт
* И у меня об этом написано http://вашсайт и тому подобное

будут удалены хозяином ресурса.

Уважайте тех, чьи блоги комментируете, пишите развернутые комментарии, вступайте в полемику, обсуждайте конкретные вопросы – и тогда адрес Вашего сайта удален не будет.

Еще один плюс от такого метода – читатели того ресурса буду читать Ваш интересный комментарий, и будут реально переходить на Ваш ресурс.

**23. Обмен ссылками с другими сайтами**

Вы можете договориться об обмене ссылками с блогами и сайтами подобной тематики.  Конечно же, тут важно найти ресурсы именно подобной тематики, которые, при этом, не являются прямыми конкурентами. Например, МЛМ-блог и сайт о заработке через интернет вполне могут рекламировать друг друга, но сайт МЛМ-компании А вряд ли будет рекламировать МЛМ-компанию B. В последнее время данный метод с перекрестными ссылками отмирает.

**24. Блок «рекомендую» на чужих сайтах**

Настроив канал [RSS](http://feeds.feedburner.com/sergeyabramov), вы можете договориться с владельцами других ресурсов о выводе блока «Рекомендую» с информацией, поступающей с вашего RSS. Данный метод хорош тем, что рекламируется не сайт целиком (статично), а каждое Ваше обновление.

**27. Гостевой пост**

Гостевой пост подобен статье/обзору из пункта 26, но  пишется он не о собственном сайте, а под тематику ресурса, на котором будет размещен. И пишется Вами. В этот пост Вы вставляете ссылки на свой ресурс.

Гостевые посты взаимно интересны обоим вебмастерам – один получает ссылки на свой сайт, второй уникальный — контент для своего ресурса. Есть сайты, которые на гостевых постах специализируются – то есть, из них состоит весь контент.

**30. Тематические порталы**

Тематический портал – это большой многофункциональный сайт, специализирующийся на какой-то определенной теме. Например – все о заработке в интернете. Или портал по построению МЛМ-бизнеса в интернете. Стоит отметить, что посещаемость на таком ресурсе должна быть от 1000 уникальных посетителей в сутки, а лучше и ещё больше.

Реклама на тематическом портале может быть даже более эффективной, чем контекстная реклама, поскольку там бывает действительно много именно целевых посетителей.  Кроме того, размещая баннеры или текстовые блоки на таких порталах, не обязательно ограничиваться только определенной целевой аудиторией, поскольку среди множества людей, интересующихся, например, мобильными телефонами, непременно найдутся и те, кого привлечет МЛМ-бизнес.

**32. Партнерская программа**

Партнерская программа – отличный способ собрать подписчиков и привлечь посетителей. Здесь есть лишь одно «но» — чтобы запустить партнерку, Вам нужно создать какой-то востребованный платный продукт. Это может быть, например, небольшая электронная книга или видеокурс с полезной информацией (как создать сайт, как выращивать грибы в домашних условиях, как самостоятельно построить дом и т.п.);

ВАЖНО!! Это, действительно, должна быть полезная информация. И это, действительно должно быть то, что захотят рекламировать другие люди.

Для примера можете посмотреть [**мою партнерскую программу**](http://sergeyabramov.ru/affiliate-programm/)**.**

**33. Скрипт «расскажи другу» на своем сайте**

Данный скрипт позволяет посетителям передать ссылку на статью своим знакомым. На странице размещается форма, в которую можно ввести e-mail друга – после нажатия на кнопку «отправить», ссылка с комментарием уйдет на электронную почту.

Для того, чтобы посетители активнее давали рекомендацию, хозяин ресурса обычно предлагает какой-нибудь небольшой подарок: полезные видео, программку или текст.

**34. Кнопки «Мне нравится»**

Кнопки «Мне нравится» (они же – «лайки», они же – «плюсы») отправляют ссылку на статью в соцсети и блоги отправителя. Кнопки данного типа «именные» -  по одной на каждый соцресурс (ВКонтакте, Facebook, Twitter и т.п.).

После нажатия такой кнопки на стене (в блоге) автоматически появляется небольшой фрагмент статьи и ссылка на нее в самой соцсети.

**36. Подписка на обновления на сайте**

Так же, как вы ставите форму подписки от различных сервисов на партнерскую программу или рассылку, Вы можете сделать форму для сбора подписчиков на обновления сайта.

Эта форма связана только с вашим сайтом, никакие сторонние сервисы тут не задействованы. Её плюс – отсутствие необходимости разбираться в сложных для новичка сервисах.

Её минус – вам придется активно заниматься контентом, поскольку подписчики появятся лишь тогда,  когда контент будет не только актуальным, но и регулярным.

**37. QR-код**

QR-код переводится как «быстрый отклик» и представляет собой двумерный штрихкод.  Если старый вариант предполагал сканирование кода специальным оборудованием, то новый распознается даже обычной фотокамерой от мобильного.

Лицензией на понятие QR-code владеет компания DENSO Corporation, но ограничения на их использование не существует, более того – такие коды теперь являются стандартами ISO.

В числе прочего, в QR-код можно заложить интернет-ссылку, браузерную закладку (Избранное), СМС, электронное письмо с темой. То есть, QR-код вполне может использоваться как средство продвижения среди пользователей мобильного интернета.

С помощью специального сервиса (например, http://www.qrcoder.ru/) вы генерируете свой индивидуальный QR-код и просто устанавливаете его на сайт – и посетители могут отсканировать его мобильным телефоном.

Или другой вариант, Вы распространяете QR-код в офлайне, например, делаете визитки или майки с изображением QR-кода. Люди его видят, сканируют, и переходят на Ваш сайт.

**38. Собственные конкурсы**

Люди любят конкурсы, а если предполагается реальный приз – то тем более. Конечно, на приз придется разориться, конечно, это должен быть хороший приз, а не какая-то ерунда.

И сам конкурс необходимо продумать так, чтобы это было интересно не Вам, а посетителям Вашего сайта, — а для этого стоит внимательно проанализировать интересы целевой аудитории, поскольку людям, пришедшим пообщаться на тему МЛМ-бизнеса в интернете, вряд ли будет интересно посоревноваться в решении дифференциальных уравнений на скорость.

Придумав тему конкурса и поместив объявление с правилами, создайте регистрацию участников конкурса, а также предложите посетителям распространить информацию о проекте среди своих знакомых.

И, конечно,  активно рекламируйте конкурс сами.

**39. Участие в конкурсах, организуемых другими**

Чтобы привлекать посетителей на свой сайт, необходимо появляться в сообществах аналогичной направленности – комментировать другие блоги, писать гостевые посты и участвовать в конкурсах, организованных коллегами.

Конкурсы дают Вам возможность и себя показать, и сделать доброе дело для другого, что не замедлит вернуться сторицей.

**40. Вирусная реклама**

Вирусной рекламой может быть что угодно – аудио или видеоролик, мультфильм, короткая игра, графика (фотография, демотиватор, картинка), текст… Суть «вирусности» в том, что реклама распространяется как бы сама собой – ее не нужно специально продвигать. Пользователям она так нравится, что они сами дают друг другу ссылки, делают републикации – словом, переносят «вирус».

Пожалуй, самыми известными вирусными роликами в Рунете можно считать «Бунт офисного менеджера», «Новогоднее поздравление Медведева», «Адская Белочка».

Ничего не рекламировали, но вполне могли бы мультфильмы про Масяню, ролики про танцующих котов и тому подобное. Вполне можно отнести к вирусному видео и клип Петра Налича «Гитар», который только за первый месяц посмотрели более семидесяти тысяч человек.

**41. Видеомаркетинг**

Все активнее используются для рекламы и сопровождения сайтов видеосервисы – YouTube, Vimeo, RuTube и прочие.  Рекламные видеоролики, подготовленные для интернета, сочетают в себе признаки обычного видео (съемка, монтаж и т.п.) с презентационными техниками (заголовки, яркие тексты и т.п.).

Как правило, рекламный видеоролик сопровождается не только названием, но также кратким релевантным описанием с ключевыми словами – чтобы поисковые системы могли лучше его проиндексировать.

Помимо стандартной рекламы, подобной телевизионной, используется для видеообзоров, визиток, писем, клипов. Также все чаще появляются видеожурналы, видеоблоги и вебинары.

**42. Видеоканал на YouTube (и иных подобных сервисах)**

Данный способ кажется похожим на предыдущий, но это не совсем так. Видео можно размещать как непосредственно на своем хостинге, так и на видеосервисах, как уже говорилось выше.

С одной стороны, размещая ролики на хостинге, вы имеете полную независимость. С другой – Вам требуется дополнительная реклама по привлечению посетителей на сайт. Если же Вы создали видеоканал, то «наткнуться» на него может кто угодно – точно так же, как в поисковой системе.

Но продвинуть видеоканал значительно проще, чем сайт в поиске. Вас ждет непременный успех при соблюдении нескольких правил:

* актуальная тема
* короткие ролики
* регулярность выпусков
* обязательное проставление меток для обеспечения поиска

**44. Свои бесплатные электронные книги**

Электронные книги – отличный способ привлечения подписчиков: разумеется, в том случае, когда книга действительно полезна и востребована пользователями. Если Вы обладаете ценными знаниями – считайте, что подписчики у вас в «кармане».

**46. Реклама на сайтах-агрегаторах инфопродуктов**

Обратите внимание на порталы-агрегаторы, которые аккумулируют различные инфопродукты и продвигают их.  Авторам такие порталы предлагают быстрое продвижение, партнерам – процент за распространение.

Если же сайтовладельца интересует продвижение ресурса, он может заказать рекламу в популярных инфопродуктах.

**47. Новости**

Поисковые порталы предлагают посетителям не только поиск, но и множество других сервисов, среди которых не малое место занимают новости. Нет ничего сложного в том, чтобы включиться в такой сервис (например, Яндекс-Новости).

Для этого необходимо:

* создать на сайте раздел новостей;
* регулярно публиковать новости в какой-либо области (или нескольких);
* подать заявку на включение в число новостных партнеров и дождаться одобрения;
* установить на сайте специальные скрипты для автоматической передачи анонсов.

Новостной сервис ежедневно просматривают, без преувеличения, миллионы человек. Если Вы сумеете оперативно реагировать на происходящее в мире, стране и своем регионе, то посещаемость сайт будет стабильно увеличиваться.

**48. Оффлайн мероприятия**

МЛМ-компании проводят эффективные встречи и тренинги в оффлайне – не упускайте возможность прорекламировать во время этих встреч свой сайт. Отслеживайте также мероприятия партнеров и коллег, договаривайтесь о своей рекламе во время их мероприятий.

**49. Заказная статья в печатном издании, реклама в печатных изданиях**

Достаточно полезна информация в печатной прессе – это может быть или прямой рекламный блок или (что, безусловно, лучше) заказная статья о Вашем МЛМ-бизнесе. Привлеките к написанию материала специалиста по продающим текстам, дайте в тексте статьи ссылку на свой сайт, подготовьтесь к приему новых посетителей, среди которых будут и новички в интернете.

Да, с одной стороны, Вам придется продумать – насколько быстро новичок разберется в юзабилити сайта, вероятно – что-то нужно будет поменять, но зато эти новички, если уж заинтересуются, будут именно Вашими клиентами, поскольку им сложно подробно рассматривать и Ваших конкурентов тоже.

**50. Реклама на ТВ, радио**

Чуть менее эффективной, чем статья в печатной прессе, может оказаться реклама на радио и телевидении. Стоит она дороже, да и ролики подготовить сложнее, чем статью. И, если уж Вы решились на такое мероприятие, то необходимо создать дополнительный домен с коротким и хорошо запоминающимся адресом.

**51. Спам, дорвеи, клоакинг и тому подобное**

Я не могу не остановиться напоследок на «черных» методах продвижения. Не смотря на то, что эти методы вызывают моральное отторжение у большинства нормальных граждан, нельзя не отметить их высокую эффективность при относительно невысоких ценах.

Вкратце познакомимся с  этими методами:

Дорвеи – страницы, созданные для перенаправления на продвигаемый сайт. Эти страницы «заточены» под определенные низкочастотные запросы и сами по себе никакой ценности не представляют. Более того – далеко не всегда поисковые запросы на дорвеях соответствуют запросам на сайтах. Возможно, Вам встречалось такое – вы переходите из Яндекса/Гугла на сайт, а у него совсем другая тематика, даже близко не похожая на то, что было в поиске. Это – работа дорвея.

Клоакинг – это специальная система скриптов, которая настраивается таким образом, что поисковые роботы «видят» одно, а посетители сайта – совсем другое.

Спамдексинг – «замусоривание» страниц сайта чрезвычайно большим количеством ключевых слов.

Свопинг – замена страниц, уже достигших желаемых позиций в поисковике, на другие. Естественно, что подменная страница продержится в топе совсем не долго.

Но поисковые системы не бездействуют, а потому сайты, уличенные в «черном» продвижении немедленно блокируются или фильтруются в поиске – причем, санкции накладываются, в том числе, по жалобам пользователей.

Поэтому Вам самим решать – имеет ли смысл вкладываться в эти методы, рискуя остаться вообще ни с чем. Я лично сам это не использую, и Вам не советую.