Глобальная паутина - очень плодородная почва для тех, кто хочет продавать в ней информацию. То есть учительствовать, наставлять, помогать советом или консультацией, а иногда и вовсе предлагать пользователям свои авторские разработки: программы, электронные книги и прочее. Все эти способы стать богаче можно условно объединить понятием «заработок на инфопродуктах».

По способу донесения информации до клиента все инфопродукты можно условно разделить на записанные или передающиеся в режиме реального времени. Во втором случае речь идет об онлайн-консультациях: например, о юридической помощи или об уроках иностранного языка, которые предлагаются по Скайпу. В первом случае информация передается потребителю как реальный объект, обычно в электронном формате: например, книги, аудио- или видеозаписи.

Классификация инфопродуктов по темам очень обширна, ведь сегодня в Сети может продаваться всё что угодно: от индивидуальных гороскопов, составленных вашим личным интернет-астрологом, до виртуальных учебников по соблазнению. И всё это тоже будут своего рода инфопродукты. Чтобы вы хотя бы в общих чертах представляли себе это огромное поле деятельности, попробую его классифицировать.

**«Как заработать деньги»**

Животрепещущий и волнующий каждого из нас вопрос. Особую нишу в этом направлении занимает тема заработка в Интернете. Очень популярна также услуга бизнес-консультаций и тренингов, а также продажа авторских бизнес-идей: например, как открыть свое дело и каким предпринимательством заняться.

**«Что нам стоит сайт построить, запустить и раскрутить?»**

Авторы этой серии инфопродуктов раскрывают перед клиентами секреты веб-дизайна, раскрутки и продвижения сайтов в Интернете. Поскольку свой сайт сегодня хочет создать практически любой человек, уставший от однобокости и ограниченности блогосферы, эта услуга тоже пользуется огромным спросом.

**Обучение чему бы то ни было**

В эту группу входят курсы, семинары, конференции и занятия теа-а-тет, которые призваны обучить клиента каким-то умениям, дать ему знания, привить навыки. Это может быть все что угодно: английский язык онлайн, видеокурсы о том, как правильно сделать макияж, интернет-школы вязания, кройки и шитья и т.д. В результате человек получает те же (или почти те же) знания, как если бы записался на лекцию или семинар обучающий центр.

**«Чем могу – помогу»**

Авторы этих инфопродуктов специализируются на решении каких-либо проблем пользователей. В данной нише работают психологи, юристы и врачи, которые могут выслушать клиента, проконсультировать его по наболевшему и дать практический ответ на самый злободневный русский вопрос: «что делать?».

**Непознанное**

Отнесу сюда всех гадалок, хиромантов, астрологов, экстрасенсов и прочих личностей, зарабатывающих на высоких материях. О том, существуют ли эти высокие материи на самом деле, спорить не буду. Главный факт здесь – что услуга пользуется спросом.

Наверняка что-то из этого вы знаете и умеете лучше, чем просто на «хорошо». Или даже можете предложить свой вид услуг, до которого еще никто не додумался. В таком случае вперед, осваивать уже несколько раз перепаханную и изрядно вытоптанную целину инфобизнеса в Сети»! Главным вопросом для вас будет «как сделать, чтобы обо мне узнали все?». Привлечь к себе внимание можно несколькими способами. Прежде всего, у вас обязательно должен быть свой сайт, на котором вы рекламируете себя, рассказываете о своих услугах и сообщаете личные контакты. Желательно, чтобы этот сайт был раскручен, то есть, чтобы пользователи могли находить его в Сети через поисковики, по нужным запросам.

Хорошим «сарафанным радио» могут стать социальные сети: «Фейсбук», «ВКонтакте», «ЖЖ» и прочие. Если вы обзавелись на этих площадках большим количеством друзей, - кликните среди них клич, и вам наверняка не откажут в помощи: например, расскажут о вас своим друзьям.

Нелишне будет посетить и сайты одной с вами тематики и предложить их владельцам удобные для них формы сотрудничества: обмен ссылками или небольшими статьями-обзорами друг о друге. Наконец, для охвата самой большой целевой аудитории можно заказать контекстную или любую другую рекламу «зубрам» индустрии – например, «Яндекс-директу». Но сразу скажу, что это дорого, а вложения на первых порах могут и не оправдаться.

Но прежде чем взяться за рекламу, подумайте, в каком виде вы собираетесь предложить свои услуги, так как их качество во многом зависит от качества технических средств. Если это будет электронная книга, она должна быть написана четко, ясно и по делу. Если видео- или аудиоконсультации в режиме онлайн, – у вас должен быть хороший Интернет с бесперебойно работающим Скайпом. Современные потребители привыкли платить деньги за безупречные продукты, даже если это не колбаса в магазине, а знания. Поэтому позаботьтесь, чтобы ваш товар выглядел эстетично и не был «с душком».