

Idag ska du och jag gräva ner oss i den klottriga djungeln av marknader.

Delar av det du kommer läsa har du redan läst. Så det blir en upprepning.

Men det andra?

Det är sånt jag aldrig avslöjat förut.

Så se till så att du karvar ur några minuter från ditt hektiska schema och ger detta den uppmärksamhet som det förtjänar.

Innan vi hoppar in, har du hört talas om den här principen:

Occam's razor?

Ja? Nej?

Det är i alla fall en princip döpt efter William av Ockham.

I korta drag handlar det om att du inte bör göra din hypotes mer komplex än den behöver vara.

Sagt på ett annat sätt:

Den enklaste förklaringen eller strategin är oftast den rätta.

Tyvärr är den sällan applicerad hos alla jag ser försöker starta sin egen digitala verksamhet.

(Ja, det gäller även dom som försöker använda min [vänskapsstrategi](#))

Varför?

Ingen aning.

Kanske går det tillbaka till folks initiella reaktion när dom hör om mitt system. Tendensen att tänka:

"Det kan bara inte vara sådär enkelt"

Litegrann som mormors gamla råd om att äta mer grönsaker och sluta småäta. Applicerbart för alla som vill gå ner i vikt och komma i form. Det fungerar. Få lyssnar. Istället ska du fokusera på tarmfloran, hormonella imbalance, näringsbrister, undvika näringsämnen osv. Ja, du vet... komplicera det enkla.

Om sanningen är enkel och "ointressant" finns det en vana att försöka hitta på nya sanningar - och göra dom mer komplexa och 'coola'.

Det är inte längre tillräckligt att fokusera på det fundamentala om du vill tjäna pengar. Något jag gjort i snart 8 år.

Nej, nu är saker och ting helt plötsligt annorlunda. Nya tider. Du förväntas hänga med. Och om du inte gör det kan du inte tjäna pengar.

Det här är åtminstone idén "ex-pärterna" försöker sälja dig.

Samma "ex-pärter" som sen försöker sälja dig ett system på 18, 19, 20 olika steg, alla beroende av varandra.

Occams Razor?

Nix. Dom har aldrig ens hört talas om principen.

Så av den anledningen kommer jag också spendera tid på att utveckla min filosofi och det jag gör. Det är trots allt det som ger mig möjligheten att jobba när, var, hur och för vem jag vill. Men viktigast av allt: som gör att jag slipper oroa mig för pengar.

För när du förstår den här filosofin och hur du kan börja skapa dina egna vinstdrivna kampanjer...

... då har du inte bara något du kommer kunna bära med dig resten av ditt liv... utan du kommer kunna använda det för att tjäna pengar så länge du lever.

Inte så dumt, va?

För jag vill verkligen att du ska börja bryta dig loss från allt fluff, lögner och skitsnack som florerar därute idag.

Som ett resultat - och som ett led i det här - hoppas jag kunna bygga en liten superarmé av InkomstZero medlemmar som gör det omöjliga, testat det omöjliga och lever sin dröm.

Men nu ska vi inte hoppa händelserna i förväg.

Gäller att sätta en fot före den andra.

Dom goda nyheterna är att det där fundamentala, det som alla andra glömmer bort?

Det är allt annat än komplicerat.

Faktum är, när jag upptäckte hur - åtminstone på ytan - fundamentalt enkelt det faktiskt är att tjäna pengar blev jag nästan *irriterad* över att jag inte luskade ut det tidigare.

Men man lever och lär I guess. Plus, det är till din fördel. Du slipper nu göra samma gamla misstag som jag gjorde.

Mitt absolut största genombrott har alltid varit vad jag kallar för "plånboks-ekvationen".

I sin enkelhet är det de enda du behöver veta för att fylla din plånbok med sedlar varje månad.

Du har hört mig prata om det förr, va?

Men hey - som med allt annat som kan förändra ditt liv är det värt att upprepa.

Fast jag kanske också borde ge dig en kort bakgrundshistoria till hur jag kom fram till den.

För den är egentligen inte "originell" eller tillhör mig.

Jag har bara formulerat och artikulerat det på ett sätt som gör det enkelt att komma ihåg. Åtminstone för mig.

I själva verket har jag kopierat det från den mest övertygande mannen som vandrat på den här planeten. Det är åtminstone vad historierna säger. Bernard Baruch.

Mer än hans alla häftiga titlar så var han rådgivare åt 6 st amerikanska presidenter.

Han kunde gå in i ett rum fyllt av egos, alla med olika åsikter, och alla envist bestämda att få som dom ville... och inom en halvtimme gå ut därifrån med alla i kör säga "Bernard Baruch har svaret. Vi är alla eniga"

I slutet på hans liv frågade någon honom:

"Mr. Baruch, vad är din hemlighet? Hur kan du vara så övertygande med så många olika typer av människor? Är det något vi andra kan lära oss?"

Han svarade genom att ge honom hans hemlighet i 12 ord.

Det är hjärtat i allt jag gör. Och allt du bör göra.

Nästan inget kan vara viktigare än det här...

**Om du bara kommer ihåg en sak, kom ihåg det här**

För dom här 12 orden är något alla bör lägga på minnet.

*Ta reda på vad folk vill ha och visa dom hur dom får det*

Baserat på det här utvecklade jag plånboks-ekvationen.

Plånboks-ekvationen säger att du identifiera en grupp människor med ett problem... behov... begär... och erbjuder dom en lösning.

Läs den meningen igen.

Låt det sjunka in.

Låt den guida resten av ditt liv. Bär den med dig. Oavsett vad du gör.

Identifiera en grupp människor. Förslagsvis en grupp människor som har ett brådskande problem, ett akut bekymmer, ett brinnande begär. Och erbjud dom en lösning.

Se det lite som att du försöker hitta någon som har en sticka i foten som gör fasansfullt ont... och sen dyker du upp med en pincett och erbjuder att ta ut den åt dom.

Seriöst...

Du inser det kanske inte nu, men jag har precis beskrivit något som är TOTALT LIVSFÖRÄNDRADE om du verkligen tar en sekund och reflekterar över det.

Jag skojar inte.

Och ifall du vill krydda det ännu mer...

Identifiera folk med ett **brådskande problem**, presentera en **unik lösning** och ge dom ett **oemotståndligt erbjudande**.

Där. Jag gav dig precis något som automatiskt skickar dig till top 2% av den digitala- och entreprenörliga världen.

Dom flesta är helt ovetandes om det jag precis berättade för dig.

Något som naturligtvis är fasansfullt bra för dig och mig. Vi kan unyttja det. Krypa under "radarn" och tjäna stora pengar medan alla andra undrar hur vi gör det.

Men som Tony Robbins säger...

*Om du låter det du lär dig förvandlas till kunskap blir du en dåre. Om du låter det du lär dig förvandlas till "action" blir du rik.*

Oavsett vilket:

Låt alla dina kampanjer kretsta kring den där enkla ekvationen. Du och ditt bankkonto kommer tacka mig.

Så, med det sagt...

Låt oss prata marknader.

Många vill naturligtvis kasta sig direkt in och börja tjäna pengar.

Not so fast!

Innan du gör det behöver du göra grundarbete.

Du behöver alltså välja en marknad.

Och inom den marknaden, hitta en niche.

Och sen inom den nichen, hitta en liten sub-niche. En kategori.

En grupp människor med ett specifikt problem. Ett brådskande problem. Ett akut bekymmer. En frustration. Oro. Något dom är skitträdna för. Eller ett brinnande begär eller en passion dom är villig att göra allt för att tillfredställa.

Människor som letar efter en LÖSNING.

Sen behöver du bekanta dig med dom här människorna.

Vilka är dom? Vad gör dom? Hur tänker dom? Vad vill dom?

Hänger du med?

Om du är bekant med mitt arbete tidigare så har du redan ganska bra koll på det här.

Men det finns massor om det som jag ALDRIG berättat tidigare.

Mest uppseendeväckande av allt:

Det finns JÄTTESTORA företag som inte förstår vad jag är påväg att berätta för dig nu.

För när du ska sälja något...

Det spelar egentligen ingen roll vad det är...

Vet du vad du faktiskt säljer?

Om du säljer en bormaskin säljer du ingen bormaskin.

Nej. Du säljer ett hål i väggen.

Men djupare än så:

Du säljer vad personen kommer göra med det där hålet i väggen eller vad det innebär för den personen.

Du säljer en känsla. En upplevelse. En erfarenhet.

Du säljer alltid ETT BÄTTRE LIV.

På ett eller annat sätt.

Ha alltid det i åtanke när du fortsätter din resa, OK?

För det är alldeles för få som känner till det eller utnyttjar det. Och det är ofta en av anledningarna till varför folk har dåliga konverteringar. Varför dom inte tjänar lika mycket som dom skulle kunna. Och kan många gånger vara skillnaden mellan om din kampanj visar rött eller lyser KNALLGRÖNT.

Nu...

Här nedan ser du vad jag redan skrivit om marknader. Det är en bra "refresher" för dig. Men sen ska jag också ge dig ett par andra tankar jag har som du kommer finna värdefulla.

Mitt tips:

Jobba inte i små marknader.

Varför?

Dom är för små för att det ska rymmas tusentals affiliates och säljare.

Små marknader är också väldigt **OSTABILA**.

Inget bra tecken om du vill **börja tjäna stadiga 1000, 5000, 10 000 eller 20 000 kr varje månad.**

Det är helt fel sätt att bygga en hållbar, långsiktig inkomst över internet.

Vad du vill göra är att hitta en **större marknad** som har en **större efterfrågan**.

Tänk *desperata köpare*.

Hur många människor finns det i världen?

*6 biljoner?*

Konkurrans är bra. Det visar att det finns andra som redan tjänar pengar.

Varför ska dom få allt?

Jag vill ha en del av kakan.

**Det borde du också vilja!**

Och med 6 biljoner människor så finns det fler människor i varje stor marknad än vad du någonsin kan hoppas sälja till.

(Och du har ett övertag gentemot alla dom andra ifall [du gör som jag beskriver med Vänskapsstrategin](#))

## Den ultimata listan av marknader att välja bland

Jag har inga som helst belegg för vad jag precis ska säga...

... men jag gissar att följande marknader står för minst 99.99% av all försäljning på internet.

*(Hint: Du bör alltså börja i någon av dessa marknader)*

- **Relationer & dating** (dating råd, få ditt ex tillbaka, reparera ett dåligt förhållande, online dating osv...)
- **Hälsa & fitness** (viktninskning, dieter, bygga muskler, kosttillskott, hälsokost osv...)
- **Pengar & affärer** (forex, tjäna pengar, jobba hemifrån, investeringar, försäkringar osv...)
- **Självhjälp & personlig utveckling** (livscoaching, avkoppling, meditation osv...)
- **Spel/betting/lotteri** (poker, kasino, bingo, trav, kuponger osv...)
- **Fastigheter** (lån, affärsinvesteringar, bygga fastigheter, finansiering, privata pengar osv...)

Alla dessa marknader är också perfekta för digitala produkter.

*(Det jag livnär mig på)*

Men sen, inom varje marknad, så finns det naturligtvis massor av olika sub-marknader. Som du ser på listan.

Brukar alltid rekommendera att du frågar dig själv följande:

**Vilken marknad har jag ett seriöst intresse av?**

**En koppling till?**

Om det finns en föreslår jag att du börjar där...

Och börja med en av dom 3 bäst-säljande produkterna inom den kategorin på Clickbank.

Men hold your horses!

En fråga jag ofta får är:

*"Alex, måste jag verkligen älska eller vara intresserad av marknaden jag jobbar med?"*

Nej, absolut inte.

Har många kampanjer själv där jag inte alls är intresserad av det jag säljer.

Men när du ändå frågar så snällt, tillåt mig att utveckla.

[När du startar en ny kampanj med "vänskapsstrategin"](#) så har du två val som jag identifierat:

- 1. Möjlighetskampanjer**
- 2. Långsiktighetskampanjer**

Jag säger inte att ena är bättre än den andra.

Dom är bara annorlunda.

Eller vafan, jag ska ändå säga att en av dom är *lite* bättre. Men mer om det strax.

Så här fungerar dom:

Först har du **möjlighetskampanjer.**

Det här handlar om nya trender som dyker upp.



Hmm, låt oss se om vi kan ta ett exempel...

Vad sägs om tarmfloran och anti-inflammatorisk kost?

Det har blivit en het potatis på slutet, va? För folk som vill förbättra hälsan.

Du kan då hoppa på den trenden med en möjlighetskampanj.

Det är en kortvarig möjlighet.

Något som är här idag men försvinner om några månader eller, i bästa fall, något år.

Förstår du?

Du kan alltså utnyttja dom här trenderna och möjligheterna som dyker upp. Hoppa på tåget. Använda dom för att tjäna pengar. Du vet, när dom ändå är här.

Inget fel med de.

Som sagt, det här är något jag gör ibland.

Men notera att det innebär att du ofta jobbar med en kampanj du inte har något intresse av och som bara är kortvarig.

Du gör det för du känner doften av pengar.

OK?

Sen har du **långsiktighetskampanjerna**.

Där jobbar du med kampanjer du är intresserad av. Som gör dig exalterad. Och som faller inom ramarna för vad som är en bra marknad (specifierat ovan).

Du vet, något som är här idag, imorgon och nästa årtioende.

I det långa loppet är det enklare att hålla dig själv motiverad och enklare att fortsätta kommunicera och skicka ut emails till listan.

Plus: det är en mer hållbar, långsiktig modell för jobbet du gör kan du återanvända i flera år framöver (allteftersom fler nya människor kommer in till din marknad)

Förstår du?

Det är också därför jag rekommenderar att du fokuserar på ***långsiktighetskampanjer***.

Åtminstone i början.

När du sen har mer pengar än du vet vad du ska göra av med kan du börja experimentera med möjlighetskampanjer ifall du vill.

Det här kanske är rätt uppenbart. Vet inte. Men ville ändå säga det. För jag tror det är få som pratar om det här. Åtminstone öppet.

Men vad du väljer är i slutända upp till dig.