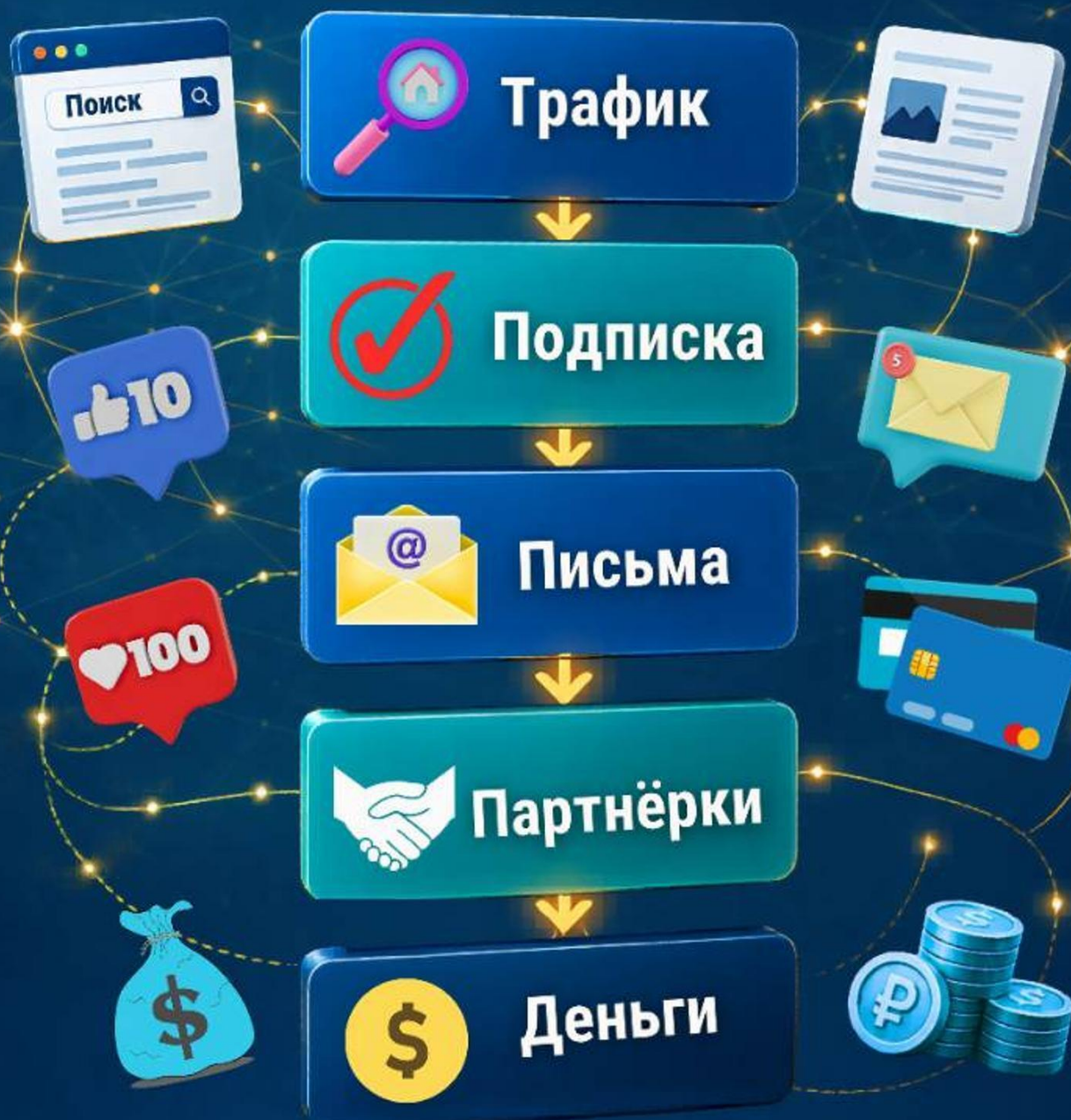


# ИСТОЧНИКИ ДОХОДА В ИНТЕРНЕТЕ

АВТОР ЕВГЕНИЙ ВЕРГУС



Евгений Вергус

**Источники дохода в интернете**

«Автор»

2026

## **Вергус Е. Е.**

Источники дохода в интернете / Е. Е. Вергус — «Автор», 2026

Книга «Источники дохода в интернете» — это понятное руководство для тех, кто хочет разобраться, как зарабатывать в интернете не хаотично, а через простую рабочую систему. Автор показывает, почему сайт, статьи, подписка, письма, партнёрские программы, трафик и нейросети сами по себе ещё не дают стабильного результата. Деньги появляются тогда, когда эти элементы связаны между собой и ведут человека по понятному пути: от первого интереса к доверию, решению и покупке. В книге простыми словами разобрана схема: трафик - подписка - письма - партнёрские программы - деньги. Вы узнаете, зачем нужен сайт, как статьи приводят целевых людей, почему одной партнёрской ссылки мало, как выстраивать доверие через письма и как использовать нейросети как помощника, а не волшебную кнопку. Эта книга подойдёт новичкам, которые хотят спокойно собрать свою первую систему заработка без технической путаницы и лишней суеты.

© Вергус Е. Е., 2026

© Автор, 2026

# Содержание

Глава	5
Описание книги	6
Введение	7
Почему сегодня нужен не один способ заработка, а система	7
Глава 1	10
Почему новичок теряется в интернет-заработке	10
Глава 2	15
Что такое источник дохода на самом деле	15
Глава 3	22
Главная схема: трафик, подписка, письма, партнёрки, деньги	22
Глава 4	30
Сайт как фундамент системы	30
Конец ознакомительного фрагмента.	36

# **Евгений Вергус**

## **Источники дохода в интернете**

### **Глава**

*Как собрать простую систему заработка из сайта, трафика, подписки и партнёрских программ*

## Описание книги

Эта книга о том, как перестать искать один волшебный способ заработка в интернете и начать собирать понятную рабочую систему. Не из разрозненных инструментов, а из связанных между собой элементов: сайта, трафика, подписки, писем, партнёрских программ и современных помощников на базе нейросетей.

Автор простыми словами показывает, почему сайт сам по себе ещё не зарабатывает, почему одной партнёрской ссылкой мало, зачем нужны статьи, как не терять посетителей после первого касания и как выстраивать доверие через письма.

Главная идея книги проста: доход появляется не от случайной кнопки и не от одного инструмента, а от связки, где каждый шаг помогает человеку пройти путь от интереса к решению.

Книга подойдёт новичкам, которые хотят разобраться в партнёрском маркетинге без технической перегрузки, а также тем, у кого уже есть отдельные элементы — сайт, блог, Telegram, рассылка или партнёрские ссылки, — но пока нет цельной системы.

Внутри Вы найдёте спокойное объяснение логики интернет-заработка, примеры, схемы, практические выводы по главам и понятную карту действий, которую можно использовать как основу для собственной системы источников дохода.

### Об авторе

Евгений Вергус — практик в теме интернет-заработка, партнёрского маркетинга, создания сайтов, воронок продаж и информационного бизнеса. Более 14 лет он помогает новичкам разбираться в том, как использовать сайт, трафик, подписку, письма и партнёрские программы не отдельно, а как единую рабочую систему.

Евгений является автором проекта «Советы Вебмастера» и обучающих материалов по партнёрскому маркетингу, созданию сайтов и множественным источникам дохода в интернете. Его подход строится на простой идее: сначала нужно принести пользу человеку и помочь ему решить задачу, а уже потом рекомендовать подходящий продукт или сервис.

В своих материалах Евгений объясняет сложные вещи простыми словами: без лишней технической путаницы, без обещаний мгновенных денег и без иллюзий про волшебные кнопки. Главный акцент он делает на понятной последовательности действий, доверии к аудитории и практическом внедрении.

Эта книга продолжает ту же логику. Она написана для тех, кто хочет спокойно разобраться, как из отдельных инструментов собрать систему заработка, которую можно постепенно развивать, улучшать и превращать в устойчивый источник дохода.

## Введение

### Почему сегодня нужен не один способ заработка, а система

Интернет постоянно меняется. То, что хорошо работало несколько лет назад, сегодня может давать результат хуже. Площадки меняют правила, реклама дорожает, одни сервисы становятся недоступны, другие появляются, третьи внезапно перестают приносить прежний эффект. Человек только успеваешь привыкнуть к одному инструменту, как ему уже говорят: теперь нужно делать по-другому.

И если смотреть на всё это со стороны, может появиться ощущение, что заработок в интернете стал слишком сложным. Нужно вести сайт, разбираться в партнёрских программах, писать статьи, делать рассылку, собирать подписчиков, использовать социальные сети, настраивать воронки, изучать нейросети, разбираться с трафиком. Список получается длинный. И у новичка часто возникает вполне понятная мысль: “Это слишком много. Я не справлюсь”.

Но проблема обычно не в том, что человек не способен разобраться. И даже не в том, что инструментов стало слишком много. Главная проблема в другом: большинство людей пытается работать отдельными кусочками.

Один урок посмотрели про сайт. Второй про партнёрские программы. Третий про Telegram. Четвёртый про рассылку. Пятый про нейросети. Шестой про рекламу. Вроде бы информации становится больше, но ясности от этого не прибавляется. Наоборот, в голове появляется каша. Человек уже знает много слов, слышал много советов, видел десятки примеров, но всё равно не понимает главного: что делать первым, что вторым, как это соединить и почему одно действие должно вести к другому.

Именно поэтому в этой книге мы будем говорить не об отдельном способе заработка, а о системе.

Сайт сам по себе ещё не является бизнесом. Партнёрская ссылка сама по себе ещё не является источником дохода. Статья сама по себе не гарантирует продаж. Рассылка без смысла и доверия тоже не решает задачу. Нейросеть без понимания общей логики может быстро создать много текстов, но эти тексты не обязательно приведут к деньгам.

Деньги появляются тогда, когда отдельные элементы начинают работать вместе.

Есть человек, которому нужна помощь или решение. Он заходит в поиск, видит статью, читает полезный материал, понимает, что автор разбирается в теме. Потом он получает возможность подписаться, забрать дополнительный материал, прочитать несколько писем, лучше понять проблему и увидеть готовое решение. И только после этого он переходит к партнёрскому продукту, услуге, сервису или обучающей программе.

Вот это уже похоже на систему.

Простыми словами, в основе такой системы лежит связка:

**трафик → подписка → письма → партнёрские программы → деньги.**

Трафик нужен, чтобы к Вам приходили люди. Подписка нужна, чтобы не терять этих людей после первого касания. Письма нужны, чтобы выстроить доверие, объяснить суть решения и помочь человеку разобраться. Партнёрские программы нужны, чтобы Вы могли зарабатывать на готовых продуктах, не создавая свой продукт с нуля. А деньги появляются как результат всей этой связки.

Это важный момент. Не как результат одной кнопки. Не как результат случайной ссылки. Не как результат одной статьи. А как результат системы, где каждый элемент выполняет свою задачу.

Многие новички начинают с конца. Они находят партнёрскую программу, получают ссылку и думают: “Теперь нужно где-то её разместить”. Размещают в социальной сети, отправляют знакомым, ставят в статью или комментарий и ждут продаж. Но чаще всего ничего серьёзного не происходит. Почему? Потому что человек, который увидел ссылку, ещё не готов покупать. Он не понял, кто Вы. Он не понял, почему ему стоит доверять. Он не понял, какую проблему решает этот продукт. Он не прошёл путь от интереса к решению.

И тогда новичок делает неправильный вывод: “Партнёрские программы не работают”.

На самом деле часто не работает не партнёрская программа, а способ её подачи. Не было системы. Не было маршрута для человека. Не было полезного материала, подписки, прогрева, объяснения и доверия. Была только ссылка. А ссылка сама по себе редко что-то продаёт.

Другая частая ситуация: человек делает сайт. Устанавливает WordPress, выбирает шаблон, публикует несколько статей и ждёт, что теперь сайт начнёт приносить деньги. Но сайт сам по себе тоже не зарабатывает. Сайт — это фундамент. Это место, куда приходят люди. Это точка контакта. Это площадка, где можно публиковать материалы, собирать подписчиков, размещать рекомендации и вести человека дальше. Но если на сайте нет понятной логики, если статьи не связаны с предложениями, если нет подписки и писем, то сайт может просто висеть в интернете и почти ничего не давать.

Поэтому в этой книге мы будем смотреть на интернет-заработок не как на набор отдельных инструментов, а как на рабочую конструкцию.

У любой конструкции есть основа. В нашей системе такой основой будет сайт. Не обязательно сложный, дорогой и технически навороченный. Наоборот, для старта лучше простой и понятный сайт, который можно развивать постепенно. На нём будут появляться статьи, которые отвечают на реальные вопросы людей. Эти статьи будут приводить целевой трафик. Часть посетителей будет переходить в подписку. Через письма с ними можно будет продолжать общение. А партнёрские программы станут способом предложить готовое решение и получить доход.

Если убрать сайт, система становится менее устойчивой. Если убрать трафик, к Вам никто не приходит. Если убрать подписку, Вы теряете большую часть посетителей. Если убрать письма, не успеваете выстроить доверие. Если убрать партнёрские программы, не будет понятного способа монетизации. Поэтому нам важны не отдельные элементы, а их связь.

Можно представить это как цепочку. Каждое звено само по себе полезно, но настоящую силу цепочка получает только тогда, когда звенья соединены.

Эта книга написана для тех, кто хочет разобраться спокойно, без лишней суеты и технической путаницы. Здесь не будет обещаний, что деньги появятся за один день. Не будет разговоров про волшебную кнопку. Не будет идеи, что нейросеть всё сделает сама, а человеку останется только нажимать “копировать” и “вставить”.

Мы будем говорить о другом: как выстроить понятную систему, которую можно постепенно собрать и улучшить.

Да, сегодня многие процессы стали проще. Нейросети помогают писать планы статей, готовить черновики, делать анонсы, создавать письма, придумывать структуру материалов, даже собирать идеи для воронок. Но нейросеть не отменяет главного: нужно понимать, что Вы строите. Если в голове хаос, нейросеть только ускорит этот хаос. Если есть система, нейросеть помогает быстрее создавать её элементы.

Поэтому сначала нужно понять логику.

В этой книге мы разберём, почему сайт является фундаментом, зачем нужны статьи, как появляется бесплатный целевой трафик, почему важно собирать подписчиков, как письма помогают выстраивать доверие, как правильно относиться к партнёрским программам и почему одной партнёрской ссылкой мало. Потом мы поговорим о нейросетях и ИИ-агентах

как о помощниках, которые могут снять часть рутины. А ближе к концу соберём всё в практический план, чтобы было понятно, с чего начать и как двигаться дальше.

Главная мысль простая: в интернете можно зарабатывать не за счёт хаотичных действий, а за счёт системы.

И чем понятнее эта система, тем спокойнее её внедрять.

Не нужно сразу становиться программистом. Не нужно с первого дня создавать свой большой продукт. Не нужно строить сложную воронку на сто шагов. Не нужно пытаться присутствовать на всех площадках одновременно. Для начала достаточно понять простую связку и начать собирать её по шагам.

Сначала фундамент. Потом трафик. Потом подписка. Потом письма. Потом партнёрские предложения. Потом улучшение каждого элемента.

Именно об этом эта книга.

## Глава 1

### Почему новичок теряется в интернет-заработке



Когда человек впервые начинает интересоваться заработком в интернете, перед ним быстро открывается огромный мир возможностей. С одной стороны, это вдохновляет. Кажется, что вариантов очень много. Можно создать сайт. Можно вести блог. Можно писать статьи. Можно зарабатывать на партнёрских программах. Можно продвигать товары и сервисы. Можно создать Telegram-канал. Можно вести рассылку. Можно использовать нейросети. Можно делать видео, обложки, презентации, воронки, мини-сервисы, автоворонки, лид-магниты.

Но через некоторое время вдохновение часто сменяется усталостью.

Потому что возможностей действительно много, а понятной последовательности нет.

Человек смотрит один урок и думает: “Нужно срочно делать сайт”. Смотрит второй и думает: “Нет, сначала надо идти в Telegram”. Смотрит третий и слышит: “Без рассылки ничего не получится”. В четвёртом ему говорят: “Главное — партнёрские программы”. В пятом показывают нейросети и обещают, что теперь можно быстро делать контент. В шестом объясняют, что без трафика вообще ничего не заработает.

Всё вроде бы правильно. Но вместе это не складывается.

Появляется ощущение, что нужно делать всё сразу. А когда человек пытается делать всё сразу, он чаще всего не делает ничего до конца.

Начал настраивать сайт — застрял на шаблоне. Начал писать статью — не понял, о чём писать. Нашёл партнёрскую программу — не понял, куда ставить ссылку. Создал форму подписки — не понял, что давать за подписку. Написал первое письмо — не понял, что писать дальше. Открыл нейросеть — получил текст, но не понял, как встроить его в общую систему.

И вот здесь возникает очень важный момент.

Новичок начинает думать, что проблема в нём. Что он недостаточно умный, недостаточно технический, слишком поздно начал, не умеет писать, не разбирается в сервисах, не понимает маркетинг. Но чаще всего проблема не в этом.

Проблема в том, что ему показывали отдельные детали, но не показали всю картину.

Представьте, что человеку дали коробку с деталями от конструктора, но не дали инструкцию. В коробке много полезного: колёса, болтики, панели, провода, крепления. Каждая деталь для чего-то нужна. Но если не понимать, что именно нужно собрать, эти детали будут только путать. Человек может долго переключивать их с места на место, пробовать соединять случайным образом, раздражаться и думать, что у него ничего не получается.

С интернет-заработком часто происходит то же самое.

Сайт — полезный инструмент. Партнёрские программы — полезный инструмент. Рассылка — полезный инструмент. Нейросети — полезный инструмент. Социальные сети — полезный инструмент. Но если человек не понимает, какую систему он собирает, каждый новый инструмент не помогает, а добавляет ещё один уровень сложности.

Поэтому первый шаг — перестать думать, что Вам нужно срочно освоить всё.

Вам не нужно знать всё. Вам нужно понять порядок.

Порядок важнее количества знаний. Потому что даже простые действия могут давать результат, если они стоят на своих местах. И наоборот, сложные действия могут не давать ничего, если они сделаны без логики.

Например, можно написать хорошую статью. Но если в ней нет следующего шага для читателя, человек прочитает и уйдёт. Можно поставить партнёрскую ссылку. Но если человек не понимает, зачем ему переходить, он не перейдёт. Можно собрать подписную форму. Но если нет полезного материала и понятной причины оставить контакт, подписок будет мало. Можно написать серию писем. Но если письма не связаны с интересом человека, они будут восприниматься как случайная рассылка.

Каждый элемент должен отвечать на вопрос: что происходит дальше?

Человек пришёл на статью. Что дальше?

Он прочитал полезный материал. Что дальше?

Он заинтересовался темой. Что дальше?

Он оставил контакт. Что дальше?

Он получил первое письмо. Что дальше?

Он понял проблему. Что дальше?

Он увидел решение. Что дальше?

Если на каждом шаге есть ответ, появляется система. Если ответа нет, человек теряется, а вместе с ним теряется и результат.

Одна из главных ошибок новичка в том, что он оценивает инструменты отдельно. Он спрашивает: “Работают ли сайты?” Или: “Работают ли партнёрские программы?” Или: “Работает ли рассылка?” Или: “Работают ли нейросети?”

Но правильнее спрашивать иначе: “Как этот инструмент встроен в систему?”

Сайт работает, если на него приходит целевой трафик и если он ведёт человека дальше.

Партнёрские программы работают, если они связаны с потребностью аудитории и правильно объяснены.

Рассылка работает, если человек сам подписался, получил пользу и постепенно понял, почему ему стоит обратить внимание на предложение.

Нейросети работают, если Вы используете их не для хаотичного создания текстов, а для ускорения конкретных процессов.

Вот почему нельзя просто взять один инструмент и ждать от него всего результата.

Допустим, Вы решили начать с сайта. Это хороший выбор, потому что сайт действительно может стать фундаментом. Но если Вы просто установили сайт и больше ничего не сделали, результата может не быть. На сайт должны приходить люди. Для этого нужны статьи, анонсы, поисковый трафик, иногда реклама или другие каналы. Дальше этих людей нужно не потерять. Для этого нужна подписка. Затем нужно продолжить общение. Для этого нужны письма. Затем нужно предложить решение. Для этого нужны партнёрские программы или собственный продукт.

То есть сайт важен, но он не работает в пустоте.

Точно так же и с партнёрскими программами. Новичку может казаться: “Вот оно, решение. Не нужно создавать свой продукт, не нужно заниматься доставкой, поддержкой, разработкой. Достаточно взять готовую партнёрскую ссылку и рекомендовать”. В целом мысль правильная. Партнёрский маркетинг действительно хорош тем, что Вы можете зарабатывать на готовых решениях. Но если просто взять ссылку и отправлять её всем подряд, это не система.

Система появляется тогда, когда Вы понимаете, кому именно предлагаете продукт, какую проблему он решает, где найти таких людей, как объяснить им пользу, как выстроить доверие и как сделать рекомендацию уместной.

Это уже другой уровень.

Именно здесь многие бросают. Не потому, что тема плохая. Не потому, что партнёрки не работают. Не потому, что сайт не нужен. А потому, что человек не увидел простой карты.

Он думал, что нужно сделать одно действие. А на самом деле нужно собрать несколько простых действий в правильной последовательности.

Здесь важно не испугаться слова “система”. Система — это не обязательно что-то сложное. Наоборот, хорошая система часто очень простая.

Привести человека.

Получить контакт.

Показать решение.

Если совсем упростить, в этом и есть основа.

Сначала нужно, чтобы человек пришёл. Потом нужно не потерять с ним связь. Потом нужно показать ему решение его задачи. Всё остальное — это уже детали, инструменты и усилители.

Статья помогает привести человека.

Сайт помогает принять его и дать полезный материал.

Подписка помогает сохранить контакт.

Письма помогают объяснить и выстроить доверие.

Партнёрская программа помогает предложить готовое решение.

Нейросеть помогает быстрее подготовить материалы.

Социальные сети помогают усилить распространение.

Когда Вы смотрите на это так, всё становится спокойнее. Уже не нужно хвататься за всё сразу. Нужно просто понять, какой элемент системы Вы сейчас собираете.

Если нет сайта, начните с фундамента.

Если есть сайт, но нет статей, начните с первых материалов.

Если есть статьи, но нет подписки, добавьте возможность оставить контакт.

Если есть подписка, но нет писем, подготовьте простую серию.

Если есть письма, но нет предложения, подберите подходящую партнёрскую программу.

Если всё это уже есть, начинайте усиливать трафик и улучшать слабые места.

Такой подход снимает лишнее напряжение.

Потому что человеку больше не нужно думать: “Мне надо разобраться во всём и сразу”. Ему достаточно спросить себя: “Какой следующий элемент моей системы я могу сделать сейчас?”

Это намного проще.

Ещё одна причина, почему новички теряются, — они часто сравнивают себя с теми, кто уже давно в теме. Смотрят на большие проекты, сложные сайты, красивые воронки, автоматические рассылки, продуманные презентации, десятки продуктов и думают: “Мне до этого слишком далеко”.

Но не нужно сравнивать свой первый шаг с чужой готовой системой.

Любая система когда-то начиналась с простых действий. С первой статьи. С первой страницы. С первой подписной формы. С первого письма. С первой партнёрской рекомендации. С первого перехода. С первой продажи.

Сначала всё может выглядеть очень просто. И это нормально. На старте не нужна идеальная конструкция. Нужна рабочая первая версия.

Лучше простая система, которую Вы действительно запустили, чем идеальная система, которую Вы полгода рисуете в голове и никак не начинаете.

Это особенно важно в интернет-заработке. Здесь очень легко застрять в подготовке. Выбирать тему, менять шаблон, переписывать заголовки, смотреть ещё один урок, искать лучший сервис, сравнивать платформы, изучать новые возможности нейросети. Всё это может быть полезно, но только до определённого момента. Потом подготовка превращается в способ ничего не запускать.

Ниже приведу один из моих примеров. И он еще раз подтверждает, что лучше сразу что-то сделать быстро, чем долго собирать сложные элементы и в конечном итоге не дойти до конца.

На одной из конференций я общался со своими знакомыми и в том момент, в одном из сервисов, появился инструмент для дополнительных продаж (апселл). Это когда после покупки, тебе предлагают еще один продукт по теме. Можно было все это настроить и сделать после конференции, но я сделал настройку сразу и уже во время обеда в этот же день запустил допродажи. В итоге, к вечеру у меня было плюс 62300 рублей на счете.

Я мог этого не делать совсем или сделать это позже, но сделал это сразу и получил отличный результат. Важно внедрять элементы сразу, а не строить сложные схемы.

Поэтому в этой книге мы будем идти от простого к более сложному.

Сначала поймём общую схему. Потом разберём фундамент. Потом поговорим о статьях и трафике. Потом о подписке и письмах. Потом о партнёрских программах. Потом о нейросетях и автоматизации. И только после этого соберём всё в план действий.

Не наоборот.

Потому что если начать с технических мелочей, можно быстро устать. А если сначала увидеть всю картину, каждая деталь встанет на своё место.

Главная мысль этой главы простая: новичок теряет не потому, что интернет-заработок невозможен. Он теряет потому, что видит слишком много отдельных инструментов и не видит системы.

Когда появляется система, становится понятнее, что делать дальше.

Не нужно изучать всё подряд. Не нужно сразу использовать все площадки. Не нужно гнаться за каждым новым трендом. Нужно собрать простую рабочую связку и постепенно её развивать.

Сайт.

Трафик.

Подписка.

Письма.

Партнёрские программы.

Деньги.

Вот с этой логикой мы и будем двигаться дальше.

### **Простыми словами**

Новичку чаще всего не хватает не информации, а порядка. Когда сайт, статьи, подписка, письма и партнёрки лежат в голове отдельно, появляется хаос. Когда они соединяются в одну цепочку, появляется система.

### **Главная ошибка**

Пытаться освоить все инструменты сразу и не понимать, какой из них за что отвечает.

### **Что сделать сейчас**

Возьмите лист бумаги и выпишите все инструменты, которые Вы уже пытались изучать: сайт, партнёрки, рассылка, Telegram, нейросети, реклама, статьи, социальные сети. Потом рядом с каждым инструментом напишите, какую роль он должен выполнять в системе. Если роль непонятна, значит, этот элемент пока рано усложнять.

### **Вывод главы**

Заработок в интернете становится понятнее, когда Вы перестаёте смотреть на инструменты отдельно и начинаете видеть связку. Не нужно хвататься за всё сразу. Нужно собрать простую систему по шагам.

## Глава 2

### Что такое источник дохода на самом деле



Когда человек слышит фразу “источник дохода”, он часто представляет себе что-то очень конкретное. Например, сайт, Telegram-канал, YouTube-канал, партнёрскую ссылку, рассылку, блог, страницу в социальной сети или какой-то сервис, через который можно получать деньги.

На первый взгляд всё выглядит логично. Есть сайт — значит, это источник дохода. Есть партнёрская ссылка — значит, это источник дохода. Есть канал — значит, это источник дохода. Есть рассылка — значит, это источник дохода.

Но здесь как раз и появляется первая путаница.

Сам по себе сайт ещё не является источником дохода. Партнёрская ссылка сама по себе тоже не является источником дохода. Telegram-канал, рассылка, статья, видео, нейросеть, страница подписки — всё это важные элементы, но каждый из них по отдельности не гарантирует результата.

Источник дохода появляется не тогда, когда у Вас есть один инструмент. Источник дохода появляется тогда, когда несколько элементов соединены в понятный путь, по которому человек приходит, получает пользу, начинает доверять и делает следующий шаг.

Давайте разберём простыми словами.

Представьте, что Вы нашли хорошую партнёрскую программу. Продукт полезный, комиссия хорошая, кабинет удобный, материалы есть. Вы получили партнёрскую ссылку и думаете: “Вот теперь у меня есть источник дохода”.

Но что происходит дальше?

Если эту ссылку просто разместить где-то в интернете, человек может её даже не заметить. Если отправить её в социальную сеть без объяснения, большинство пройдёт мимо. Если поставить её в статью без контекста, читатель может не понять, почему ему нужно переходить. Если дать ссылку холодному человеку, он может не доверять ни Вам, ни продукту, ни самой рекомендации.

И получается странная ситуация. Партнёрская программа есть. Ссылка есть. Возможность заработать есть. Но источника дохода в полном смысле пока нет.

Почему?

Потому что нет пути для человека.

Человек не появился из ниоткуда. Его нужно откуда-то привести. Потом ему нужно объяснить, куда он попал и почему эта тема для него важна. Потом нужно дать ему пользу. Потом нужно показать, какое решение существует. Потом нужно аккуратно подвести к партнёрскому продукту, если он действительно подходит под его задачу.

Вот тогда появляется не просто ссылка, а система.

То же самое с сайтом.

Можно установить WordPress, выбрать красивый шаблон, сделать несколько страниц, поставить логотип, написать “О проекте” и даже опубликовать несколько статей. Внешне всё будет выглядеть как настоящий интернет-проект. Но если на сайт никто не приходит, если статьи не отвечают на вопросы аудитории, если внутри нет подписки, если нет писем, если нет понятных рекомендаций, такой сайт пока не является источником дохода.

Он может стать фундаментом. Он может стать точкой контакта. Он может стать основой будущей системы. Но сам по себе он ещё не источник дохода.

Это очень важная мысль.

Источник дохода — это не предмет. Не кнопка. Не ссылка. Не страница. Не один канал. Источник дохода — это связка действий и элементов, которые вместе приводят к результату.

Если сказать совсем просто, источник дохода в интернете должен отвечать на несколько вопросов.

Откуда приходит человек?

Что он видит первым?

Почему он остаётся?

Как Вы сохраняете с ним контакт?

Как Вы выстраиваете доверие?

Какое решение Вы ему показываете?

Каким образом это решение приносит Вам доход?

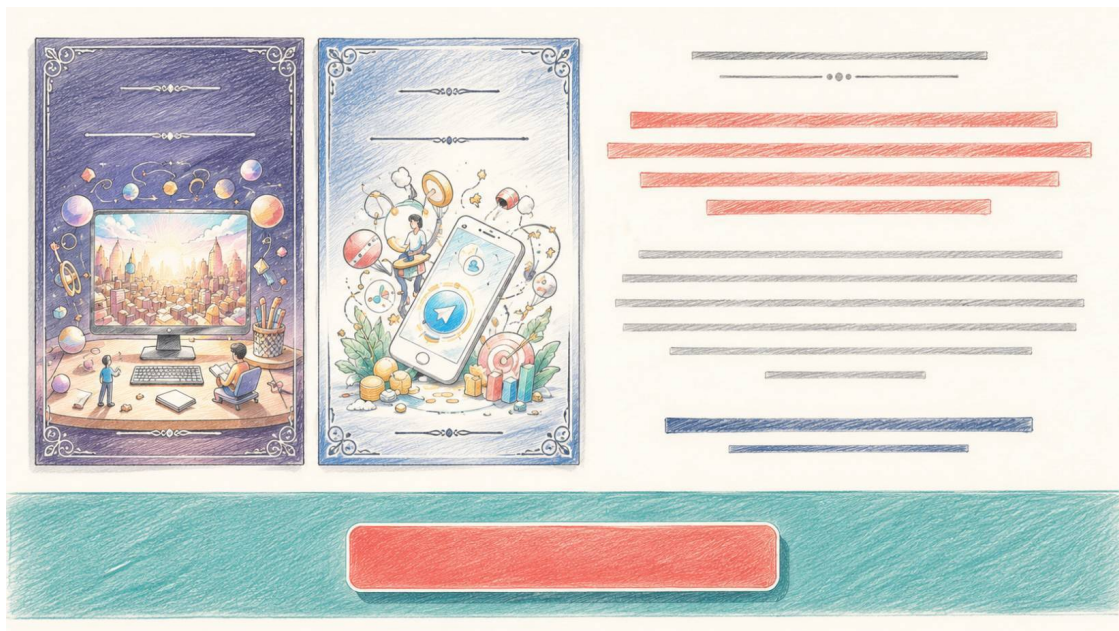
Если на эти вопросы есть ответы, перед нами уже не просто набор инструментов, а зачаток системы.

Например, человек ищет в интернете, как создать сайт на WordPress. Он попадает на Вашу статью. В статье Вы простыми словами объясняете, что для сайта нужен хостинг, домен, WordPress и базовая настройка. Человек читает, получает пользу и понимает, что Вы не просто бросили в него ссылкой, а помогли разобраться.

Дальше в статье Вы предлагаете ему скачать чек-лист “Что нужно подготовить перед созданием сайта”. Он оставляет email или подписывается в удобный канал. После этого получает несколько писем, где Вы объясняете, как выбрать хостинг, как не переплатить, какие ошибки бывают у новичков, как установить WordPress и как сделать первые страницы.

И уже после этого Вы рекомендуете партнёрский хостинг или свою обучающую программу.

Кстати, хочу показать вам шаблон одной из самых лучших подписных страниц. Именно такая схема дает высокую конверсию в подписку.



Желательно сделать сдвоенный лид-магнит (лид-магнит - это бесплатный продукт, который вы отдаете за подписку). Ниже сама схема и первый экран желательно сделать в таком порядке. Да, ниже должно быть описание, примеры и так далее, но “шапка” должна быть именно такой.

Слева 2 картинки ваших бесплатных продуктов, то есть визуализация. Справа краткое описание этих продуктов и выгода, ниже яркая кнопка на подписку в E-mail, в Бот или другой инструмент доставки.

Вот это источник дохода.

Почему? Потому что здесь есть путь.

Сначала был вопрос человека. Потом был полезный материал. Потом был контакт. Потом было доверие. Потом была рекомендация. И только потом появилась возможность заработать.

Именно в этом отличие настоящего источника дохода от случайной попытки что-то продать.

Большинство новичков начинают с конца. Они думают: “Что бы мне такое продвигать?” Или: “Где взять партнёрскую ссылку?” Или: “Какой продукт даёт большую комиссию?” Это понятные вопросы, но они не должны быть первыми.

Первый вопрос должен быть другим - кому я могу помочь и каким путём я приведу этого человека к решению?

Если Вы начинаете с этого вопроса, всё меняется.

Вы уже не просто ищете товар с высокой комиссией. Вы думаете об аудитории. Не просто размещаете ссылку. Вы объясняете. Не просто гонитесь за быстрым кликом. Вы выстраиваете доверие. Не просто хотите заработать на человеке. Вы помогаете ему решить задачу и получаете вознаграждение за рекомендацию.

Это более правильная и более спокойная модель.

Партнёрский маркетинг вообще хорошо работает тогда, когда он построен не на навязывании, а на полезной рекомендации. Человек ищет решение. Вы помогаете ему разобраться. Если продукт действительно подходит, Вы рекомендуете его. Человек получает пользу, партнёрская программа получает клиента, а Вы получаете комиссию.

Все довольны.

Но для этого нужна не просто ссылка, а контекст.

Контекст — это статья, письмо, объяснение, пример, сравнение, личный опыт, ответы на вопросы, снятие страхов. Именно контекст превращает партнёрскую ссылку из случайной рекламы в полезную рекомендацию.

Поэтому, когда мы говорим об источниках дохода в интернете, важно не путать элементы и систему.

Сайт — это элемент.

Статья — это элемент.

Партнёрская ссылка — это элемент.

Подписная форма — это элемент.

Письмо — это элемент.

Социальная сеть — это элемент.

Нейросеть — это инструмент для создания элементов.

А источник дохода появляется тогда, когда эти элементы начинают работать вместе.

Можно сравнить это с обычным магазином.

Если у человека есть только товар на складе, это ещё не бизнес. Нужно, чтобы покупатель узнал о товаре, пришёл в магазин, понял, что это за товар, почему он ему подходит, смог задать вопросы, оплатить и получить покупку. Только тогда появляется полноценный процесс.

В интернете всё устроено похожим образом. Просто вместо физического магазина у нас может быть сайт. Вместо продавца — статья и письма. Вместо витрины — полезный контент. Вместо консультанта — серия объяснений. Вместо кассы — партнёрская ссылка или страница продукта.

Но логика остаётся прежней: человек должен пройти понятный путь.

Если пути нет, всё разваливается на отдельные кусочки.

Допустим, Вы написали статью. Она даже начала получать переходы из поиска. Это хорошо. Но если человек прочитал статью и ушёл, Вы получили только разовый контакт. Возможно, он больше никогда не вернётся. Даже если материал ему понравился, он может закрыть вкладку, отвлечься, забыть название сайта и потеряться.

Поэтому нужна подписка.

Подписка помогает не терять человека после первого касания. Она переводит случайного посетителя в Вашу аудиторию. Это уже совсем другой уровень. Вы больше не зависите только от того, вернётся человек сам или нет. У Вас появляется возможность продолжить разговор.

Но и подписка сама по себе ещё не источник дохода. Можно собрать базу и ничего с ней не делать. Можно отправлять случайные письма без логики. Можно писать только продажи и быстро потерять доверие. Поэтому нужны письма, которые ведут человека по смысловому маршруту.

Письма объясняют. Письма прогревают. Письма помогают человеку увидеть проблему глубже. Письма показывают решение. Письма отвечают на вопросы, которые человек не всегда задаёт вслух.

И только после этого партнёрское предложение становится уместным.

Вот почему источник дохода — это всегда цепочка.

Если в цепочке нет первого звена, к Вам никто не приходит.

Если нет второго звена, Вы теряете контакт.

Если нет третьего звена, не успеваете выстроить доверие.

Если нет четвёртого звена, человеку нечего предложить.

Если нет пятого звена, система не превращается в деньги.

Конечно, на практике всё может быть устроено по-разному. У кого-то основным входом будет сайт и поисковый трафик. У кого-то YouTube. У кого-то Telegram. У кого-то Дзен или VK. У кого-то платная реклама. Но сама логика остаётся одинаковой.

Есть вход.

Есть контакт.

Есть доверие.

Есть решение.

Есть монетизация.

Это и есть основа источника дохода.

Новичку важно понять ещё одну вещь: источник дохода не обязательно сразу должен быть большим. Не нужно начинать с огромного портала, сложной автоворонки, десятков писем, сотен статей и множества партнёрских программ. На старте источник дохода может быть очень простым.

Например:

одна тема;

один небольшой сайт;

пять полезных статей;

один простой подарок за подписку;

пять писем;

две-три партнёрские программы.

Это уже можно собрать в рабочую систему.

Да, она не будет идеальной. Да, её нужно будет улучшать. Да, сначала переходов может быть мало. Но это уже не хаотичные действия. Это уже структура, которую можно развивать.

А развивать систему намного проще, чем каждый раз начинать заново.

Если у Вас есть статья и она не даёт переходов, можно улучшить заголовок, добавить ключевые фразы, сделать анонсы, обновить текст. Если есть подписка, но мало заявок, можно улучшить предложение бесплатного материала. Если есть письма, но мало переходов, можно изменить подачу, усилить примеры, лучше объяснить пользу. Если есть партнёрка, но нет продаж, можно проверить, подходит ли продукт аудитории.

Когда есть система, Вы понимаете, что именно улучшать.

А когда есть только разрозненные действия, непонятно, где проблема. Вроде бы сайт есть, ссылки есть, статьи есть, а результата нет. Человек не видит, какое звено слабое, и начинает менять всё подряд. Сегодня меняет тему. Завтра меняет партнёрку. Потом бросает сайт. Потом идёт в Telegram. Потом начинает заново с нейросетей. Потом опять разочаровывается.

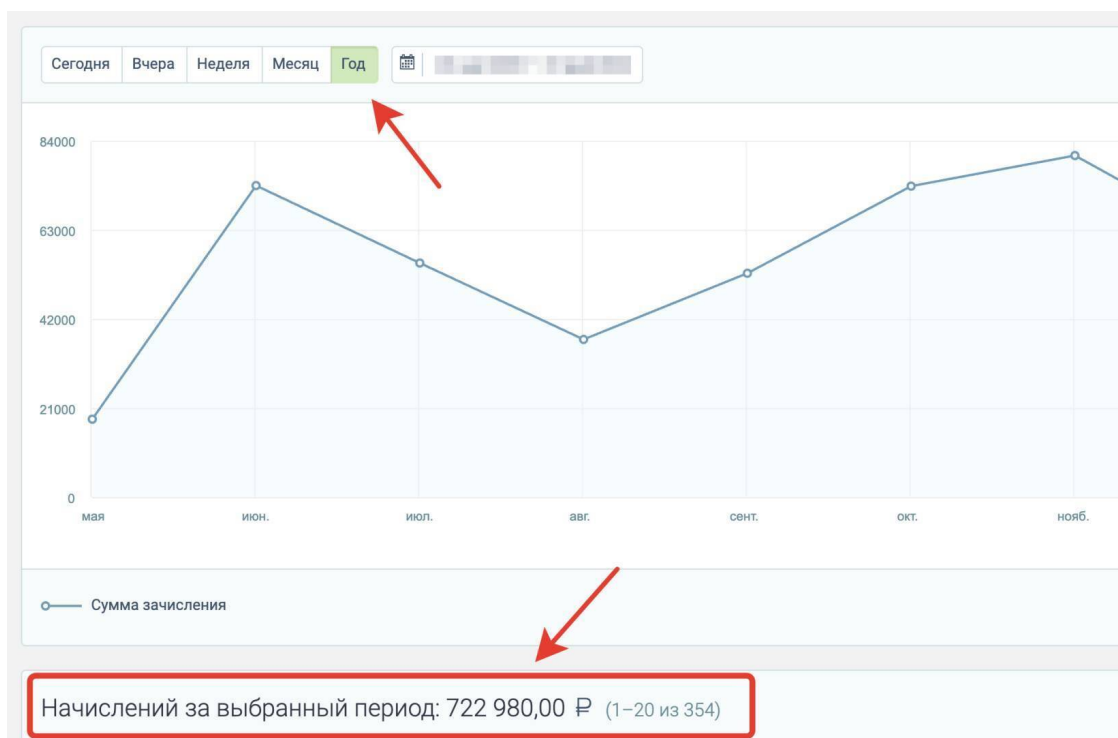
И так можно ходить по кругу очень долго.

Поэтому в этой книге мы будем постоянно возвращаться к простой мысли: источник дохода нужно не искать, а собирать.

Приведу свой личный пример по продвижению партнёрской программы хостинга. Как это сделано у меня. Есть обучающий и совершенно бесплатный курс по созданию сайта с полного нуля. В уроках показан весь путь создания сайта, но так как сайт всегда должен находиться на хостинге, я и рекомендую хостинг по партнёрской ссылке.

В итоге, клиент получает бесплатный курс и создает свой сайт, то он доволен, потому что закрыл свою проблему и полностью решил свой вопрос по созданию сайта. Я получил партнёрское вознаграждение за рекомендацию хостинга. Хостинг-провайдер получил еще одного клиента. То есть, все люди в этой цепочке довольны и получили выгоду.

Что в цифрах? Смотрите скриншот ниже. Доход за год составляет 722980 рублей.



В среднем в месяц примерно  $722980/12 = 60248$  рублей. Неплохая прибавка к доходу, особенно если учитывать, что это всего лишь одна партнерская программа.

Это не находка. Это конструкция.

Вы берёте аудиторию, понимаете её вопросы, создаёте полезный материал, приводите людей, собираете контакты, выстраиваете доверие и предлагаете подходящее решение. Так появляется источник дохода.

И здесь важно не торопиться.

Иногда хочется сразу увидеть деньги. Это нормально. Все мы хотим результата. Но если думать только о деньгах, можно начать делать резкие движения: ставить ссылки где попало, писать слишком агрессивные письма, выбирать сомнительные продукты, обещать лишнее. В краткосрочной перспективе это может дать какие-то клики, но в долгосрочной ломает доверие.

А в партнёрском маркетинге доверие — один из главных активов.

Человек должен понимать, что Вы не просто хотите получить комиссию. Вы действительно стараетесь помочь ему разобраться. Вы объясняете плюсы и минусы. Вы показываете, для кого подходит решение. Вы не обещаете невозможного. Вы не давите, а ведёте.

Такой подход особенно важен для новичковой аудитории. Люди и так перегружены информацией. Они боятся ошибиться, потерять деньги, не справиться с техникой, не понять сервисы. Если давить на них сложными терминами и агрессивными обещаниями, они скорее закроются. А если объяснять спокойно, шаг за шагом, доверие начинает расти.

Именно поэтому источник дохода в интернете начинается не с желания “что бы продать”, а с желания помочь человеку пройти путь.

Путь может быть небольшим. Например, помочь выбрать хостинг. Помочь понять, как работает партнёрская программа. Помочь написать первую статью. Помочь разобраться, зачем нужна подписка. Помочь увидеть, как сайт, письма и партнёрки связаны между собой.

Когда человек получает такую помощь, Ваша рекомендация воспринимается иначе.

Она уже не выглядит как случайная реклама. Она становится продолжением полезного материала.

Вот к этому и нужно стремиться.

Если подвести итог, источник дохода — это не один инструмент, а рабочая связка.

Не сайт, а сайт, на который приходят люди и с которого они делают следующий шаг.

Не статья, а статья, которая отвечает на вопрос и ведёт к подписке или рекомендации.

Не подписка, а подписка, после которой человек получает понятные письма.

Не партнёрская ссылка, а рекомендация, встроенная в полезный путь.

Не нейросеть, а помощник, который помогает быстрее создавать элементы системы.

Когда Вы начинаете смотреть на интернет-заработок именно так, многое становится проще.

Вы перестаёте метаться между способами. Перестаёте думать, что нужно срочно освоить всё. Перестаёте ждать чуда от одного инструмента. И начинаете задавать правильный вопрос: какой элемент моей системы сейчас нужно собрать или усилить?

Это уже совсем другое мышление.

Не “где бы быстро заработать”, а “какую систему я строю”.

Не “куда бы вставить ссылку”, а “какой путь проходит человек”.

Не “какой инструмент сейчас модный”, а “какую задачу этот инструмент решает в моей системе”.

Именно с этого начинается более спокойный, взрослый и практичный подход к заработку в интернете.

### **Простыми словами**

Источник дохода — это не просто сайт, ссылка или канал. Это связка, где человек приходит, получает пользу, оставляет контакт, начинает доверять и видит подходящее решение.

### **Главная ошибка**

Думать, что партнёрская ссылка сама по себе уже является источником дохода. На самом деле ссылка начинает работать только тогда, когда вокруг неё есть контекст, доверие и понятный путь для человека.

### **Что сделать сейчас**

Опишите один возможный источник дохода по простой схеме:

1. Откуда придёт человек?
2. Какой материал он увидит первым?
3. Почему он захочет оставить контакт?
4. Какие письма помогут ему разобраться?
5. Какое партнёрское решение Вы сможете ему рекомендовать?

Если Вы можете ответить на эти вопросы, у Вас уже появляется не случайная идея, а основа системы.

### **Вывод главы**

Источник дохода в интернете нужно не искать, а собирать. Он появляется тогда, когда отдельные инструменты соединены в понятную цепочку и ведут человека от интереса к решению.

## Глава 3

### Главная схема: трафик, подписка, письма, партнёрки, деньги



Теперь, когда мы разобрались, что источник дохода — это не один инструмент, а связка, можно перейти к главной схеме этой книги.

Она очень простая:

**трафик → подписка → письма → партнёрки → деньги.**

На первый взгляд кажется, что в этой схеме нет ничего необычного. Но именно в её простоте и есть сила. Большинство новичков теряется не потому, что схема слишком сложная, а потому, что они пытаются работать без схемы вообще.

Они отдельно думают про сайт. Отдельно про статьи. Отдельно про партнёрки. Отдельно про письма. Отдельно про нейросети. Отдельно про социальные сети. В итоге каждый элемент существует сам по себе, а общей логики нет.

А нужно, чтобы каждый элемент отвечал на свой вопрос.

Трафик отвечает на вопрос: откуда приходят люди?

Подписка отвечает на вопрос: как не потерять этих людей?

Письма отвечают на вопрос: как выстроить доверие и объяснить решение?

Партнёрки отвечают на вопрос: что полезного можно предложить человеку?

Деньги отвечают на вопрос: как вся эта система превращается в результат?

Если посмотреть на схему именно так, становится намного понятнее, зачем нужен каждый элемент.

Начнём с трафика.

Без трафика система не запускается. Можно сделать красивый сайт, написать полезные статьи, подготовить письма, выбрать партнёрские программы, но если к Вам никто не приходит, всё это останется внутри системы без движения.

Трафик — это поток людей.

Но здесь важно уточнить: нам нужен не просто любой трафик. Нам нужны люди, которым потенциально интересна наша тема. Если человек хочет научиться создавать сайт, ему можно предложить статью про WordPress, чек-лист по запуску сайта, инструкцию по выбору хостинга или партнёрскую рекомендацию подходящего сервиса. Если человек интересуется партнёрским маркетингом, ему будут полезны материалы про выбор партнёрок, статьи, воронки, рассылки и способы продвижения.

А если человек вообще не интересуется этой темой, то даже самый красивый сайт и самая хорошая партнёрская программа не помогут.

Поэтому трафик должен быть целевым.

Целевой трафик — это не просто цифры в статистике. Это люди, у которых уже есть вопрос, интерес или проблема. Именно поэтому поисковый трафик так ценен. Когда человек сам набирает запрос в поиске, он уже показывает свой интерес. Он не просто случайно увидел Ваш материал. Он искал ответ.

Например, человек пишет: “как создать сайт самому”, “как заработать на партнёрских программах”, “как выбрать хостинг”, “как писать статьи для блога”, “как использовать нейросети для работы”. В каждом таком запросе уже есть потребность.

Если у Вас есть статья, которая отвечает на этот запрос, Вы получаете шанс начать с человеком диалог.

Не навязаться ему. Не догонять его агрессивной рекламой. А просто оказаться рядом в тот момент, когда он сам ищет решение.

Это важное отличие.

Конечно, трафик может приходиться не только из поиска. Он может приходиться из социальных сетей, из Telegram, из Дзена, из VK, из видео, из рассылки, из рекомендаций, из платной рекламы, из комментариев, из гостевых материалов. Каналов может быть много. Но задача у них одна: привести человека к первому контакту с Вашим материалом.

И здесь мы переходим ко второму элементу — подписке.

Представьте, что человек пришёл на Вашу статью. Он прочитал материал, получил пользу, возможно, даже подумал: “Хорошо объясняет”. Но потом он закрыл страницу и ушёл. Что произойдёт дальше?

Возможно, он вернётся. Но скорее всего нет.

Он может забыть название сайта. Может отвлечься. Может найти другой материал. Может отложить решение на потом. Может просто закрыть вкладку и больше никогда не вспомнить, где именно прочитал полезную мысль.

Если Вы никак не сохранили контакт, Вы потеряли этого человека.

Именно поэтому подписка так важна.

Подписка превращает случайного посетителя в Вашу аудиторию. Это может быть email-подписка, подписка в Telegram, регистрация через форму, получение бесплатного материала, участие в мини-курсе, скачивание чек-листа. Технический формат может быть разным, но смысл один: человек оставляет Вам возможность продолжить с ним общение.

Очень важно понимать: подписка не должна быть формальной. Недостаточно просто поставить на сайте форму “Подпишитесь на новости”. Сегодня это почти не работает. Человеку нужна понятная причина, зачем оставлять контакт.

Что он получит?

Какую задачу решит?

Почему это полезно именно сейчас?

Что будет после подписки?

Если человек читает статью про создание сайта, ему можно предложить чек-лист запуска сайта. Если он читает про партнёрские программы, ему можно предложить список проверенных партнёров или простую схему партнёрской воронки. Если он читает про нейросети, ему можно предложить набор промптов или инструкцию по созданию статьи с помощью нейросети.

Подписка должна быть продолжением интереса, а не случайным блоком сбоку.

Это важное правило.

Человек пришёл за одной темой. Значит, следующий шаг тоже должен быть связан с этой темой. Тогда подписка выглядит естественно.

Например:

Статья: “Как создать сайт на WordPress новичку”

Подписка: “Скачайте чек-лист запуска первого сайта”

Статья: “Как заработать на партнёрских программах”

Подписка: “Получите список партнёрских программ для старта”

Статья: “Как писать статьи для блога с помощью нейросети”

Подписка: “Заберите промпт для подготовки статьи”

Когда связь понятна, человеку проще сделать следующий шаг.

Но подписка — это ещё не деньги. Это только мост.

Мост между первым касанием и дальнейшим доверием.

И здесь появляется третий элемент — письма.

Письма нужны для того, чтобы не бросать человека после подписки. Если он оставил контакт, но дальше ничего не происходит, доверие быстро остывает. Он мог заинтересоваться, но интерес нужно поддержать. Ему нужно объяснить, показать, раскрыть тему, ответить на вопросы, убрать сомнения.

Многие относятся к письмам только как к инструменту продаж. Это ошибка.

Письма — это в первую очередь инструмент доверия.

Через письма Вы можете спокойно продолжить разговор. Не в режиме “купи срочно”, а в режиме “давайте разберёмся”. Вы можете показать человеку, почему у него раньше не получалось, какая ошибка мешала, как устроена простая схема, какие шаги нужно сделать, чего не нужно бояться, какие решения могут помочь.

В письмах удобно вести человека постепенно.

Первое письмо может просто выдать обещанный материал и познакомить с Вами.

Второе письмо может объяснить главную проблему новичка.

Третье может показать простую схему решения.

Четвёртое может привести пример.

Пятое может предложить следующий шаг.

Это не сложная конструкция. Это обычная человеческая логика общения.

Сначала человек получает пользу. Потом понимает проблему. Потом видит путь. Потом убеждается, что путь реальный. Потом получает предложение.

Вот почему серия писем часто работает лучше, чем одно письмо.

Одно письмо пытается сделать всё сразу. А серия позволяет вести человека аккуратно. Без спешки. Без давления. С нормальным объяснением.

Особенно это важно в темах, где человек не принимает решение мгновенно. Если речь идёт о заработке, сайте, партнёрских программах, воронках, обучении, сервисах, человек хочет сначала разобраться. Он может сомневаться. Может бояться технических сложностей. Может

думать, что уже поздно начинать. Может не понимать, с чего стартовать. Может не верить, что у него получится.

И всё это невозможно снять одной ссылкой.

Нужен разговор.

Письма как раз и дают возможность такой разговор выстроить.

Конечно, письма должны быть полезными. Если человек подписался и сразу получает только продажи, он быстро теряет интерес. Но если письма помогают разобраться, доверие растёт. А когда появляется доверие, рекомендация воспринимается гораздо лучше.

И вот здесь мы подходим к четвёртому элементу — партнёрским программам.

Партнёрки в этой системе выполняют роль готового решения. Вы не обязательно создаёте свой продукт с нуля. Не обязательно разрабатываете сервис, пишете большой курс, создаёте платформу или строите отдел поддержки. Вы можете рекомендовать то, что уже создано другими.

Но важно выбирать партнёрские продукты не случайно.

Партнёрка должна быть связана с темой, аудиторией и тем путём, по которому Вы ведёте человека.

Если Вы пишете про создание сайтов, логично рекомендовать хостинг, шаблоны, сервисы для сайта, обучение по WordPress, инструменты для аналитики. Если Вы пишете про партнёрский маркетинг, логично рекомендовать партнёрские программы, сервисы рассылок, инструменты для создания страниц, обучение по воронкам. Если Вы пишете про нейросети, можно рекомендовать сервисы, курсы, инструменты, которые помогают создавать контент.

А если в вашей теме можно объединить несколько смежных продуктов, обязательно это сделайте. Так вы сможете сразу рекомендовать хостинг, сервисы, шаблоны, нейросети, курсы, различные инструменты и все это поможет вам построить систему множественных источников дохода.

Главное, чтобы рекомендация выглядела естественно.

Плохая рекомендация выглядит так: человек читал статью про одно, а ему внезапно предлагают что-то совершенно другое, потому что там высокая комиссия.

Хорошая рекомендация выглядит так: человек изучал тему, понял проблему, получил пользу, а потом увидел решение, которое логично продолжает этот путь.

Тогда партнёрская программа не выглядит чужеродной рекламой. Она становится частью помощи.

Это очень важный подход.

В партнёрском маркетинге можно зарабатывать по-разному. Можно пытаться любой ценой отправить человека по ссылке. А можно выстраивать доверие и рекомендовать то, что действительно подходит. Второй путь, как правило, надёжнее и спокойнее.

Потому что Вы строите не только продажи, но и репутацию.

Если человек перешёл по Вашей рекомендации, получил пользу и остался доволен, он с большей вероятностью будет читать Вас дальше. Он будет больше доверять следующим рекомендациям. Он может вернуться, подписаться, купить что-то ещё, порекомендовать Вас другим.

А если Вы один раз отправили его на сомнительный продукт ради комиссии, доверие можно потерять очень быстро.

Поэтому партнёрки — это не просто способ получить деньги. Это часть отношений с аудиторией.

И только после этого мы приходим к пятому элементу — деньгам.

Деньги в этой схеме стоят в конце не случайно. Это результат, а не начало.

Да, мы строим систему для заработка. Но если думать только о деньгах, можно испортить все предыдущие шаги. Можно начать писать статьи не для людей, а только под продажу. Можно

собирать подписку обманом. Можно отправлять слишком много писем. Можно рекомендовать неподходящие продукты. Можно обещать больше, чем есть на самом деле.

Такой подход может дать краткосрочные всплески, но он плохо работает вдолгую.

Гораздо правильнее смотреть на деньги как на результат хорошо выстроенной цепочки.

Вы привели целевого человека.

Дали ему полезный материал.

Сохранили контакт.

Выстроили доверие.

Показали подходящее решение.

Получили комиссию.

Это честная и понятная модель.

В ней нет ничего волшебного. Она не обещает мгновенных денег. Но она даёт главное — понимание, за счёт чего вообще появляется доход.

Доход появляется не потому, что Вы “разместили ссылку”.

Доход появляется потому, что Вы помогли человеку пройти путь к решению.

Вот это нужно запомнить.

Теперь давайте посмотрим на всю схему ещё раз.

Трафик — это вход. Без него нет людей.

Подписка — это сохранение контакта. Без неё Вы теряете большую часть посетителей.

Письма — это доверие и объяснение. Без них человек часто не успевает созреть до решения.

Партнёрки — это готовые решения, которые можно рекомендовать. Без них система не монетизируется.

Деньги — это результат всей цепочки.

Если убрать трафик, система стоит без движения.

Можно подготовить красивые письма, выбрать отличные партнёрки, сделать сайт, но если к Вам никто не приходит, результата не будет.

Если убрать подписку, Вы будете постоянно терять людей.

Они будут приходить, читать и уходить. Кто-то перейдёт по ссылке сразу, но большинство просто исчезнет. А Вы каждый раз будете начинать с нуля.

Если убрать письма, Вы не успеете выстроить доверие.

Человек может заинтересоваться, но не принять решение сразу. Ему нужно время, объяснение, повторные касания. Без писем эта часть проваливается.

Если убрать партнёрки, у Вас не будет понятного способа получить доход.

Можно давать пользу, собирать аудиторию, писать письма, но если Вы ничего не предлагаете, система не превращается в деньги.

Если убрать смысл и пользу, всё превращается в обычную рекламу.

А обычной рекламы сегодня слишком много. Люди устали от неё. Они охотнее откликаются на понятное объяснение, честную рекомендацию и спокойную подачу.

Поэтому наша задача — не просто собрать техническую цепочку, а наполнить её смыслом.

Статья должна быть полезной.

Подписка должна давать ценность.

Письма должны помогать разобраться.

Партнёрская рекомендация должна быть уместной.

Система должна работать не против человека, а для него.

Именно тогда она начинает работать и для Вас.

Можно сказать так: чем больше пользы получает человек на пути к решению, тем выше шанс, что он доверится Вашей рекомендации. Это не означает, что нужно отдавать всё бес-

платно и ничего не продавать. Нет. Это означает, что продажа или партнёрская рекомендация должна быть логичным продолжением пользы.

Например, Вы объяснили человеку, как создать сайт. В какой-то момент ему всё равно понадобится хостинг. Если Вы спокойно объясняете, какой хостинг подойдёт новичку, на что смотреть и почему Вы рекомендуете конкретный вариант, это выглядит естественно.

Вы объяснили, как работает партнёрская воронка. В какой-то момент человеку понадобится сервис рассылок. Если Вы показываете подходящий вариант, это логично.

Вы объяснили, как писать статьи с помощью нейросети. В какой-то момент человеку может понадобиться набор промптов, обучение или инструмент. Если Вы рекомендуете его в правильном контексте, это воспринимается нормально.

Главное — не перепрыгивать через этапы.

Не нужно начинать с предложения, если человек ещё не понял проблему.

Не нужно давать ссылку, если Вы не объяснили, зачем она нужна.

Не нужно продавать сложное решение, если человек не понял простую схему.

Не нужно вести в партнёрку, если продукт не связан с материалом.

В системе всё должно идти последовательно.

Сначала интерес. Потом польза. Потом доверие. Потом решение. Потом деньги.

Эта последовательность особенно важна для новичковой аудитории. Новичок не всегда понимает термины, не всегда уверен в себе, не всегда готов быстро платить, не всегда верит, что сможет повторить. Ему нужно показать путь простыми словами. Не давить, а объяснять. Не перегружать, а вести.

Именно поэтому в этой книге мы будем постоянно возвращаться к простоте.

Нам не нужна сложная воронка на десятки шагов. Нам не нужно сразу подключать множество сервисов. Нам не нужно строить огромную систему в первый день. Для старта достаточно простой модели.

Один сайт.

Несколько статей.

Один полезный материал для подписки.

Пять писем.

Несколько подходящих партнёрских программ.

Регулярное привлечение трафика.

Этого уже достаточно, чтобы начать.

Потом систему можно улучшать.

Добавить новые статьи.

Сделать больше анонсов.

Подключить новые партнёрки.

Улучшить письма.

Сделать отдельные страницы.

Добавить видео.

Использовать нейросети.

Настроить ИИ-агента для подготовки материалов.

Подключить рекламу, если есть смысл.

Но всё это потом.

Сначала нужна рабочая основа.

Очень частая ошибка — пытаться сразу построить сложную конструкцию, не запустив простую. Человек начинает выбирать сервисы, сравнивать тарифы, рисовать сложные схемы, изучать автоматизации, думать о дизайне, переписывать тексты, настраивать мелочи. Проходит неделя, месяц, два месяца, а система так и не запущена.

Лучше наоборот.

Сначала запустить простую версию. Потом улучшать.

Пусть первая статья будет не идеальной. Пусть первая подписная страница будет простой. Пусть первая серия писем будет короткой. Пусть первая партнёрская рекомендация будет аккуратной. Главное, чтобы цепочка начала работать.

Когда цепочка есть, её можно измерять.

Сколько людей пришло на статью?

Сколько перешло к подписке?

Сколько открыло письма?

Сколько кликнуло по рекомендации?

Сколько дошло до партнёрского продукта?

Даже если цифры маленькие, у Вас появляется понимание. Вы видите, где слабое место. Не гадаете, а смотрите на систему.

Если людей мало на входе, нужно усиливать трафик.

Если люди читают, но не подписываются, нужно улучшать предложение подписки.

Если подписываются, но не читают письма, нужно менять темы и подачу.

Если читают, но не кликают, нужно лучше объяснять решение.

Если кликают, но нет продаж, возможно, не подходит продукт или не хватает доверия.

Так система становится управляемой.

Без схемы Вы просто не понимаете, что происходит. Есть ощущение “не работает”. А что именно не работает — непонятно.

Со схемой всё спокойнее.

Вы не ругаете весь интернет-заработок. Не бросаете партнёрки. Не удаляете сайт. Не начинаете каждый раз с нуля. Вы смотрите на конкретное звено и улучшаете его.

Это и есть взрослый подход.

Давайте ещё раз закрепим главную мысль.

Трафик сам по себе не гарантирует денег. Можно привести много людей и ничего не заработать.

Подписка сама по себе не гарантирует денег. Можно собрать базу и не выстроить доверие.

Письма сами по себе не гарантируют денег. Можно писать часто, но не вести к решению.

Партнёрки сами по себе не гарантируют денег. Можно иметь десятки ссылок и не получать продаж.

Но когда всё это связано, появляется система.

И чем понятнее эта связка, тем легче её развивать.

В следующих главах мы начнём разбирать элементы подробнее. Сначала поговорим о сайте как фундаменте. Почему именно сайт, зачем он нужен, почему он не должен быть сложным и почему он сам по себе ещё не зарабатывает. Потом разберём статьи, трафик, подписку, письма, партнёрские программы и усиление через нейросети.

Но уже сейчас важно запомнить основу:

не ищите один волшебный инструмент;

не думайте, что одна ссылка решит всё;

не пытайтесь объять все площадки сразу;

не усложняйте раньше времени.

Соберите простую цепочку.

Приведите человека.

Сохраните контакт.

Объясните решение.

Порекомендуйте подходящий продукт.

Получите результат.

Вот так отдельные инструменты превращаются в источник дохода.

### **Простыми словами**

Главная схема системы выглядит так: человек приходит через трафик, оставляет контакт через подписку, получает объяснение через письма, видит подходящее партнёрское решение и только после этого появляются деньги.

### **Главная ошибка**

Думать, что можно убрать несколько звеньев и всё равно получить стабильный результат. Например, оставить только партнёрскую ссылку без статей, подписки и доверия.

### **Что сделать сейчас**

Нарисуйте свою будущую схему из пяти элементов:

### **Трафик → Подписка → Письма → Партнёрки → Деньги**

Под каждым элементом напишите, что у Вас уже есть, а чего пока нет. Например:

Трафик: есть 3 статьи или пока нет статей.

Подписка: есть форма или пока нет подарка за подписку.

Письма: есть 1 письмо или нужна серия.

Партнёрки: выбраны 2 программы или пока не выбраны.

Деньги: есть первые переходы или пока система не запущена.

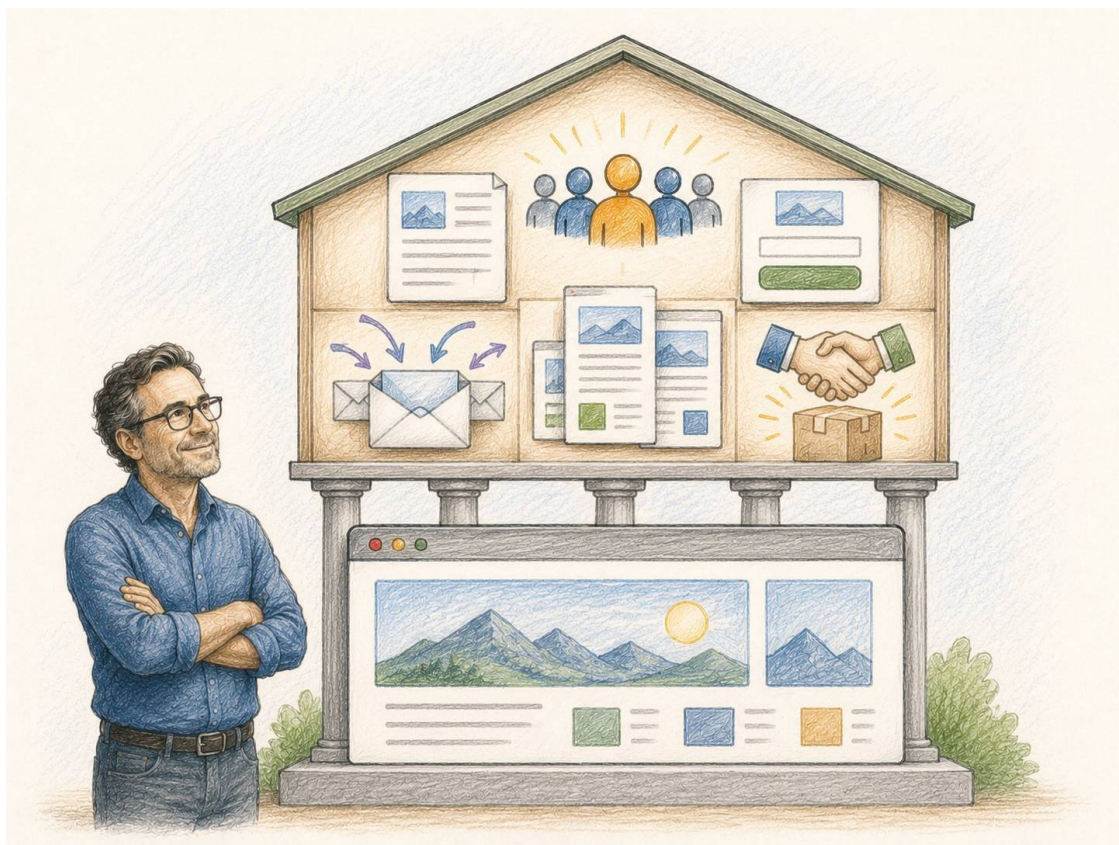
Так Вы сразу увидите не абстрактную проблему, а конкретное слабое место.

### **Вывод главы**

Деньги появляются не от одного инструмента, а от связки. Когда трафик, подписка, письма и партнёрские программы соединены в понятную систему, интернет-заработок становится не хаотичным набором действий, а управляемым процессом.

## Глава 4

### Сайт как фундамент системы



Когда мы говорим о заработке в интернете, очень легко увлечься модными инструментами. Сегодня все обсуждают нейросети. Завтра появляется новый сервис. Послезавтра кто-то говорит, что нужно срочно снова идти в Telegram. Потом начинается разговор про короткие видео, автоворонки, платный трафик, чат-ботов, социальные сети, маркетплейсы, искусственный интеллект, ИИ-агентов и ещё десятки разных направлений.

Всё это может быть полезным. Но если у системы нет основы, она получается слишком хрупкой.

Именно поэтому я всегда возвращаюсь к простому вопросу: где у Вас находится центральная точка всей системы?

Где человек может познакомиться с Вами?

Где он может спокойно прочитать материал?

Где он может найти ответы на свои вопросы?

Где можно разместить статьи, партнёрские рекомендации, формы подписки, полезные материалы и ссылки?

Где можно постепенно накапливать контент, который будет работать не один день, а долго?

Для меня таким фундаментом является сайт.

Не потому, что сайт сам по себе волшебный инструмент. И не потому, что без сайта вообще невозможно зарабатывать. Нет, зарабатывать можно по-разному. Но если мы говорим о понятной, спокойной и устойчивой системе, сайт становится очень удобной основой.

Сайт — это место, которое Вы контролируете больше, чем страницу в социальной сети или канал на сторонней площадке. Социальные сети могут менять правила. Каналы могут ограничивать охваты. Рекламные кабинеты могут дорожать. Площадки могут вводить новые требования. Какие-то сервисы могут работать нестабильно. Всё это уже не раз происходило и ещё будет происходить.

А сайт остаётся Вашей базой.

Конечно, сайт тоже нужно обслуживать, оплачивать хостинг, обновлять, следить за технической частью. Но всё равно это гораздо более управляемая точка, чем полностью зависеть от чужой платформы.

Можно представить сайт как дом. У дома есть фундамент. На фундаменте можно строить стены, комнаты, этажи, пристройки. Можно менять дизайн, добавлять новые разделы, улучшать внутреннюю структуру, делать новые входы для посетителей. Но если фундамента нет, всё остальное держится на временных подпорках.

В нашей системе сайт выполняет именно такую роль.

Он принимает людей.

Он хранит полезные материалы.

Он помогает формировать доверие.

Он связывает статьи, подписку, письма и партнёрские предложения.

Он становится точкой контакта с аудиторией.

Человек может попасть на сайт из поиска, из социальной сети, из письма, из видео, из рекомендации, из рекламы. Каналы входа могут быть разными, но сайт становится местом, где человек останавливается и начинает знакомиться с Вами глубже.

Это особенно важно для новичковой аудитории.

Человек может случайно увидеть короткий пост в социальной сети и быстро пролистать его. Может увидеть рекламное объявление и не обратить внимания. Может попасть в Telegram-канал и не сразу понять, кто автор и почему ему стоит доверять. Но когда он читает хорошую статью на сайте, ситуация другая.

У него есть время.

Он сам выбрал материал.

Он читает в своём темпе.

Он получает объяснение.

Он видит структуру.

Он может перейти на другие статьи.

Он может сохранить ссылку.

Он может подписаться.

Он может сделать следующий шаг.

Сайт даёт пространство для нормального объяснения.

А в темах заработка, сайтов, партнёрских программ, воронок и нейросетей объяснение очень важно. Здесь редко бывает так, что человек увидел одну короткую фразу и сразу всё понял. Ему нужно разложить по полочкам. Что такое сайт. Зачем нужны статьи. Как работает партнёрская программа. Почему одной ссылки мало. Что такое подписка. Как письма помогают довести человека до решения. Как нейросеть может помочь, но не заменяет систему.

В коротком посте всё это сложно раскрыть. В статье — можно.

Поэтому сайт становится не просто технической площадкой. Он становится местом, где Вы спокойно объясняете.

А спокойное объяснение создаёт доверие.

Для партнёрского маркетинга доверие особенно важно. Когда Вы рекомендуете чужой продукт, человек должен понимать, почему он вообще должен прислушаться к Вашей рекомендации. Если Вы просто бросаете ссылку, доверия нет. Если Вы ведёте человека через полезный материал, объясняете, показываете, сравниваете, отвечаете на вопросы, доверие начинает появляться.

И сайт помогает это делать.

Например, Вы пишете статью о том, как новичку выбрать хостинг для сайта. В этой статье можно объяснить, что такое хостинг, зачем он нужен, на что смотреть, какие ошибки бывают у начинающих, почему не всегда стоит выбирать самый дешёвый вариант, какие параметры действительно важны. И уже внутри такого материала можно аккуратно дать партнёрскую рекомендацию.

Это воспринимается совсем иначе, чем просто сообщение: “Вот хостинг, регистрируйтесь по моей ссылке”.

Потому что в первом случае Вы помогли человеку разобраться. Во втором просто попытались отправить его по ссылке.

Разница огромная.

Сайт позволяет создавать такие материалы регулярно. Сегодня Вы написали одну статью. Завтра вторую. Потом третью. Через какое-то время на сайте уже появляется база полезных материалов. Каждый материал может отвечать на отдельный вопрос аудитории и вести человека дальше по системе.

Одна статья может приводить людей по теме создания сайта.

Другая — по теме партнёрских программ.

Третья — по теме рассылки.

Четвёртая — по теме нейросетей.

Пятая — по теме воронок.

Шестая — по теме трафика.

Каждая статья становится отдельной входной дверью.

И это очень важное преимущество сайта. В социальных сетях публикация часто быстро уходит вниз. Вчерашний пост уже почти никто не видит. В Telegram сообщение тоже быстро исчезает в ленте. В коротких видео всё зависит от алгоритмов. А статья на сайте может работать долго. Если она отвечает на реальный запрос людей и правильно встроена в структуру сайта, она может приводить посетителей не один день.

Конечно, это не значит, что статья сразу выйдет в топ и начнёт приносить тысячи посетителей. Так думать не нужно. Поисковый трафик требует времени, регулярности и нормальной работы с темами. Но сама логика хорошая: Вы создаёте материал один раз, а потом он может работать дальше.

Это уже похоже на актив.

Не в том смысле, что можно один раз написать статью и больше ничего не делать. Нет. Но в том смысле, что каждая статья становится частью общего фундамента.

Со временем таких частей становится больше.

И здесь важно понять ещё один момент: сайт не должен быть сложным.

Многие новички останавливаются именно на этом. Они думают, что сайт — это что-то технически тяжёлое. Нужно программировать, разбираться в коде, нанимать дизайнера, покупать дорогие шаблоны, делать сложную структуру, рисовать логотип, продумывать всё до мелочей. Из-за этого человек может месяцами готовиться к запуску сайта и так ничего не запустить.

На самом деле для старта нужен не идеальный сайт, а рабочий сайт.

Понятная главная страница.

Раздел со статьями.

Нормальная структура рубрик.

Форма подписки или ссылка на полезный материал.  
Возможность размещать партнёрские рекомендации.  
Базовая техническая настройка.  
Этого достаточно, чтобы начать.

Дальше сайт можно улучшать. Менять дизайн. Добавлять страницы. Делать отдельные лендинги. Подключать формы. Улучшать скорость. Настраивать аналитику. Добавлять баннеры, блоки, всплывающие окна, видео, инструкции. Но всё это можно делать постепенно.

Главное — не застрять в подготовке.

Потому что сайт начинает приносить пользу не тогда, когда Вы бесконечно выбираете шаблон, а когда на нём появляются материалы и когда эти материалы встроены в систему.

Человеку не так важно, насколько идеально у Вас нарисована кнопка, если он нашёл полезный ответ на свой вопрос. Конечно, дизайн должен быть аккуратным, читать должно быть удобно, ничего не должно ломаться. Но на старте важнее не идеальная красота, а понятность и польза.

Сайт должен помогать человеку двигаться дальше.

Вот это ключевая мысль.

Допустим, человек попал на статью. Что он должен сделать после прочтения? Просто закрыть страницу? Перейти к другой статье? Подписаться? Скачать чек-лист? Посмотреть видео? Перейти к партнёрскому сервису? Прочитать серию материалов? Оставить заявку?

Если на сайте нет следующего шага, даже хороший материал может терять людей.

Поэтому сайт как фундамент должен быть не просто набором страниц, а частью маршрута.

Статья отвечает на вопрос.

Внутри статьи есть логичный следующий шаг.

Следующий шаг ведёт к подписке или рекомендации.

Подписка запускает письма.

Письма ведут к решению.

Решение связано с партнёрской программой или Вашим продуктом.

Вот тогда сайт работает как основа системы.

Очень полезно смотреть на сайт не глазами владельца, а глазами посетителя.

Посетитель не думает: “Какой красивый у автора шаблон”. Он думает иначе:

Я туда попал?

Это отвечает на мой вопрос?

Можно ли доверять автору?

Понятно ли написано?

Что мне делать дальше?

Есть ли здесь решение моей проблемы?

Если сайт отвечает на эти вопросы, он начинает выполнять свою функцию.

В теме интернет-заработка это особенно важно. Люди часто приходят с сомнениями. Они уже могли видеть много обещаний. Могли обжигаться на непонятных курсах. Могли пробовать разные способы и не получить результата. Поэтому им важно не просто показать красивый сайт, а дать спокойное объяснение.

Сайт должен говорить: здесь всё понятно, по шагам, без лишней суеты.

Именно такую роль он должен выполнять в системе источников дохода.

Ещё одно преимущество сайта в том, что он помогает объединить разные каналы.

Например, Вы сделали статью. Потом написали анонс в Telegram. Потом сделали пост во ВКонтакте. Потом подготовили короткое видео. Потом отправили письмо по базе. Все эти каналы могут вести на одну статью или на одну страницу. То есть сайт становится центром, а другие площадки — источниками переходов.

Это удобно.

Если у Вас нет сайта, каждый канал живёт отдельно. Telegram сам по себе. VK сам по себе. Дзен сам по себе. Письма сами по себе. А когда есть сайт, все эти каналы можно связать вокруг одной базы.

Вы публикуете основной материал на сайте.

Делаете короткие анонсы на других площадках.

Приводите людей на статью.

Собираете подписчиков.

Ведёте дальше через письма.

Рекомендуете подходящие решения.

Так сайт становится не конкурентом социальным сетям, а центром, который они усиливают.

Это тоже важный момент. Я не говорю, что нужно отказаться от социальных сетей. Наоборот, их можно и нужно использовать. Но лучше, когда они работают не отдельно, а помогают приводить людей в Вашу систему.

Социальные сети — это каналы внимания.

Сайт — это база и фундамент.

Рассылка — это продолжение общения.

Партнёрки — это монетизация.

Нейросети — это помощники в создании материалов.

Когда всё стоит на своих местах, система становится понятной.

Сайт также помогает накапливать доверие через глубину контента. В социальной сети человек часто видит отдельный пост. На сайте он может увидеть целую систему материалов. Он может прочитать одну статью, потом перейти на другую, потом посмотреть страницу автора, потом увидеть другие полезные материалы. Постепенно у него складывается ощущение, что перед ним не случайный человек, а автор, который давно разбирается в теме.

Это важно для личного бренда.

Особенно если Вы работаете в нише обучения, партнёрского маркетинга, заработка, сайтов, нейросетей, воронок. Здесь доверие к автору часто решает больше, чем сама ссылка. Люди хотят понимать, кто им объясняет. Почему этому человеку можно верить. Какой у него опыт. Какие материалы он уже дал. Как он рассуждает.

Сайт помогает это показать.

На сайте можно разместить страницу “Об авторе”. Можно собрать лучшие статьи. Можно сделать отдельные разделы. Можно показывать примеры. Можно давать инструкции. Можно вести блог в спокойном стиле. Всё это постепенно формирует образ эксперта-практика.

Но снова повторюсь: не нужно начинать с большого портала.

Для старта достаточно простого сайта, который решает несколько задач:

принимает посетителей;

публикует полезные статьи;

показывает Вашу экспертизу;

собирает подписчиков;

ведёт к партнёрским предложениям;

становится центральной точкой системы.

Если сайт выполняет эти задачи, он уже полезен.

Конечно, у сайта есть и свои сложности. Нужно выбрать тему, настроить WordPress, разобраться с хостингом, публиковать статьи, следить за обновлениями, постепенно улучшать структуру. Но сегодня всё это стало намного проще, чем раньше. Многие технические действия можно сделать по готовым инструкциям. Нейросети помогают готовить черновики тек-

стов, планы, заголовки, описания, анонсы. Шаблоны позволяют быстро получить нормальный внешний вид. Хостинги упростили установку WordPress.

То есть технический барьер стал ниже.

Но смысловой барьер остался.

Человек может быстро создать сайт, но всё равно не понимать, зачем он ему нужен и как он должен работать в системе. Вот это важнее.

Поэтому, прежде чем думать о дизайне, нужно ответить на несколько простых вопросов.

Для кого этот сайт?

Какие вопросы этих людей я буду закрывать?

Какие статьи нужны на старте?

Куда будет идти человек после статьи?

Как я буду собирать подписчиков?

Какие партнёрские решения подходят этой аудитории?

Как сайт будет связан с письмами и другими каналами?

Если ответы есть, сайт создаётся уже не как “ещё одна страничка в интернете”, а как фундамент системы.

Именно в этом его ценность.

Сайт не должен быть отдельным проектом ради проекта. Он должен быть рабочим инструментом. Не просто красивой визиткой, а местом, где начинается путь читателя.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.