



Sjergius

ОХВАТЫ - ПЫЛЬ СИСТЕМА - ДЕНЬГИ!

*Как выстроить канал в мессенджере МАХ,
который приносит деньги, а не просто
просмотры*

Сергей Милованов
Охваты - пыль. Система
- Деньги! Как выстроить
канал в мессенджере МАХ,
который приносит деньги,
а не просто просмотры

*<https://litres.ru/73980354>
SelfPub; 2026*

Аннотация

Я встречал много людей, которые умеют красиво говорить о бизнесе. Выходят на сцену, машут руками, рассказывают про «экспоненциальный рост» и «изменить индустрию». Снимают Reels с мотивационными цитатами. Продают курсы про то, как стать успешным — ещё не будучи особенно успешными сами.

Sjergius — не из таких.

Когда я впервые столкнулся с его материалами, меня удивила одна вещь. Не глубина экспертизы — хотя она там есть. Не количество запущенных проектов — хотя оно внушительное. А то, как он об этом рассказывает. Без позы. Без пиджака с нагрудным карманом. Без торжественного голоса человека, который «изменил правила игры».

Он просто говорит, что работает. И показывает, как именно.
Открывайте книгу и убедитесь сами.

Содержание

Он не кричит — он просто делает	7
Предисловие	10
Глава 1. Таблетка от невроза	12
История про красный помидор	13
Про цели, Мерседесы и визуализацию	15
Собачья логика	16
Два выбора	18
Глава 2. Новая пиратская станция	20
Три стадии любой платформы	21
Пиратская станция внутри астероида	22
Цифры, которые стоит знать	24
Кто сидит в МАХ — и почему это важно	25
Что работает в МАХ, а что нет	26
Глава 3. Не гонитесь за трендами — стройте позицию	28
Что такое тренд на самом деле	29
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Сергей Милованов
Охваты - пыль. Система
- Деньги! Как выстроить
канал в мессенджере МАХ,
который приносит деньги,
а не просто просмотры

ОХВАТЫ — ПЫЛЬ,
СИСТЕМА — ДЕНЬГИ

*Как выстроить канал в мессенджере МАХ,
который приносит деньги, а не просто просмотры*

Sjergius

© Sjergius, 2026

Все права защищены. Книга предназначена для личного использования.

Любое воспроизведение и распространение в коммерческих целях без разрешения автора запрещено.

*Мнения и оценки в книге основаны на личном опыте автора
и не являются финансовыми или юридическими рекомендациями.*

*Тем, кто уже сделал первый шаг.
И тем, кто ещё только думает.*

Он не кричит — он просто делает

Слово о человеке, которого вы сейчас держите в руках

Я встречал много людей, которые умеют красиво говорить о бизнесе. Выходят на сцену, машут руками, рассказывают про «экспоненциальный рост» и «изменить индустрию». Снимают Reels с мотивационными цитатами. Продают курсы про то, как стать успешным — ещё не будучи особенно успешными сами.

Sjergius — не из таких.

Когда я впервые столкнулся с его материалами, меня удивила одна вещь. Не глубина экспертизы — хотя она там есть. Не количество запущенных проектов — хотя оно внушительное. А то, как он об этом рассказывает. Без позы. Без пиджака с нагрудным карманом. Без торжественного голоса человека, который «изменил правила игры».

Он просто говорит, что работает. И показывает, как именно.

За годы, что я пишу о предпринимателях и цифровой экономике, я научился распознавать один паттерн: те, кто громче всех кричит о своих достижениях, как правило, только начинают. А те, кто реально сделал — говорят меньше, но точнее. Каждое слово весит.

Sjergius — предприниматель, за плечами которого

несколько запущенных бизнесов и проектов разного масштаба. Это не абстрактная «предпринимательская история успеха» из корпоративного буклета. Это конкретный человек, который проходил через провалы, перезапускался, находил рабочие модели — и, что важно, умеет объяснить, почему что-то сработало, а что-то нет.

В мире онлайн-контента и мессенджеров он один из немногих, кто смотрит на платформы не как на арену для самовыражения, а как на инструмент. Прагматичный, холодный взгляд человека, который считает деньги — и умеет выстраивать системы, которые их приносят.

Я называю таких людей «тихими профессионалами». Они не строят личный бренд ради личного бренда. Они строят репутацию через результат. Они не объясняют, как надо — они показывают, что работает. И именно поэтому к ним прислушиваются.

Книга, которую вы держите в руках — не учебник и не манифест. Это концентрат практики человека, который сделал несколько правильных ставок в нужное время. И теперь объясняет, как думать, чтобы делать такие ставки самостоятельно.

Можно долго искать наставника, который скажет вам правду о том, как устроен рынок онлайн-каналов. Можно покупать курсы, ходить на конференции, слушать очередного «эксперта» с красивой презентацией.

Или можно прочитать эту книгу.

Второй вариант быстрее.

Предисловие

Эту книгу я написал злым.

Не в смысле агрессии. В смысле — мне надоело наблюдать, как умные люди сливают деньги, время и нервы в погоне за красивыми цифрами, которые ничего не стоят.

Миллион просмотров на пустой канал. Десять тысяч подписчиков, которые никогда ничего не купят. Охваты как смысл жизни. Таблички с «динамикой роста» вместо реальных денег на счёте.

Я сам через это прошёл. В самом начале я мерил всё просмотрами. Радовался, когда пост «выстреливал». Расстраивался, когда «не зашёл». Потом понял простую вещь, которую объясняют редко, потому что она невыгодна тем, кто продаёт «курсы по SMM»:

Охваты — это витрина. Деньги — это система. Это не одно и то же.

МАХ — новый мессенджер, который прямо сейчас растёт быстрее любой другой платформы в России. В нём ещё мало авторов, низкая конкуренция и живая аудитория, которая не перекормлена контентом. Это окно возможностей — и оно открыто прямо сейчас.

Но сколько людей войдут в это окно правильно? По опыту — немногие. Большинство повторяют старые ошибки: погонятся за подписчиками, забудут про систему, выгорят через

полгода и скажут, что «МАХ не работает».

Эта книга — для тех, кто хочет сделать иначе.

Здесь нет теории ради теории. Нет «мотивационных» глав про то, как важно верить в себя. Есть конкретика: как устроен МАХ, как выбрать стратегию под себя, как выстроить систему, которая приносит деньги, а не просто просмотры.

Читайте медленно. Некоторые главы стоит перечитать дважды.

И пожалуйста — не начинайте с последней главы. Я знаю, что вы так делаете.

Sjergius, 2026

Глава 1. Таблетка от невроза

Давайте начнём с честного разговора.

Большинство людей, которые покупают курсы про онлайн-заработок, находятся в одном из двух состояний. Первое — паника: «Надо срочно что-то сделать, время уходит, все уже зарабатывают, а я нет». Второе — ступор: столько всего надо изучить, столько вариантов, столько советов — и в результате человек не делает вообще ничего.

Оба состояния одинаково бесполезны. И оба лечатся одним способом.

История про красный помидор

Несколько лет назад я сидел в офисе на работе, которую ненавидел. Не потому что работа была плохой — просто она была чужой. Я понимал, что хочу делать что-то своё, зарабатывать по-другому, жить по-другому. И это понимание меня медленно съедало.

Каждый день я приходил домой, открывал ноутбук и начинал изучать. Читал про SMM, про каналы, про монетизацию. Смотрел кейсы, анализировал чужие стратегии. Строил планы. Ставил цели. Записывал в блокнот суммы, которые хочу зарабатывать.

Ничего не делал.

Вернее, делал — но только в голове. А в реальности сидел красный как помидор от злости на себя, на обстоятельства, на всех вокруг. Злился, что не хватает денег на раскрутку. Злился, что не знаю, с чего начать. Злился, что другие уже зарабатывают, а я ещё нет.

Знаете, что я понял спустя год? Что в этом напряжении не было никакого смысла. Ни одного полезного действия оно не породило. Зато несколько раз довело до состояния, когда вообще ничего не хотелось делать — ни по работе, ни по своим проектам.

Невроз не ускоряет рост. Он его тормозит.

В тот период, когда я наконец выдохнул и начал делать

что-то просто потому что надо, а не потому что горит — дела пошли лучше. Не потому что я стал работать меньше. Потому что начал работать точнее.

Про цели, Мерседесы и визуализацию

В мире бизнес-литературы есть устойчивая традиция: ставь большие цели, визуализируй результат, верь в себя — и всё получится.

Я проверял. Не работает. По крайней мере, не так, как обещают.

Когда я рос в деньгах — не на проценты, а в разы — я не ставил себе целей. Ни финансовых, ни по подписчикам, ни по охватам. Вообще никаких конкретных цифр на горизонте.

Я просто делал следующий шаг. Потом ещё один. Потом ещё.

У меня был план действий — но это не то же самое, что цель. План — это «что делаю сегодня и на этой неделе». Цель — это «что хочу иметь через год». Первое управляемо. Второе зависит от тысячи факторов, которые вам не подконтрольны.

Делайте что можете сегодня. Завтра сделайте чуть больше. Это и есть стратегия.

Собачья логика

Есть хорошая метафора, которую я периодически вспоминаю. Джокер в «Тёмном рыцаре» говорит: «Я просто пёс, бегущий за машиной. Я не знаю, что буду делать, если догону, но всё равно бегу».

Зачем пёс бежит? Потому что он пёс. Это его природа.

В начале пути лучшее, что вы можете сделать — стать вот таким псом. Не высчитывать оптимальную траекторию погони. Не строить трёхлетний план по поимке машины. Просто бежать. По-настоящему, вперёд, не оглядываясь.

МАХ — отличная трасса для такого забега. Аудитория есть. Конкуренции мало. Алгоритмы помогают новичкам. Единственное, что вам нужно — начать движение.

ИСТОРИЯ. Антон и его идеальный план

Антон три месяца готовился к запуску канала. Он купил три курса, прочитал пять книг про SMM, составил контент-план на год вперёд и выбрал «идеальную» нишу — личные финансы для молодых специалистов.

Канал он так и не запустил.

Потому что на четвёртом месяце нашёл новую книгу, которая поставила под сомнение его нишу. Потом прочитал, что личные финансы — «перегретая» тема. Потом решил, что нужно сначала набрать 10 000 подписчиков в ВКонтакте, чтобы создать публичный канал в МАХ.

Его знакомый Игорь за те же три месяца запустил канал про ремонт квартир — тему, которую он знал с детства. Без курсов, без идеального плана, без трёхлетней стратегии. Просто начал писать о том, в чём разбирается.

Через полгода Игорь зарабатывал на канале 40 000 рублей в месяц. Антон всё ещё готовился.

Два выбора

Когда я разбираю эту тему с людьми, которые застряли в подготовительной фазе, обычно выясняется одно и то же: проблема не в знаниях. Знаний у них, как правило, достаточно или даже избыточно.

Проблема в том, что они не сделали выбор.

Не между нишами и не между стратегиями — эти выборы второстепенны. А между двумя базовыми позициями:

- Делать в состоянии хронической тревоги, сравнивая себя с теми, кто «уже добился» — и медленно выгорать.
- Делать спокойно, понимая, что результат придёт не сегодня — и именно поэтому придёт надёжно.

Второй вариант не значит «без усилий». Он значит без лишнего шума в голове, который мешает думать.

Замените давящее «надо» на спокойное «делаю». Это не мотивационная фраза — это инструкция по эксплуатации собственного мозга.

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

- Тревога и напряжение не ускоряют рост — они его тормозят.
- Большие цели без конкретных действий — это просто красивая тревога.
- Начните двигаться. Прямо сейчас. С тем, что есть.
- Собачья логика: бегите за машиной, потому что вы пёс

— а не потому что составили план.

Глава 2. Новая пиратская станция

Прежде чем разговаривать о стратегиях, деньгах и контенте — нужно поговорить о том, где именно мы находимся. Потому что МАХ — это не просто ещё один мессенджер. Это конкретный исторический момент, который повторяется раз в несколько лет.

И те, кто понимает это прямо сейчас, окажутся в принципиально другой позиции через два-три года.

Три стадии любой платформы

Каждая крупная платформа проходит три стадии, и в каждой из них работают разные правила игры.

Первая стадия — золотая лихорадка. Аудитории мало, контента мало, алгоритмы раздают охваты всем подряд. Подписчики обходятся почти бесплатно. Можно делать что угодно — и всё равно расти. Именно так было с ВКонтакте в 2008–2011 годах, с Instagram в 2012–2014, с Telegram в 2015–2017.

Вторая стадия — рост с умом. Халявы уже нет, но возможностей ещё много. Нужно думать о качестве, стратегии, нише. Именно здесь сейчас находится МАХ.

Третья стадия — зрелый рынок. Всё дорого, всё конкурентно, для старта нужны либо большие деньги, либо гениальная идея. Это сегодняшний Instagram и отчасти YouTube.

МАХ сейчас — это вторая стадия. Золото ещё лежит на поверхности, но его уже нужно поднимать — само не прыгнет в карман.

Пиратская станция внутри астероида

Я люблю одну метафору для описания МАХ. Представьте космическую пиратскую станцию, построенную внутри астероида-рудника.

В отличие от Инстаграма — который давно стал галактической корпорацией с полицией, налогами, алгоритмическими судами и правилами на тысячу страниц — МАХ пока работает по пиратским законам. Здесь ещё нет монополистов, которые скупили весь рекламный инвентарь. Здесь ещё нет «правильных» форматов, которым обязан следовать каждый. Здесь можно экспериментировать, и эксперименты стоят в разы дешевле.

Но «пиратская» не значит «дикая». Базовый порядок уже есть. Есть правила регистрации, есть требования к авторам, есть закон о рекламе. Станция работает — просто ещё не забюрократизирована до смерти.

ИСТОРИЯ. Как я смотрел на тренды и что из этого вышло

В 2017 году один мой знакомый сделал канал в Telegram про городские новости своего города — миллионника. Все вокруг говорили: «зачем, кому нужны местные новости в мессенджере, сделай лучше что-нибудь федеральное».

Он не послушал. Через год у него было 15 000 подписчиков — живых, местных, вовлечённых. Местный бизнес пла-

тил за рекламу хорошие деньги, потому что аудитория была чётко географически привязана.

Федеральных каналов с похожей тематикой было сотни. А конкурентов у него в городе — три. И все три слабее.

Мораль: не ищите «горячую» тему. Ищите тему, где вы можете быть лучшим в своём конкретном углу.

Цифры, которые стоит знать

Я не люблю сыпать статистикой — как правило, это способ произвести впечатление, а не дать понимание. Но несколько цифр по МАХ действительно важны для принятия решений.

К весне 2026 года в мессенджере зарегистрировались более 107 миллионов человек. Ежедневная аудитория — свыше 77 миллионов. Число каналов — около 3,6 миллиона, но подавляющее большинство из них — официальные аккаунты организаций и небольшие приватные каналы. Авторских каналов, которые реально ведут живые люди с интересным контентом — единицы.

Это значит одно: спрос на контент в МАХ есть, а предложения — почти нет.

Это и есть ваше окно.

Кто сидит в МАХ — и почему это важно

МАХ вырос из Госуслуг, платёжной системы и официальных коммуникаций. Это определило его аудиторию — и это важно понимать, прежде чем делать контент.

Здесь много людей от 25 до 55 лет. Государственные служащие, педагоги, медики, сотрудники ЖКХ — им МАХ рекомендован или обязателен по работе. Это взрослые занятые люди, которые ценят конкретику и не любят, когда им тратят время впустую.

Это принципиально отличается от аудитории раннего Telegram, где было много молодёжи, стартаперов и технарей. МАХ — более зрелая, более платёжеспособная и менее избалованная контентом аудитория.

Если вы эксперт в чём-либо — юрист, врач, финансист, педагог, инженер, предприниматель — МАХ создан именно для вас.

Что работает в МАХ, а что нет

Быстрый гайд для тех, кто переходит из других платформ.

Работает хорошо:

- Профессиональные темы с практической пользой — право, медицина, финансы, образование, строительство.
- Локальные сообщества — районные новости, городские события, сообщества по интересам.
- Экспертный контент с личным опытом автора — не сухие факты, а живые истории.
- Образование и обучение — аудитория здесь готова учиться и платить за это.

Работает слабо:

- Мемы и развлекательный контент — аудитория взрослее, чем в типичном Telegram-канале.
- Копипаст без авторской позиции — здесь это видно особенно хорошо.
- Агрессивный продающий контент — аудитория МАХ настороженнее к рекламе.

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

- МАХ сейчас на второй стадии развития — золото есть, но нужно его поднимать.
- Аудитория взрослее и платёжеспособнее, чем на большинстве других платформ.
- Авторского контента критически мало — ваше окно от-

крыто прямо сейчас.

- Работайте с тем, в чём вы реально разбираетесь. Экспертность здесь ценится.

Глава 3. Не гонитесь за трендами — стройте позицию

Вот типичный разговор, который я веду несколько раз в месяц.

— Sjergius, какая тема сейчас в тренде?

— А что ты хочешь делать долго и с удовольствием?

— Ну... не знаю. Что выгоднее?

— Выгоднее то, что ты будешь делать три года, не бросая.

— Но ведь тренды...

— Тренды закончатся раньше, чем ты успеешь их поймавать.

Примерно так и обрывается разговор. Человек уходит искать «горячую нишу», запускает канал, через три месяца бросает, потому что тема ему скучна, и идёт искать следующий тренд.

Что такое тренд на самом деле

Тренд — это не магия. Это снежный ком.

Кто-то делает канал определённого формата. Другой видит, подхватывает идею. Третий. Десятый. Каналы начинают активно рекламироваться, аудитория их видит везде — и начинает массово подписываться. Нарастает волна.

Потом волна схлёстывается: каналов становится слишком много, аудитория наедается, стоимость подписчика растёт, интерес падает.

Весь этот цикл — от старта до спада — в МАХ занимает от трёх до восьми месяцев. Чтобы поймать тренд, нужно войти в него в первые две-три недели. Большинство людей узнают о тренде, когда он уже на середине или близко к вершине.

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.